REVISTA DE NEGOCIOS PARA LOS QUE HACEN NEGOCIO

Año I. Número 2. Mayo 2008 - 3,50 EUR - www.networkingactivo.com

Networking ACTIVO

+Suplemento interior
I Foro de Internet

Los eventos más importantes del semestre:
First Tuesday Madrid, Barcelona.
Y ahora también Valencia!!!
Iniciador, Expolearning...

Reportaje
Mobile World Congress
opiniones de algunos de los expositores

INTERNET SE MUEVE

EN ESTE NÚMERO:
Estrenamos el Rincón de Cucharete • Blogbook, el Libro de Internet • y más...

digital
assets
deployment
developing ideas

DaD
the business incubator of internet and new technologies

Digital Assets Deployment (DaD) is a business incubator of Internet and new technologies based projects, it offers the initial management support as well as the capital needs to develop brilliant ideas from their early stages.

DaD diversifies the risk investing in a portfolio of high growth projects. A list of ventures where we have already invested are: Baquia, Berggi, Buyvip, Cinemavip, Digidis, Estrategias de Inversión, Lastinfoo, Synerquia, TripJane, Tuenti, VizThink, Xplane.

DaD invests in great ideas to help entrepreneurs achieve their business dream in a profitable manner.

For more information contact us at:
reina@dad.es | www.dad.es | tel: +34 91 574 71 90

Internet se mueve

Internet se mueve. Quien no se haya dado cuenta de esto no debe estar muy pendiente del panorama actual.

Internet se mueve y quiere hacer cosas. Y cuando digo Internet me refiero a las personas que la conforman, que le dan sentido: a esa base de empresarios, pensadores y creadores de contenido; a todos aquellos profesionales que crean, idean, evolucionan, y no se quedan estancados en un modelo unidireccional de la Red.

Los profesionales de las TIC son, si cabe, los que más movilidad tienen, van a eventos periódicos como Iniciador, van a First Tuesday, asisten a Mobile Monday, a Beers & Blogs o Beers & Buscadores, y un largo etcétera.

En lo que va de semestre no solamente no ha habido una semana en la que me quedara en casa, sino que he tenido que desdoblarme (Si encontráis una maquina de clonación os agradeceré el chivatazo). Networking Activo ha habido momentos en los que ha tenido delegaciones con compañeros en varias capitales. Y por lo que leo en los blogs de mis socios o colegas, el agotamiento es generalizado.

Abril ha sido en ese sentido un mes de ebullición de eventos, propuestas, presentaciones. Claro que la culpa es de esos emprendedores que no se duermen en el camino, si no que desarrollan sus ideas, las refuerzan, buscan inversores, y en definitiva, sacan su sueño adelante. Proyectos como Cucharete (y su reciente Vinete, donde fue un placer asistir) o Bubok, un sistema de publicación online con impresión digital bajo demanda, han visto la luz en el mes de las aguas mil.

Eventos tampoco han faltado: la Feria de Tiendas Virtuales, Expolearning, Congreso eStas, el evento de emprendedores Suspice.net, o el Congreso de Periodismo Digital, son solamente algunas de las propuestas en las que casi era obligatorio estar presentes.

Y mayo promete mucho, especialmente con las VI Jornadas Académico-Profesionales de Balanced Scorecar (8 y 9 de mayo), el Foro de Internet (10 y 11 de mayo), o El Dia de Internet (17 de mayo). Eventos donde contaremos con una presencia muy destacada.

Pero no sólo de eventos vive el emprendedor de las TIC. Cuando digo que Internet se mueve es gracias también a la presentación de libros como **"Periodismo en la Era de Internet" o el tan esperado Blogbook**, fruto de la colaboración entre los personajes más relevantes de internet, que aportan su experiencia.

Todo este movimiento en la sangre de las Tecnologías de la Información no hace más que reforzarme en mi idea de que un mes en Internet es un año en la vida real, pero sobre todo me hace sentirme cómodo en un entorno donde se evoluciona, se mejora, se levantan ideas, y no hay lugar para quedarse dormido o estancado. ■

Emilio Márquez Espino
CEO de Networking Activo
NetworkingActivo.com

NETWORKING ACTIVO
Año I, Número 2, Mayo de 2008.
www.networkingactivo.com
www.networkingactivo.com/blog

DIRECTOR:
Emilio Márquez Espino
CEO de Networking Activo
emilio.marquez@networkingactivo.com

REDACCIÓN:
Redactora Jefe: María Ortegón Alcaide
maria.ortegon@networkingactivo.com

REDACTORES: María Ortegón Alcaide, David Ordóñez Rodríguez, Blanca Ortega, Ana Isabel Díaz.

COLABORADORES: Dioni Nespral, Manuel Junguito , Mónica Grossoni, Juan Otero, Marcos García (Cucharete.com), Miguel Macías, Pilar López Casquete de Prado, Karina Miñano, Daniela Freund, Blas Barriendos, Ramón Redondo.

OPINIÓN: Emilio Márquez.

FOTOGRAFÍA: Networking Activo, Mercedes Fernández.

ILUSTRACIONES: David Ordóñez Rodríguez, Ramón Redondo.

DOCUMENTACIÓN: Networking Activo.

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:
David Ordóñez Rodríguez
david@networkingactivo.com

MAQUETACIÓN: Ana Isabel Díaz.

EDITA:
OJO internet SL
www.ojo.es
correo@ojo.es

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD:
María Ortegón Alcaide
comunicacion@networkingactivo.com

NETWORKING Y REDES SOCIALES SL:
Tel. 902 500 550
Tel. +34 954 28 01 93 (from abroad)
OFICINAS:
MADRID:
Avda Mediterraneo 9, 2º Derecha
28007 Madrid (Spain)
SEVILLA:
Avda. República Argentina 27B 1ºC
41011 Sevilla (Spain)

Índice

Editorial: Internet se mueve por Emilio Márquez 3
Editorial: ¿Por qué premios a la viralidad? por María Ortegón 5
II Congreso ForumDominios.com más y mejor 6
First Tuesday 8
Foto-Reportaje First Tuesday Barcelona 10
Iniciador 12
Red.es en el Día de Internet 14
Expolearning 15
Keiretsu Forum 16
Neoencuentros 18
La presión del emprendedor 20
Segunda ronda de 13,5 millones de dólares en OLX 23
Diario de un networker rural 24
El Rincón de Cucharete: Las Tres Manolas 26
¿Qué esperan los emprendedores de la Administración? 29
Publicidad digital: Consultores vs vendedores 30
Open Source está de moda 31
Periodismo Digital y Ciudadano 33
Una invitación a co-crear experiencias turísticas creativas 34
Networking ante la crisis del sector TI: la unión hace la fuerza 36
Especial MWC 2008 38
La voz, una tecnología con segunda juventud 46
Entrevista a Alberto García, director de HostXtrem 48
El libro de la red 50
Marcadores - En la red 52
Marcadores - En papel 54
Agenda y Tira Networkers 57
¡¡Premiamos la viralidad!! 58

+ SUPLEMENTO INTERIOR:
"Especial Foro de Internet"
(20 páginas)

¿Por qué premios a la viralidad?

Desde hace meses, y basándonos en el interés por favorecer el intercambio de información y de contactos entre personas que compartan intereses profesionales comunes hemos invitado a los lectores de la revista Networking Activo a recomendar a otros miembros para la red social profesional o para suscribirse a la revista, a través de la puesta en marcha de unos Premios a la viralidad.

Pero... ¿Por qué premios a la viralidad?

Viralidad... que palabra ésta que ni siquiera el Word reconoce... pero que tan importante resulta en el mundo empresarial y profesional, para darte a conocer a ti mism@ o a tu marca.

Que no es un concepto nuevo no es ningún secreto: el boca-oreja de toda la vida es uno de los pilares del networking. Yo te presento a alguien que puede resultar interesante para tu proyecto o tú me presentas a alguien que puede informarme sobre ese curso que quiero hacer.

Incluso para la gente que está buscando empleo la viralidad es fundamental. No digamos para aquéllos que quieran levantar y dar a conocer un proyecto.

La idea de crear estos premios pasa por nuestro deseo de colaborar con los networkers españoles y premiar su ayuda en nuestra difusión.

Pero en realidad, estos premios no son más que un ejemplo. ¿Cuántas veces cuando publicamos una entrevista en el blog de Networking Activo, insistimos a su protagonista para que fomente esa publicación, para que la haga llegar a todos sus contactos?

A través de la recompensa a cambio de difusión, nosotros no hacemos sino dar ejemplo de lo importante que es tener difusión, que llegues a oídos del máximo posible de profesionales. Porque como en el networking, cuánto mayor sea tu red, mayores posibilidades de encontrar el éxito obtendrás.

La recompensa.

Por supuesto nosotros obtenemos un beneficio: Nos conocen más personas. Ésta es precisamente la filosofía que nosotros tratamos de hacer ver a nuestros entrevistados, a nuestros columnistas, a todos aquéllos a quienes damos difusión con cualquiera de nuestras herramientas.

Y obviamente debemos mostrar gratitud a quienes colaboran con nosotros y nos ayudan a llegar más lejos. En cualquier momento podéis consultar la tabla de premios versus suscripciones logradas. Pero quedarse en esta tabla estaría muy lejos de nuestros objetivos reales: Queremos colaborar contigo.

Queremos que nos propongas, que hagamos intercambios, que nos des ideas de cómo podemos ayudarte y de cómo quieres ayudarnos. Si simplemente quieres hacerlo y no sabes cómo, tienes mi correo en el pie del artículo. Escríbeme y estudiaremos las posibilidades que haya para colaborar juntos.

Así que en un rato refrescaré el correo para ver si te has animado por fin a mover tu marca y tu proyecto ;) ■

María Ortegón Alcaide
Directora de Comunicación
de Networking Activo
NetworkingActivo.com

II Congreso ForumDominios.com más y mejor

El II Congreso de Dominios ForumDominios.com ya está calentando motores.

Este Congreso está orientado a profesionales de los dominios en todas sus áreas y se celebrará durante los días 12 y 13 de junio en Barcelona, en el Citilab de Cornellá. Después del éxito de la edición anterior los organizadores se han propuesto mejorar y ampliar los contenidos.

El II Congreso de Dominios ForumDominios.com presenta muchas novedades respecto a su primera edición. La primera de ellas es un nuevo formato de dos días durante los que se celebrarán sesiones plenarias sobre los temas de mayor actualidad en el mundo de los dominios.

Además, esta nueva edición incluye talleres teóricos y prácticos especializados con el objetivo de profundizar en los temas de mayor relevancia y que más interés despertaron en la edición anterior del Congreso ForumDominios.com: la evolución en este año en el sector de dominios, estrategias de rentabilización y sobre todo, las novedades en el sector, serán algunos de los temas a tratar.

Otra novedad es el lugar del evento, el Citilab. Citilab es un centro pionero en España dedicado a la formación y promoción de las TIC que ofrece todos los servicios requeridos en un Congreso como ForumDominios.com tales como conectividad WIFI, espacios individualizados de reunión, múltiples auditorios o retransmisión vía IP desde el auditorio principal.

Contenidos

El Congreso se organiza este año en cinco áreas temáticas:

1) Extensiones (TLDs): .es, .cat, .mobi, etc. Se analizará la evolución de diversas extensiones.

2) Registradores: Nuevos productos, movimientos en el mercado, etc.

3) Mercados de dominios: compra y venta de dominios, subastas, backorders...

4) Rentabilización de dominios: parkings de dominios, afiliaciones, desarrollo de dominios.

5) Legal: gestión de marcas en Internet, UDRP y procedimientos extrajudiciales, gestión de carpetas de dominios.

Además, en esta nueva edición del Congreso de Dominios está prevista una mayor participación de ponentes internacionales con el objetivo de ofrecer a los asistentes una visión global del sector en todo el mundo.

Por supuesto contarán con la presencia de algunos de los representantes más importantes de la industria para ofrecer a los asistentes la oportunidad de hacer nuevos negocios y obtener información de los principales expertos en cada sector.

Objetivos del Congreso

El objetivo principal del Congreso es reunir periódicamente y en un ambiente informal a las personas que trabajan en el área de los dominios con el fin de poder analizar, discutir y, sobre todo, explorar nuevas oportunidades de negocio.

Entre los objetivos generales del congreso se encuentran los siguientes:

- Crear y consolidar una plataforma para la industria de dominios (empresas de hosting y registro, mercados y empresas de parking de dominios, programas de afiliación, propietarios de dominios e inversores).

- Ofrecer un canal de discusión y análisis acerca del estado general del mercado de dominios en todos sus sectores.

- Crear un canal donde las empresas de dominios puedan presentar y promocionar sus productos.

- Dar a conocer el mercado de dominios a medios de comunicación generalistas y económicos.

Además se han planteado diversos objetivos más específicos para la segunda edición del Congreso Forumdominios.com:

- Proporcionar contenido más especializado y de

mayor calidad que ayude a las empresas y usuarios a profundizar en su conocimiento de la industria.

- Potenciar la interacción entre agentes del sector.

- Crear canales de acceso e información para empresas que, sin estar directamente involucradas en la industria, se ven afectada por ellas.

Perfil de los asistentes

El Congreso va dirigido a todos aquellos cuyo negocio gira, de forma directa e indirecta alrededor de los dominios y a todos aquellos que están interesados en este mundo.

1. Registros en el área española.
2. Empresas de registro y alojamiento web.
3. Empresas de servicios para registradores.
4. Webmasters.
5. Mercados de compraventa de dominios.
6. Empresas de domain-parking.
7. Inversores y propietarios de carpetas de nombres de dominio.
8. Empresas de afiliación.
9. Bloggers.
10. Empresas de desarrollo web.
11. Medios de comunicación generalistas y especializados.

Registradores, inversores de dominios, empresas de hosting, especialistas legales en Internet o el mismo Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a cargo de Red.es, colaboraron en el primer evento que se realizó en España para estudiar y analizar el negocio de dominios en todos sus ámbitos, que obtuvo un gran éxito reuniendo por primera vez en España a más de 140 personas relacionadas con la industria de los dominios.

Las cifras millonarias que generan así como la importancia creciente de los nombres de dominios en español, han creado una expectativa alrededor de este sector que se ha visto reflejada en el éxito del I Congreso ForumDominios.com y que, sin duda, se verá superada en esta segunda edición ■.

Red de webs de Ocio Media:

www.mundijuegos.com, www.nosotras.com, www.servituto.com, www.mercotubo.com, www.ojijuegos.com, www.ocujuegos.com, www.barcelas.com, www.sodoscrezon.com,... y muchas más.

www.ociomedia.com / www.grupoitnet.com

Ocio Media Interactiva S.L. una empresa de Grupo Itnet

First Tuesday

First Tuesday Madrid

Jesús Encinar

First Tuesday Madrid es ya un evento de referencia para emprendedores e inversores españoles y en esta ocasión celebró su aniversario, el pasado 8 de abril, con récord de asistencia: 120 personas.

La charla estuvo a cargo de Jesús Encinar, CEO de idealista.com, que expuso de forma clara que lo importante es tener ideas sencillas...y una buena herramienta web. La sencillez del diseño web de idealista.com (cuando todo el mundo apostaba por diseños web más elaborados) fue uno de los puntos fuertes que hicieron de ella una web totalmente funcional.

En el evento también se debatió si hay inversiones en negocios de Internet 100%. La conclusión a la que se llegó es que sí que hay dinero, pero no todos los proyectos tienen el suficiente nivel de retorno.

Muchos de los asistentes defendieron con su experiencia las posibilidades de mantener una empresa de 6 personas, únicamente con webs cuyo modelo de negocio es sacar dinero única y exclusivamente de la publicidad. Casos como Bodaclick.com (una web de bodas, que comenzó con 5 personas y actualmente están abriendo delegaciones en USA e Italia) o Topformacion.com sirvieron como referencia a los asistentes.

Algunos emprendedores, entre ellos Carlos Blanco, defendieron que, para la gran cantidad de personas que emprenden su negocio con una herramienta web, pocos proyectos 100% Internet reciben financiación en España.

Finalizada la charla, los asistentes pudieron dedicarse de nuevo a hacer networking. Cada vez más personas se están dando cuenta de la importancia de dedicar tiempo suficiente en los eventos para que los asistentes puedan establecer contacto. Al emprendedor, además, le permite conocer de primera mano los intereses de sus posibles inversores. ■

First Tuesday Barcelona

Publicidad Online

El último evento de First Tuesday Barcelona, el pasado martes 8 de abril, fue todo un éxito. Tal y como sucedió en la convocatoria de Madrid, se superaron las expectativas y se batió record de asistencia.

First Tuesday se consolida como un evento capaz de reunir a más de 400 personas en las ciudades Barcelona, Madrid y Valencia.

El evento estuvo dedicado al sector de Publicidad Online y contó con un variado panel de profesionales con gran experiencia en el sector.

Los ponentes, moderados por Toni Mascaró, representaron las partes más importantes del proceso:

- Carmen Rios, de juegatusuerte.com, comentó su experiencia como parte anunciante y las dificultades de una web como la suya, con restricciones legales para publicitarse, para hacerse conocer.

- Jaume Ferre, CEO de OcioMedia, representó al soporte. Especializados en el ocio a través de la red, crean y distribuyen contenidos on-line que se agrupan en portales y blogs de diferentes temáticas, lo que ayuda al anunciante a tener más impacto en su público objetivo.

- Alberto Cenalmor, Fundador y CEO de Impresiones Web, explicaron porqué más de 5.000 anunciantes y agencias han confiado en ellos para ser inermediarios de en la gestión de espacios publicitarios.

Como siempre, los asistentes pudieron disfrutar no sólo del panel de expertos, sino de una productiva sesión de networking.

Como final del evento se celebró una cena-debate que reunió a emprendedores y expertos en el mundo de internet. ■

First Tuesday Valencia

1 de abril

A pesar de las dificultades para empezar este evento en abril (fiesta en instituciones, asociaciones, etc. durante los días previos al evento, poca antelación en la convocatoria y confirmación de los ponentes, problemas de apoyo, etc.) el primer First Tuesday Valencia ha sido un éxito.

Si hay alguna conclusión unánime de este primer First Tuesday Valencia es que los emprendedores de la Comunidad Valenciana SI quieren un evento como First Tuesday en su ciudad. Gracias en parte a la colaboración de varias personas y entidades que ayudaron a difundir el evento, se llegó a los 105 asistentes. Y no sólo procedentes de Valencia, sino desde Castellón, Alicante o Murcia.

Los organizadores destacaron lo positivo de encontrar entre los asistentes a los principales fondos de inversión y Redes de Business Angels valencianos. Especialmente su buena predisposición hacia dinamizar el tema de emprendedores & inversores. Para ellos, un evento como First Tuesday puede ser un perfecto filtro de selección para proyectos susceptibles de resultar una buena inversión.

Los ponentes fueron Luís Gosálbez, fundador y CEO de e-Contratos.com, Jaime Esteban, director de Atitlán Capital y Jesús Monleón, business angel y asesor de inversiones Emprendedor XXI de La Caixa. Intentó explicar la realidad de la situación del mercado de inversión en startups en España y la necesidad de los emprendedores de saber escoger el inversor al que dirigirse.

Como conclusión: los emprendedores e inversores valencianos quieren un evento mensual. Esperamos que pronto se sumen más emprendedores locales al compromiso de Atitlan (Angels Capital) para ayudar a que First Tuesday Valencia tenga tanto éxito y continuidad como las convocatorias de Madrid y Barcelona. ■

Foto Reportaje
First Tuesday Barcelona

Iniciador

Iniciador es un evento de emprendedores para emprendedores organizado por Javier Martín, Ángel María Herrera y Lucas Rodríguez Cervera. Su objetivo es reunir a emprendedores en un foro donde puedan compartir conocimiento y experiencias de tú a tú. Donde se pueda charlar distendidamente sobre búsqueda de financiación, planes de negocio, promoción de un producto, proveedores de servicios, etc.... Donde emprendedores consolidados con varias empresas creadas puedan ayudar y animar a los que tienen, por el momento, sólo una idea de negocio y están pensando en dar el salto.

El encuentro está dirigido a emprendedores (principalmente tecnológicos, aunque está abierta a emprendedores en otras áreas y a personas interesadas en el "emprendizaje"). Se lleva a cabo el segundo miércoles de cada mes en Madrid y consta de dos partes. En la primera comienza con la presentación de los asistentes (1 minuto por persona) y continúa con una sesión de trabajo en común sobre un tema concreto relacionado con el "emprendizaje". La segunda está orientada al networking e intercambio de ideas.

Los organizadores.

Ángel María Herrera creó grupobuho.com en el año 2000, *"inicialmente como portal de mi grupo de cuentacuentos, pero fue creciendo hasta en el 2004 empezar a ser una de las mayores comunidales literarias de habla hispana. En ese momento decidí dar el salto al mundo empresarial. Soy socio de las siguientes empresas:*

1. Evoluziona: La primera que creé. Dedicada a contenidos y servicios ocio-culturales, con webs como grupobuho.com, portaldelescritor.com, librosparadescargar.com, significadodetunombre.com...

2. Animatium: He comprado con un socio una franquicia de animatium.com en Madrid, para temas de animación, fiestas, y servicios integrales para eventos.

3. CiberClubSocial: es un proyecto para hacer amigos que estamos planteando como continuar.

4. Medios y Redes: es un grupo de comunicación por Internet especializado en microcontenidos.

5. Bubok: un sistema de publicación online con impresión digital bajo demanda. Es a la que me dedico ahora mismo y la que más estamos mimando.

Actualmente estoy escribiendo junto con Jorge Villabona un libro sobre la historia de Internet en España. También participé en el BlogBook."

Lucas Rodríguez Cervera, inició su carrera en Reuters consulting para fundar posteriormente Nevant, empresa que desarrolla y comercializa un software para documentar procedimientos de negocio. Es un firme defensor del valor que aporta el networking a los emprendedores.

"Compartir tu idea de negocio con otros emprendedores te ayuda de muchas formas: desde encontrar socios hasta mejorar la forma en que comunicas qué hace tu producto o qué servicio prestas. El networking es la mejor forma de entrar en contacto con otros emprendedores.

Creo que hay que ser transparente y abierto con respecto a tu idea de negocio. Cuanto más abierto, más posibilidades de que te ayuden.

Los eventos para emprendedores a los que he asistido me han sido de gran utilidad: desde obtener un feedback valiosísimo sobre nuestro modelo de negocio hasta obtener contestaciones a preguntas que te costarían mucho dinero si tuvieras que pagar a un consultor."

Javier Martín se define "como blogger y emprendedor.

"Blogger desde hace casi 5 años y emprendedor de alma desde hace bastante tiempo. En cuerpo y alma soy emprendedor desde hace muy poco porque este es mi primer mes "sin nómina".

Aparte de esto soy socio fundador de la empresa Inventa Internet y la mayoría de mi tiempo lo dedico a mi blog Loogic.com.

Cuando no estoy entre blogs, dedico el tiempo a mi familia y a hacer breves escapadas a la naturaleza donde cargo las pilas."

La evolución de Iniciador

"Mi impresión es que hemos llegado a una situación de estabilidad bastante buena y poco a poco hemos ido logrando que la gente se sienta más interesada por los emprendedores que actúan como iniciadores en cada una de las reuniones. Creo que a todos nos ha sorprendido que desde los primeros encuentros haya habido muy buena asistencia: estamos normalmente en torno a los 50 asistentes; de los cuales un 50% suelen repetir con frecuencia. También nos ha llamado mucho la atención lo variado de los perfiles de los asistentes, ya que aunque el evento está destinado a emprendedores no es raro encontrar inversores, empresarios con amplia experiencia, profesores de universidad, estudiantes,...

Tras unos meses en los que nos costó tener estabilidad en cuanto al lugar de celebración por suerte ahora lo tenemos solucionado -al poder usar la oficina cancha de la CAN (Caja Navarra)-; así que ahora tenemos que centrarnos en la constitución de la Asociación Iniciador y en el desarrollo de otras actividades que tenemos en mente.

Sobre las ediciones anteriores, me ha gustado mucho poder tener ponentes de perfiles muy distintos y temáticas muy variadas. Me parece que en todos, los asistentes han sabido sacar provecho de las experiencias y conocimientos de los ponentes. Las charlas en Iniciador son muy participativas y los emprendedores se muestran muy interesados en temas tan dispares como pueden ser las inversiones, la imagen personal o las redes sociales.

Nos gusta mucho que sean emprendedores que asisten normalmente a Iniciador quienes se conviertan en ponentes por un día. Una de las cosas más interesantes es que se ha creado un grupo de emprendedores fieles al evento que aportan mucho cada vez que vienen y que ayudan en lo que pueden a la hora de la organización o difusión de Iniciador."

Javier Martín

Ponentes de pasadas ediciones

Desde la importancia de la marca propia e imagen personal, pasando por cómo hacer y exponer un plan de negocios hasta las inversiones y capital de riesgo, Iniciador ha convocado con variedad temática a un variado elenco de ponentes de la talla de Carlos Blanco, Ildefonso Mayorgas o Juan Luís Polo.

La temática y ponentes de pasadas ediciones han sido:

-Abril 08: Carlos Blanco - Blog del emprendedor.

-Marzo 08: Andrés Pérez y Montse Calvo - Marca propia e imagen personal.

-Febrero 08: Rafa Garrido - Expansión internacional.

-Enero 08: Alberto Knapp - Desarrollo de producto.

-Diciembre 07: Ildefonso Mayorgas, Pedro Sánchez, Emilio Márquez y Zaryn Dentzel - Redes Sociales.

-Noviembre 07: Axel Serena - Plan de negocio.

-Octubre 07: Juan Luís Polo - Marketing de guerrilla.

-Septiembre 07: Bernardo Martínez - Presentación de proyectos.

-Julio 07: Networking.

-Junio 07: Jesús Monleón - Inversiones y capital riesgo

-Mayo 07: Jesús Encinar: - Formación de equipos.

-Abril 07: Agustín Cuenca y Oscar Calvo - Dificultades para emprender.

-Marzo 07: Beers & Entrepreneurs.

A través de su blog puedes seguir las convocatorias de reunión. Además del completísimo resumen de cada evento que ayuda, tanto a asistentes como a los que se han perdido esa edición, a reforzar las ideas clave sobre el tema tratado, enlazar su experiencia participando con post sobre el tema o plantear nuevas dudas en torno al feedback generado. Esta respuesta y retroalimentación positiva ha ayudado a que Iniciador haya cumplido ya un año. ¡Y seguro que cumplirá muchos más! . ■

Red.es en el Día de Internet

El próximo 17 de mayo la temática elegida es la "Conexión de las personas con discapacidad: las oportunidades de las TIC para todos"

Desde 1973 la Unión Internacional de Telecomunicaciones (www.itu.int) ha consagrado el 17 de mayo para conmemorar el aniversario de la firma del primer Convenio Telegráfico Internacional y el establecimiento de la Unión Internacional de Telecomunicaciones como Día Mundial de las Telecomunicaciones.

En marzo de 2006 coincidiendo con la celebración de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información se propuso –con la iniciativa del Gobierno español- que el 17 de mayo fuera además el "Día Mundial de la Sociedad de Información", propuesta que fue aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas y que en España se conoce también como Día de Internet, ya que se venía celebrando desde octubre de 2004 bajo esa denominación.

El objetivo de esta celebración es promover la importancia de las TIC y los diversos asuntos relacionados con la Sociedad de la Información.

Red.es, entidad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para impulsar el uso de Internet y la Sociedad de la Información en España, se ha venido ocupando desde el año 2004 de ejecutar los actos centrales de MITYC en colaboración con otras instituciones públicas y empresas privadas del sector. El año 2007 se inició una significativa colaboración con la Casa de América en Madrid con objeto de transmitir a la sociedad un mensaje de oportunidad de expansión de la cultura y la lengua común en Iberoamérica con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Red.es colabora además con el Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación (COIT), promotores del Día Mundial de las Telecomunicaciones en España, y la Asociación de Usuarios de Internet (AUI), promotores del Día de Internet.

En 2008 las acciones que se están planificando girarán entorno a la temática planteada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones ("Conexión de las personas con discapacidad: las oportunidades de las TIC para todos") y la propuesta lanzada por la AUI sobre "Las redes Sociales" como eje central del DDI 2008. En ese sentido, red.es y Casa de América han empezado a trabajar en la definición de actividades relacionadas con la "Integración de culturas, lenguas y personas en la Sociedad de la Información".

Red.es movilizará sus recursos técnicos y humanos para la dinamización de los distintos ámbitos en los que trabaja con motivo del DDI 2008 (telecentros, escuelas de primaria y secundaria, bibliotecas, ayuntamientos, centros cívicos...) y las distintas áreas de la entidad (Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información, Dominios .es y otras) y sus filiales (Cenatic, Inteco, RedIris).

El objetivo es implicar a los colectivos ciudadanos y empresariales comprometidos con el desarrollo de la sociedad de la información y, en particular, con aquellos que trabajan en proyectos dirigidos a la integración de personas. Los actos centrales se realizarán en la Casa de América en Madrid. ■

Más información:
www.diadeinternet.org/2008 y www.red.es

Expolearning

EXPOELEARNING ha batido todos los récords de participación y expectativas.

Ha concluido EXPOELEARNING, el principal Congreso y Salón profesional en España y América Latina para empresas, profesionales, Universidades y profesores del mundo del e-learning organizado por Aefol, el primer Club de marketing de servicios para empresas del sector.

En esta edición se han dado cita más de 800 congresistas de 20 países del 3 al 5 de abril en el Palacio de Congresos de la Feria de Barcelona, en el marco de la "Setmana de la Formació i Treball" ("Semana de la Formación y el Trabajo") de la Feria de Barcelona.

Barcelona ha sido un año más "La capital mundial del e-learning" gracias a la experiencia de participación de 180 ponentes de 15 países y a la exposición de las novedades del e-learning mundial con 40 firmas expositoras de 7 países y con la presencia de más de 800 congresistas de 20 países que durante tres días han compartido experiencias en EXPOELEARNING-2008, el mayor evento de habla hispana en el ámbito de la tecnología aplicada a la formación.

El tema central de esta edición ha sido "La movilidad del e-learning". Empresas líderes como Indra, Tea&Cegos, Telefónica, Microsoft, CSTS-India, Sadiel, Epise o Nanfor Ibérica han mostrado las últimas aplicaciones para la formación en las diferentes plataformas: móviles, pda, iphone y TDT.

La mayor feria de la tecnología aplicada a la formación.

En la zona de exposición, con entrada libre, se ha registrado la entrada de más de 5.000 profesionales y se ha agotado la distribución gratuita de LA GUIA DEL SECTOR con una tirada de 3.500 ejemplares.

Durante los tres días y en 14 actividades diferentes han intervenido los mejores expertos y especialistas de e-learning mundial, así como empresarios del e-learning de países de América Latina: México, Costa Rica, Argentina, Chile, Colombia, Uruguay, Perú y de Europa: Francia. Inglaterra, Alemania, Polonia, también de la India.

Italia ha sido el país invitado aportando la presencia de 12 Universidades y de 50 profesores que han establecido contactos muy importantes con profesores españoles, visitando los salones Futura, Expodidáctica y Estudia para conocer la realidad de la formación universitaria en Cataluña.

El viernes 4 de abril se celebraron cuatro actividades con temáticas diversas:

VIRTUALCAMPUS (Universidad & e-learning) centrado en el mundo universitario y dirigido por el IL3-Universidad de Barcelona. Por primera vez se celebró el VIRTUALCAMPUS-Internacional con entrada libre para los profesores universitarios donde 25 Universidades de varios países mostraron sus últimos trabajos en I+D+i.

MOODLEPARTY sobre las experiencias del uso de software libre en la empresa , que estuvo coordinado por la empresa CVA-Consulting.

"E-learning empresarial y Foro de RRHH" con la intervención de 28 empresas que mostraron sus últimas aplicaciones de éxito.

II Encuentro TiC de CCAA, con la participación de 14 responsables y altos cargos de diferentes Comunidades autónomas que compartieron experiencias y visitaron EXPODIDÁCTICA y FUTURA salones organizados por Feria de Barcelona.

El sábado, 5 de abril se reunieron más de 400 profesores en la Jornada DiM y en los III Premios de la Fundació Impuls para compartir sus experiencias en las aulas el uso de las TIC aplicadas a la educación, en el marco de EDUCAPARTY.

Ronda de Negocios: El Networking en Expoelearning.

Aefol siempre ha tenido muy claro que las Ferias son para vender y el Congreso para aprender. Y como ambos conceptos no tiene que estar reñidos, la zona expositiva con stands estuvo situada en los pasillos junto a las salas de conferencias para favorecer el intercambio y los contactos comerciales.

Son cerca de 60.000 personas las que han participado en los más de 90 eventos organizados por Aefol desde sus inicios en el 2001.

En EXPOELEARNING establecer contactos y relaciones de negocio, profesionales o de conocimiento con otras personas era también parte importante del evento.

Este año se volvió a organizar la "Ronda de negocios: 50 x 1" con gran éxito: la participación de 60 empresarios y una Ronda de Contactos para 40 profesores universitarios. ■

Keiretsu Forum

La red de inversores privados cumple medio año de vida y cierra su primer deal.
Keiretsu, una buena oportunidad para emprendedores en búsqueda de "ángeles"

Keiretsu Forum, la red de business angels más importante de EEUU, y que cuenta con 16 sedes en todo el mundo, aterrizó en Barcelona el pasado 1 de Octubre impulsada por "la Caixa", La Cambra de Comerç de Barcelona, el bufete Roca Junyet y La Salle-URL, con el objetivo de consolidarse como la red de inversores privados referente en nuestro país.

Keiretsu Forum Barcelona está presidida por Xavier Casares, profesional independiente y emprendedor, con amplia experiencia en el sector, pues creó la primera red de inversores privados en España siendo subdirector general del CIDEM (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) de la Generalitat de Cataluña entre los años 1993 y 1995.

En su medio año de vida, el Keiretsu ya ha celebrado 4 foros de inversión, ha presentado 20 compañías y ha analizado más de 160 proyectos. Actualmente cuenta con 47 miembros inversores y con una comunidad relacional de más de 250 personas.

Los foros de inversión son la actividad principal y más importante de Keiretsu, y consiste en presentar a sus miembros oportunidades de inversión en empresas, que han sido seleccionadas previamente por Keiretsu.

Para cada foro, donde se presentan 5 compañías, realiza un análisis de más de 40 proyectos. Una vez presentadas las compañías, Keiretsu organiza los primeros contactos entre los emprendedores y los inversores que han mostrado interés.

Sus "angels" buscan invertir en compañías con alta capacidad de crecimiento, en diversos sectores, y con un volumen de inversión de entre los 250m€ y los 3M€ por operción.

El diferencial de Keiretsu respecto a otras redes de business angels españolas es que sigue el modelo americano de foros de inversión, donde el dinamizador del foro, Xavier Casares, promueve la participación e intervención de los asistentes, abriendo debate y propiciando el networking entre los miembros. Además, al ser una red internacional, permite a sus miembros conocer oportunidades de inversión en otros países, principalmente en EEUU, así como asistir a foros en otras sedes y ampliar su red de contactos en Estados Unidos, Londres o China.

La red también forma parte del programa XIP (Red de Inversores Privados) del CIDEM (Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial) de la Generalitat de Cataluña, que tiene por objetivo fomentar la creación o crecimiento de empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento en Cataluña.

El primer fruto de la labor de Keiretsu ha sido el primer cierre de una operación en sus primeros seis meses de vida, pues como informó Expansión, la sociedad inversora EDAP 2007, SL, dirigida por el Sr. Miquel Costa, ha formalizado una primera ampliación de capital de 300.000 € en la compañía granadina 3DVista España, fundada por José Luís Ruíz, que se presentó en el primer Foro de Inversores celebrado por el Keiretsu.

3DVista España, SL, basada en Granada, se creó en el 2.000 y se dedica al desarrollo de software para creación de visitas virtuales. La inversión realizada servirá para la promocion internacional de los productos de la compañía en España y en el extranjero, puesto que el 90 % de sus 3.000 clientes, entre los que destacan Microsoft e Intel, se encuentran en EE.UU.

Miquel Costa está convencido que realizará más ampliaciones de capital en 3DVista, ya que "es un proyecto en el que Edap 2007 ha creido desde el primer momento, por la confianza generada con los emprendedores y por el convencimiento de estar delante de un producto absolutamente novedoso y de escala mundial". Además, tiene claro que su aportación no es únicamente económica, sinó que "aportamos contactos, experiencia empresarial y capacidad de planificación estratégica".

El cierre de esta operación coincide también con el 1º aniversario de la creación de Edap 2007, fundada por 8 directivos que se conocieron en un programa del IESE, y que ya ha realizado 3 inversiones de referencia y ha analizado 90 proyectos. En estos momentos, está estudiando la entrada en otras compañías.

Sobre Keiretsu Forum Internacional

Keiretsu Forum, fundada el año 2000 por Randy Williams, es la red de inversores privados más importante de EEUU en términos de volumen de operaciones, miembros y sedes. Actualmente cuenta con más de 750 miembros inversores en sus 16 sedes, 13 de ellas en EEUU, 1 en China, Beijin, y 2 en Europa, Londres y Barcelona.

En los últimos seis años sus miembros inversores han invertido más de 175 millones de dólares en 155 empresas de todos los sectores (tecnología, ciencias de la salud, productos de consumo, inmobiliarias...), todas ellas con un alto potencial de crecimiento. ■

www.keiretsuforum.com
barcelona@keiretsuforum.com

Neoencuentros

Los NEOENCUENTROS son sesiones diseñadas especialmente para que, todos aquellos profesionales que participan del NETWORKING, puedan establecer contactos entre sí en un ambiente informal y relajado.

Silvina Epszteyn y Gerardo Khaski son los organizadores de estas sesiónes cuya idea principal es que diferentes contactos puedan juntarse en un ambiente relajado semanalmente para enfocar una interconexión eficaz y construir relaciones personales y de negocio.

La diversidad del grupo es una de las características que más destacan de estos eventos. Además de la satisfacción de que, dentro de esa diversidad, los asistentes puedan encontrar puntos en común en la posibilidad de desarrollo de sus proyectos.

Los Neo-Encuentros se celebran los jueves en FICCIONES, Costanilla de San Andrés 20, Plaza de la Paja, La Latina 28005 MADRID (Madrid). Puedes seguir las convocatorias desde su blog (http://www.neo-encuentros.blogspot.com) o desde el grupo Eventos de Negocio de Viadeo. ■

La revista empresarial líder en Andalucía

Ideas, personas e instrumentos para dirigir la empresa

www.agendaempresa.com

La presión del emprendedor

Hoy en día, existen muchos ejemplos que nos lo demuestran como nuestro Fernando Alonso, además de gran deportista, es todo un ejemplo de resistencia, superación y éxito. He tenido la ocasión de formar directivos y profesionales por años, pero hasta ahora pocas veces se aborda una formación en gestión de las emociones. Forjar excelentes profesionales, deportistas de élite, investigadores de cualquier especialidad, en la técnica es relativamente fácil. Los programas de formación son tan buenos, que consiguen que la gente con talento, sea muy buena haciendo lo que hacen. En el mundo competitivo y despiadado, ahora lo que marca la diferencia entre llegar a la cumbre, o no hacerlo es sencillamente la capacidad de soportar la presión, sin derrumbarse, dándolo todo a tope en cada momento. Sepa que hacen los que triunfan. Y lo que no hacen. Muchos sujetos muy dotados con grandes talentos y enormes cualidades, caen por el camino, y sin embargo recogen la antorcha sus rivales que aunque no tengan tanto talento y cualidades, o formación si son capaces de aguantar el tirón.

Ser empresario no es tarea fácil. Hay muchas decisiones difíciles que tomar, mucha información que valorar, y no siempre uno es experto en la materia, y además las cosas suceden con mucha rapidez. Es frecuente que todo este cocktail, de la prisa y la responsabilidad genere mucha tensión, y esto hace que el asunto se ve desde el mismo ángulo, desde la amenaza. Y desde aquí tendemos a cerrar nuestra mente perdemos ángulo de visión, perspectiva, y capacidad de ver nuevas opciones y/o soluciones. Por ello tendemos a utilizar soluciones ya usadas en el pasado, con lo que no queda espacio para la creatividad. La cuestión para el empresario y para el directivo es que resta capacidad para resolver los asuntos de trabajo, con lo que el círculo vicioso se refuerza: esto genera mas estrés, se preocupa mas aún y cada vez la mente se va cerrando mas y mas, y los problemas sobrevienen hacia uno como una bola de nieve cuesta abajo.

Más que la cantidad de trabajo o la responsabilidad es el dar vueltas a la cabeza lo que origina los problemas de estrés El estrés no tiene por que aparecer por tener mucho trabajo, sino el pensar en el trabajo que hay que hacer. Es decir la anticipación de lo que hay que hacer. O sea, uno vive en el futuro. Con mucho trabajo uno se cansa más o menos, pero no tiene por qué aparecer el estrés. El agobio nace cuando uno hace un trabajo pero está preocupado por otra cosa. De nuevo por estar aquí y tener la cabeza en otra parte. Tiene la mente en un sitio distinto de donde está el cuerpo. Si tengo un trabajo y lo voy haciendo, eso me va tranquilizando, va reduciendo mi estrés.

Por la experiencia veo que las personas que triunfan en este caso en los negocios como en otras áreas de la vida, los que hacen realidad sus sueños hacen las cosas o mejor dicho las abordan con unos patrones similares. Si me permiten, me gustaría dar algunas pinceladas de lo que veo que hacen los que triunfan.

El estrés tiene que ver con el miedo la amenaza del entorno, la ansiedad por anticipación, y pensamientos negativos y bloqueantes. Las mismas cosas pueden estresar a unos y alentar a otros o incluso dejar los neutros. ¿Como hacen las personas que no se estresan y consiguen sacar lo mejor de si mismos para lograr sus éxitos?.

El secreto del Éxito:
Sepa lo que hacen

Hacen lo que tienen que hacer, inmediatamente. No dejan para luego las cosas. “No se comen el tarro”. No piensan demasiado. Una vez analizado y revisado el asunto, tomas la decisión y no le dan mas vueltas. Toman las decisiones y luego las acatan. No son negativistas por defecto. No se enfocan sobre los “y si pasa algo”. Se ocupan de las cosas, en lugar de pensar inútilmente, lo que ya está analizado y revisado.. Conocen sus limites, lo que saben hacer y lo que queda mas que lejos de sus posibilidades. Ordenan sus priorida-

des, las asumen y delegan. Delegan, saben dejar para otros lo que no es objeto de su expertis. Saben moverse en la red. Es mejor conocer a quien sabe algo que saber de todo. Preguntan, utilizan los recursos de su red de contactos. Siempre positivos, constructivos, no caen en el negativismo, en el pesimismo. Son coherentes. No cambian de línea de acción o de pensamiento cada rato. Dudan poco. Controlan la ansiedad de la duda. Win-win. Crean sinergias y colaboraciones en las que ambas partes ganan claramente Crean un modelo de negocio sencillo, claro, sostenible. Se complican poco. Tienen claras sus prioridades, lo demás lo delegan o lo suprimen. No se puede estar en todas partes. Saben gestionar sus emociones, tiene grandes habilidades sociales para manejar con los demás. Mas calidad de trabajo, y menos cantidad a tontas y a locas. Es como ir de francotirador, en lugar de disparar perdigones. Saben desconectar. Tienen otras actividades que les apasionan y que les llenan de energía y vitalidad. Asumen los errores. Aprenden de ellos lo toman más que como un amenaza para su estabilidad del negocio es una oportunidad para aprender a ser mejores. No se recriminan. No a los demás profesionales con los que trabajan. Confían en las personas que tienen a su lado en su negocio. Si las han seleccionado para participar en su proyecto de negocio les otorgan confianza, y son constructivos en su trato con ellos. No tratan de cazarlos en posibles errores, ni de poner en tela de juicio lo que hacen, no los controlan abusivamente, ni cuestionan sus decisiones de forma habitual. Saben que tienen que hacer para calmar su mente y lo hacen. Cuando hay que moverse en terreno en el que no son expertos, calman su mente para estar más atentos, entender mejor el nuevo terreno y ampliar su campo de visión. Para ellos se enfocan sobre el momento presente, abordando cada vez una sola cosa o asunto, uno después de otro. Los contratiempos son parte del juego, no se dejan llevar por el "calentón" del momento. Conocen y saben utilizar sus emociones. De nuevo saben como calmar su mente. Y saben que si hoy no encuentran la solución esta puede llegar mientras practican su deporte favorito, es decir, relajando su mente y dejando que esta halle la solución, mientras se aparta en asunto principal del foco de la atención de la mente. Practican alguna actividad energizante, una pasión, algo que les llena de vitalidad, carga sus pilas y relaja sus mentes. Dan lo mejor de si mismo hasta el final. No se desalientan ante el fracaso, saben que la oportunidad está dentro de cada fracaso y la solución solo aparecerá si se mantienen en calma para percibirla. Reducen el mecanismo de "ir en piloto automático" es bueno para cuando hay que ir deprisa, pero la prisa eleva la confusión y la ceguera emocional Aceptan las cosas tal y como son. Incluidos sus límites reales. No oponen resistencia a las cosas que no les gustan, tanto si son por ejemplo pocas ventas, o a sus propios errores. Viven el momento tal y como es, no como les gustaría que fuera, y lo aceptan. Con ello parten de una realidad verdadera, para resolver sus asuntos.

Son personas que saben gestionar sus emociones de forma que saben como disponer de una conciencia más plena de su estado, de su mente y su cuerpo. Esta habilidad que tienen les lleva a tener la mente más centrada en el momento presente. La técnica de la conciencia plena reduce la ansiedad, la depresión y la hostilidad, con lo que son capaces de generar un autocontrol de calidad que identifica en qué se está ocupando mi conciencia en cada momento. Y tienen una voluntad fuerte y libre, capaz de elegir en que se ocupa la mente cada vez, deciden que asunto no merece la pena y cual sí.

Por cierto, puede utilizar este artículo como un test. Marque el item que vd considere que aún no realiza de esta forma. Si las marcas superan el 50%, considere que necesita gestionar mejor su estrés. Le sugiero el método de la conciencia plena, para una solución duradera. Este método lo encontrará en los programas antiestres de www.socialnetgrossoni.com. ■

Mónica Grossoni
Directora de
SocialNet Grossoni

Networking Activo

www.networkingactivo.com

Networking Activo es una filosofía de trabajo creada por la empresa Networking y Redes Sociales S.L. y Emilio Márquez, que consiste en practicar networking y en el establecimiento de contactos de forma continuada y efectiva.

¿Que hace Networking Activo?

>> Organiza eventos de networking propios, como la Jornada de Negocios

>> Organiza eventos de networking hechos a medida para ti, bajo tu marca y a tu estilo.

>> Organizar dentro de tu evento una sección de networking, o un taller de presentación de proyectos, para que los emprendedores presenten sus ideas ante inversores potenciales.

>> Pone a tu disposición una red social profesional privada (sin ningún coste por tu parte)

>> Se ocupa de promocionar tu marca, darte a conocer, y presentarte contactos interesantes para ti y para tu negocio.

>> Trabaja como incubadora de negocios: recibimos y estudiamos planes de negocios y proyectos, que ponemos a tu disposición, una vez filtrados.

>> Elabora una Revista especializada en Networking, Negocios y Tecnologías de la Información y la hace llegar vía postal a la dirección física que nos facilites si formas parte de nuestra red.

Más Información:
http://networkingactivo.com/
http://networkingactivo.com/blog/

Inscríbete a nuestra red social de forma gratuita:
http://networkingactivo.com/preinscripciones/

Segunda ronda de 13,5 millones de dólares en OLX

OLX es la compañía líder de clasificados generales gratuitos online para el mundo, operando en 51 países y en 10 idiomas.

Se trata de un servicio de clasificados de última generación que ofrece una experiencia más localizada a nivel global. Como tal, OLX ayuda a crear una web social ofreciendo un servicio gratuito y de fácil uso para la comunidad online, permitiendo a los usuarios que intercambien y vendan sus productos, conozcan gente, encuentren un apartamento, consigan un trabajo, compartan sus opiniones y mucho más.

Alec Oxenford, uno de los CEO de la compañía, nos contó durante el Workshop de Emprendedores e Inversores de la II Jornada de Negocios su experiencia buscando inversión para los tres proyectos que ha realizado.

El consejo más importante que podía darnos, según su experiencia, es primero pensar para qué necesitas el dinero, a dónde quieres llegar con ese dinero; y luego ir a por él. Pensar en grande. Y, desde luego, le ha dado resultado.

OLX ha trabajado, sobre todo, con inversores americanos y algunos europeos. Recientemente a cerrado su segunda ronda de inversión en 13,5 millones de dólares.

Jordi Castelló, Vicepresidente de estrategia y socio de OLX, nos cuenta los puntos más destacables de este logro.

"Ayer se cerró la segunda ronda (serie B) de inversión en OLX. La cifra invertida ha sido de 13,5 millones de dólares.

A los VCs (Venture Capital) anteriores (Bessemer Y General Catalyst) se han unido dos nuevos socios, The Founders Found y DN Capital. Ambos son VCs de alto nivel, Founders Found cuenta entre otros con el fundador de Paypal e inversor de referencia en Facebook Peter Thiel. En cuanto a DN Capital se trata de un fondo AAA localizado en Europa.

De esta manera, a los VCs basados en Boston y New York se les une The Founders Found de Silycon Valley y DN Capital con oficinas en Londres.

Para mí lo relevante de esta segunda ronda se puede sintetizar en los siguientes puntos:

En un momento en el que los mercados de capitales no pasan por el mejor de sus momentos, conseguir el apoyo de VCs de la talla de los mencionados es un punto a favor del proyecto.

Fabrice y Alec, CEOs de OLX son además de grandes emprendedores grandes negociadores. Primero fueron 10 millones para la primera ronda y ahora 13,5 los conseguidos a valoraciones de compañía muy interesantes.

Esta inversión ayuda a la compañía a consolidarse todavía más. Con la entrada de cash vamos a poder lanzar nuevos paises y consolidar Rusia y China (países en los que ya estamos presentes y que empiezan a tener buena tendencia).

La oportunidad de ser líder en los países donde Craigslist no es todavía relevante se incrementa. Decir que el cash invertido va a estar destinado a competir con Craigslist no es del todo cierto, ya que el gran reto de OLX es consolidarse en zonas donde todavía hay espacio para nuevos players y no existen líderes con cuotas de mercado muy grandes.

Además, mi sensación es que estamos en un buen momento para la "concentración" de webs. Hacer adquisiciones y sumar nuevos socios y webs a la compañía. El sector de los clasificados se encuentra en la mayoría de países muy atomizado y aún por consolidarse en la mayoría de países.

Mirando la compañía por dentro creo que no hay falta de ideas y proyectos por hacer. Establecer un puente entra clasificados y comunidades, lanzar en el resto de idiomas en los que OLX no está presente, seguir haciendo prueba y error.

En definitiva, si bien queda todavía muchísimo camino por hacer y la inversión no asegura el éxito final de OLX creo que la dirección de la compañía es buena y las posibilidades de éxito cada vez son más altas...veremos que pasa" ■

Diario de un networker rural

Hace ya siete años que empecé mi actividad de turismo rural. Durante este periodo, he visto muchas cosas, he creado algunas, y he tenido que desechar otras. En aquella época en el año 2000, donde las puntocom estaban en un momento álgido y los que buscábamos en Internet un aliado, nos encontrábamos con que casi nadie de este sector, estaba interesado en el turismo rural. Mi apuesta con dos alojamientos en Asturias, www.campondeantrialgo.com pasaba por este medio y su futuro estaba supeditado a él. El emprendedor en el medio rural, pone en valor el entorno, pero carece de la afluencia de clientes que tiene el negocio urbano. Llegar a clientes de toda España era muy difícil. Empecé a aliarme con portales, empresas de posicionamiento, mayoristas y un largo etc de canales de venta, y seguía sin pasar de ese ratio que en turismo rural enciende la luz roja: 100 días de alquiler al año. Y como el hambre empresarial agudiza el ingenio, empecé a ver otras posibilidades de marketing online, y me quedé con una sola, que a pesar de los años sigue vigente como el primero: VENDER.

Empecé a vender los alojamientos en todos los lugares que frecuentaba, a todos los amigos que conocía y comente a mis colaboradores esta situación. Mi sorpresa fue muy grande al ver que muchas personas de mi entorno no conocían mi actividad rural. Ahora, se llama Networking, pero este trabajo en red es la parte del trabajo en persona trasladado al ámbito online. Trabajé muy duro con la tecnología para conocer en qué me podía ayudar y que podía aportar yo a este desarrollo, y me di cuenta de lo importante que es estar formado en esta área. No puedes acudir continuamente al entorno rural para solucionar los problemas como en la ciudad, por lo que debes tener mecanismos que te permitan controlar el negocio en una buena parte a distancia. Eso si, el toque humano es imprescindible, y me encanta como se puede ver en mi blog, dialogar con mis clientes y percibir lo que en boca objetiva, debo mejorar.

Con este pequeño Cóctel, me dí cuenta de que Internet era un camino duro y difícil, pero procuré que en sus avances no me dejara KO. Era mi salvavidas. Con él, me abroché bien y navegué. Llegué a pensar que podría seguir ampliando mi negocio, que hoy está en seis casas rurales, o sea treinta y cuatro plazas. Y como en el mercado existía un nicho de mercado en la creación y gestión de alojamientos rurales, creé www.ruralvalue.com , la primera franquicia de turismo rural en España, la cual me ha posibilitado el acercamiento al turismo rural de otros países con los cuales empezamos a trabajar. Y como no hay un lugar seguro para alguien que le va la marcha empresarial, estoy analizando ciudades en España, para desarrollar un modelo de negocio turístico urbano.

Así pues, mi modelo de negocio empezó en el ámbito rural, camina por lo urbano, y es posible que termine en otras categorías de turismo. La importancia de mis negocios, sean urbanos o rurales, es la importancia de las personas. Y estas, decidieron que el mundo online, juzgaría mi futuro. Hoy, más que nunca, me siento parte de él y no creo que exista un músculo más potente capaz de mover culturas, negocios y en definitiva personas, que son las que hacen que tu negocio eleve su visibilidad, independiente del ámbito de aplicación.

Saludos cordiales, ■

Juan Otero
www.juanotero.es

¿CANSADO DE EVENTOS ABURRIDOS?

DESCUBRE UNA NUEVA FORMA DE INCENTIVAR A TU EQUIPO O A TUS CLIENTES CON JUEGOS INTERACTIVOS EN GRUPO.

COMBINA LA DIVERSIÓN Y LOS NEGOCIOS EN UN AMBIENTE FUTURISTA.

EN QUASAR ELITE TENEMOS TODO PARA QUE TU REUNIÓN DE EMPRESA SALGA A LA PERFECCIÓN: SALA DE PRESENTACIONES, BAR-CAFETERIA, SERVICIO DE CATERING Y NUESTRO EXCLUSIVO JUEGO LÁSER CON MÁS DE 400 POSIBILIDADES DE JUEGO Y OBJETIVOS: DIVERSIÓN, COMUNICACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO.

- ✓ 7 locales en España y más de 250 centros de ocio en todo el mundo.

Bilbao - C.C. Bidarte - Calle Lehedakari Aguirre 29
Blanes - Calle de la Sarfa, Nave 22
Getafe - C.C. Getafe 3 - Plaza de Juan Carlos I nº1
Las Rozas - Parque Empresarial Europolis - Calle V, 3 (Karting Carlos Sainz)
Rivas - C.C. Parque Rivas - Av. de la Tecnica s/n - A3 Km 17,5
Tres Cantos - C.C. Ciudad Tres Cantos 3C - Av. de los Labradores, 9-11
Torrejon de Ardoz - C.C. La Guitarra - Av. Circunvalación, 26

- ✓ Y 26 centros en proceso de construcción.

QUASAR ELITE

LET´S GO LASER CRAZY!

www.quasarelite.es

Restaurante Las 3 Manolas

El Restaurante Las Tres Manolas, catalogado como uno de los mejores restaurantes en Madrid en opinión de los medios más importantes de Internet en la fecha de su apertura, ha conseguido convertirse en una referencia sin objeciones como nuevo concepto en la cocina tradicional con toques de innovación.

Sus grandes logros se centran en su especialización en cocina del Norte, una gran apuesta por la relación calidad-cantidad-precio, y el trato cercano con el cliente en un entorno romántico, moderno y al mismo tiempo tradicional y sencillo.

Su situación en las inmediaciones del Palacio Real, la Catedral de la Almudena y el Teatro Real de la Ópera, entre otros singulares emblemas del centro madrileño, es un reclamo sin igual para la totalidad de sus, cada vez más asiduos, clientes. Un agradable rincón en el corazón del Casco Histórico de Madrid, que nos hace recordar los encajes, los mantones de manila y los portes majestuosos de las tres originales del vasco Zuloaga de las que toma su nombre.

El comedor, de aproximadamente 32 cubiertos, conjuga a la perfección atributos esenciales en un restaurante de esta categoría: es acogedor, posee un elegante diseño, y en definitiva, resulta un local entrañable. Entremezcla perfectamente diversos tonos de manera elegante, acertando en la combinación de rojos, plateados y negros. Otros detalles adicionales como la tenue música que envuelve a los comensales o esa vela con colocación precisa sobre la mesa, marca la diferencia en una prometedora velada.

Su atmósfera, muy versátil, aporta un marco ideal tanto para cerrar un trato o una negociación de empresa, como para una cita romántica a la que acudir con nuestra pareja a disfrutar de la buena mesa.

A la entrada, nos recibe una barra que supone un espacio orientado a degustar un saludable y exquisito pintxo, a escoger entre la gran oferta dispuesta sobre la misma, acompañándolo de una cerveza o un buen vino. Tan solo es necesario observar su carta de caldos, la cual recorre una amplia variedad de caldos españoles, para darse cuenta que han sido perfectamente escogidos, acordes con la gastronomía del local, compañía especialmente agradable para una oferta culinaria que supone un auténtico homenaje a la tradicional cocina vasca. Así lo demuestran excepcionales elaboraciones, como la atractiva Ensalada de Ventresca a la Vinagreta de Miel -que cuenta con una presentación en torre, capa tras capa cuidadosamente alineada, la cual denota el esmero y dedicación con los que se realiza-, el sabrosísimo Entrecot de Buey –una espectacular pieza de gran calidad elaborada únicamente con escamas de sal gruesa sobre su superficie, que potencian su sabor bocado tras bocado- o la impactante Merluza Tres Manolas –plato estrella de su jefe de cocina-.

No debe dejar de probarse el postre por excelencia de la casa, el Goxua -un auténtico placer con fondo de nata, borracho de ron y bañado con crema pastelera caramelizada en su parte superior-. ¡Exquisito!

Las Tres Manolas es un restaurante que no defrauda, un “5 cucharetes”, ideal tanto para disfrutarlo a la carta como mediante su menú ejecutivo semanal, que nada tiene que envidiar a la misma. Reside en nuestra memoria como el flamante organizador del ya mítico “Sabadete de Cucharete” en su primera edición, un éxito que le llevó a lo más alto, aprovechando el efecto que produce un evento de tal magnitud.

En Cucharete.com encontramos también una entrevista a Jonkar Alday -Chef del local-, quien nos muestra sus inicios en la cocina y nos acerca de una manera amena -mediante la respuesta a unas sencillas y curiosas preguntas- al restaurante en el que cada día crea sus sabores, con el único fin de deleitar a sus comensales. ■

Restaurante Las 3 Manolas
C/ Vergara, 14 (Madrid)
Metro: Ópera

Crítica completa, opiniones y fotografías disponibles en Cucharete.com

TORRE REMEDIOS

★★★★★

UN SÍMBOLO PARA SU EMPRESA

En el mundo de los negocios de Sevilla, Torre de los Remedios es todo un símbolo.
Por ubicación, por su arquitectura, por sus calidades

OFICINAS DESDE 50 a 1200 m² DISPONIBLES EN ALQUILER

L.B.Gestión, S.A.
Tel. 954 27 15 07
www.torreremedios.com

En Av. República Argentina, 24
Desde 1982, Imagen de Sevilla

¿Qué esperan los emprendedores de la Administración?

Hay una palabra que podría resumir todas las respuestas a esta cuestión: facilitar.

En primer lugar, facilitar un entorno fiscal y laboral favorable, quedando todavía bastante por hacer, sobre todo, en relación a países de nuestro entorno europeo. En segundo lugar, facilitar la creación y gestión administrativa que supone hacer nacer una empresa, donde se han dado ya algunos pasos con la creación de la red de ventanillas únicas y la generación de la sociedad limitada nueva empresa y los puntos de tramitación PAIT. En tercer lugar, facilitar contextos favorables para la consolidación de empresas: viveros, centros de negocios, incubadoras,..., los podemos llamar de varias formas. En este sentido, todavía queda bastante por hacer porque existen demasiadas barreras para acceder a los viveros y éstos no son tan competitivos en precios y servicios respecto a otras ubicaciones. En cuarto lugar, facilitar financiación, pero no hablo sólo de otorgar ayudas o subvenciones, que también, sino de crear instrumentos para acercar inversores privados a emprendedores o intermediar con el sistema financiero para profesionalizar el sistema de microcréditos. En quinto lugar, facilitar redes de contactos o redes sociales y activarlas y dinamizarlas, o sea, generar continuamente redes entre potenciales clientes y proveedores. En sexto lugar, facilitar la transferencia de conocimiento y tecnología entre universidades y empresas. Mencionar en este caso dos ejemplos: la Universidad Santiago de Compostela, liderando todo un conjunto de instrumentos para favorecer la gestión y transferencia de conocimiento; y el proyecto Campus de la Junta de Andalucía, incentivando la creación de empresas por parte de proyectos de investigación de las universidades andaluzas. Y, por último, es necesario coordinarse entre todos los dispositivos e instrumentos administrativos que existen para el fomento y apoyo a la creación de empresas. Existen recursos pero falta capacidad de liderazgo político para abanderar y ser referente en una ciudad, ya no digo en una comunidad autónoma, en el apoyo a la creación de empresas.

Sin duda, conforme han ido pasando los años se han fortalecido ciertas funciones priorizándose sobre el resto, pero lo que no cabe duda es que la administración sigue teniendo un papel fundamental en todo proceso de creación y consolidación de empresas. ■

Miguel MACÍAS
Responsable del Centro de Recursos Empresariales Avanzados, CREA

Publicidad digital: Consultores vs vendedores

Desde hace más de tres años, en el Grupo Joly contamos con un equipo especializado para la venta de publicidad digital. Especialistas que vienen del mundo de la publicidad interactiva o de la gestión de empresas y proyectos digitales. Un equipo que se ha creado para atender al crecimiento y a la demanda de publicidad digital frente a otros soportes, que empiezan a caer en el desuso. Sin embargo, la introducción de estos formatos, nuevos para muchos clientes y agencias de publicidad, está contando con dificultades, que nos han hecho cambiar nuestro enfoque inicial y dedicar más recursos y tiempo a la consulta, información y formación de los clientes, al estudio y análisis de sus necesidades (siendo más que un equipo comercial un equipo de consultores en muchas ocasiones).

Cuando comenzamos a ponernos en contacto con nuestros clientes potenciales, nos dimos cuenta de la desconfianza que generaba un soporte desconocido, pero sin embargo, el interés que despertaba y la dificultad que estaban encontrando para conseguir información fiable y adaptada a sus dudas y necesidades. Quizás lo más llamativo, en algunos casos, era el "miedo a lo desconocido". El mundo digital, con su amplia lista de palabras en inglés, se presentaba como algo lejano para ellos. De aquí que lo primero que tratamos fue traducir conceptos, aplicar metáforas y facilitar el acceso, demostrando que no era nada más que una mejora tecnológica en la publicidad de toda la vida, gracias a la cual conocerían mejor a sus clientes y tendría datos fiables de resultado de sus campañas.

El segundo paso, dada la demanda de conocimientos al respecto, fue facilitar a nuestros clientes la información y formación de su interés, creando de este modo una Newsletter para profesionales de la publicidad, enfocada a mostrar las ventajas de los distintos formatos creativos, ejemplos de campañas de éxito y noticias de interés para apoyar este acercamiento a la publicidad digital. A esta news, que periódicamente hacemos llegar a nuestros anunciantes, le acompañaron encuentros con agencias en distintas ciudades, donde presentábamos nuestros soportes pero sobre todo, solventábamos sus dudas y apoyábamos la confianza en el entorno, que para ellos, seguía siendo nuevo.

El tercer paso, y quizás el más importante, fue escucharles. Quizás a anunciantes locales, con unas necesidades concretas y diferentes que las que tienen las grandes marcas, no les resultaba del todo operativo campañas generales de impresiones en soportes digitales. De ahí que comenzamos a crear productos adaptados a sus objetivos, presupuestos y estrategias de marketing.

Si bien no hemos tenido ni un cliente descontento, dado el seguimiento posterior que hemos hecho de sus campañas y la atención que hemos prestado a los mismos, podemos decir que entre los clientes que se han llevado a cabo acciones a medida, esta adaptación ha generado una actitud mucho más positiva y unos resultados increíbles.

Por supuesto, esta inversión en tiempo y recursos sabíamos que tendría a medio plazo frutos: Hemos conseguido una cartera de clientes fieles y que confían en nuestras propuestas, porque si algo hemos hecho en todo momento ha sido escucharles, adaptar nuestros productos a sus requerimientos y demostrarles que Internet es tan sencillo (o más) que una campaña en medios tradicionales, y donde además, las ventajas son muchas (y no sólo económicas).

También es importante destacar que en nuestro equipo hay pocos profesionales que vengan del mundo comercial y sí de la consultoría y el desarrollo web.

En definitiva: seguimos diciendo que todo lo que está fuera de la red, puede estar dentro. La creatividad al poder, las ganas de trabajar y la confianza en Internet son los secretos para un éxito seguro. Y no decimos nada nuevo si a esto le añadimos el saber escuchar a los clientes, pero... Es que es justo así. ■

Pilar López casquete de Prado
Gerente Joly Digital
Periódicos Digitales del Grupo Joly
y otros proyectos en Internet

Open Source está de moda

Aunque no es una expresión nueva, la primera vez que se utilizó fue en 1998 por usuarios de la comunidad software libre, últimamente se escucha hablar con más frecuencia del Open Source (OS) y entre las definiciones se incluyen entre otros, términos como software libre (licencia), código fuente, código abierto o libre distribución. Podemos decir que Open Source permite el uso, modificación y redistribución de la información libremente. Lo que resulta interesante es que a partir del OS encontramos conceptos similares como Open Content, Open Access, Open Directory y Open Data, todos bajo la filosofía de libre uso.

En una conferencia sobre Open Source, realizada hace unos días en Amsterdam por un grupo de profesionales hispanos, me percaté de que el gran número de asistentes era de abogados, interesados en conocer más sobre lo qué realmente se puede distribuir y utilizar libremente y lo qué no. Los derechos de copiar información, modificarla o distribuirla están bajo licencia en un escenario Open. La licencia pública general de GNU, creada en 1984 por Free Software Fundation es la licencia OS más usada y se orienta a la protección del libre uso, modificación y distribución de software. Todo software licenciado por GNU está protegido contra cualquier intento de apropiación que limite las libertades del usuario. Existen otros tipos como la licencia de documentación libre de GNU (GFDL) que cubre los contenidos de Wikipedia; Open Audio, para material músical; o el Open Content Licence Agreement (OPL) que permite la distribución y uso de la información tal y como fue recibida.

Como ejemplos de Open Content tenemos a wikipedia (www.wikipedia.org), la enciclopedia que supera en número a la británica, editada en más de 250 idiomas con más de 75 mil colaboradores. DMOZ (www.dmoz.org) directorio editado en 17 idiomas, entre ellos el hebreo y letón y que también es usado por Google; este directorio permite colocar datos, websites, asi como descargas y usos sin que ello represente costo para el usuario a diferencia de Yahoo o LookSmart. Open ICEcat (www.openicecat.com) es un proveedor de información de producto en la forma de fichas técnicas en 18 idiomas dirigido al sector informático que permite al usuario implementar fichas de descripción técnica -incluyendo fotografías- de marcas como HP, IBM, Acer, Toshiba, etc, en su propio sistema y participar en un sitio de comparación gratuito (free leads).

De igual modo en el caso de OS, el más popular de todos los sistemas es Linux que a la fecha cuenta con más de 27 millones de usuarios en el mundo (http://counter.li.org). Linux es el sistema operativo (OS) que más dolores de cabeza ha creado a Microsoft, sobre todo por el gran respaldo que Linux recibe de empresas como IBM, Novell, HP, y otras. Cabe mencionar que a principios de marzo en la exhibición Cebit en Alemania, IBM anunció que distribuirá en Europa del Este, PC's con distribución Linux de RedHat, reduciendo los costes de la informática de escritorio a la mitad, hecho que incrementaría la batalla entre Microsoft y las alternativas Open Source en los próximos años por ganar negocios en esta parte de Europa.

Otros ejemplos son HTTP Apache un servidor, mucho más grande que Microsoft de código abierto para plataformas Unix, Windows y Macintosh; osCommerce, software de comercio electrónico y administración online, y sus hermanos Zencart, Batavi, etc...

La filosofía parece extenderse, si pensamos en Open Source/Open Content el significado es un poco más profundo en realidad. Está basado en el derecho humano sobre free flow information and knowlodge (libre circulación de información y conocimiento). El tiempo en donde el acceso a todo nuevo conocimiento se limitaba o se mantenía dentro de las paredes de instituciones u organizaciones está pasando, sobre todo debido a la avalancha de información disponible. Acceso libre (Open Access) a información no solamente es posible, sino que es necesario y en ello los roles que desempeñan tanto las insituciones educativas como públicas juegan un papel importante. Como ejemplo de ello, en Ginebra – Suiza, según el diario Tribune de Geneve, todos los ordenadores de las escuelas públicas dispondrán exclusivamente de Ubuntu (sistema operativo de distribución Linux) a partir de septiembre próximo eliminando por completo el MS Windows y pasando a ser FOSS (Free Open Source Software). ■

Karina Miñano
Marketing & Sales,
Spain & Latin America
ICEcat.bi

berggi video

Todos tus vídeos en el móvil

Berggi Video es la primera aplicación que permite tener un canal de vídeos en el móvil

Tus empleados, clientes y usuarios podrán acceder a tu canal desde su móvil

La inserción de los contenidos y su administración se realiza fácilmente por la propia empresa desde la web.

Mónica Bloom CEO de Stamnet dirigiéndose a sus empleados

www.berggi.com

Berggi Inc. C/ Playa de las Américas 2, Las Rozas 28290 MADRID. Información: 91- 748 23 45

Periodismo Digital y Ciudadano

Los blogs y la prensa digital interactúan en la red compartiendo distintas secciones dentro de un mismo espacio

Blogs y periodismo digital. Ambos interactúan en la red compartiendo distintas secciones dentro de un mismo espacio. La inserción de los primeros en la prensa digital se ha convertido en un fenómeno englobado dentro del periodismo ciudadano. Desde hace unos años se ha expandido con mucha rapidez en el mundo de la comunicación e información. Para algunos sectores este hecho se conoce como un modelo de periodismo alternativo, si es realizado por periodistas. Así lo afirma Jesús Miguel Flores Vivar en su página sobre el III Congreso Internacional sobre periodismo en la red. Y también es conocido como un modelo de periodismo participativo, si es la audiencia la que participa e interactúa. Pero a su vez este fenómeno tiene sus ventajas y desventajas. Se ha debatido sobre ello en foros nacionales e internacionales. Pero lo que está claro es que periodismo o no; buena parte de su existencia se conoce por su difusión y divulgación a través de medios de comunicación tradicionales.

Los blogs están encuadrados dentro de las redes sociales. Cada vez empiezan a ganar más adeptos en el entorno de la información general y especializada. Para el periodista Carlos Alonso Jiménez, responsable de comunicación de Emailing Solution, el fenómeno de los blogs ha contribuido a tratar la información desde el punto de vista de la transparencia y deja un poco de lado la objetividad; el principio básico en el periodismo: "El fenómeno de los blogs ha ayudado a desterrar definitivamente la idea de objetividad y sustituirla por transparencia y honestidad. No es necesario ser totalmente objetivo en los reportajes e informaciones, algo imposible por otro lado, siempre y cuando seamos honestos y sinceros en cuanto a los condicionantes que podamos tener a la hora de escribir un artículo".

Para el joven periodista los blogs han desmitificado la profesión de periodista. En su opinión han ayudado a que personas que no tenían acceso a los medios de comunicación puedan transmitir información. "En ese sentido, el periodismo ciudadano viene a cubrir los vacíos de las agendas informativas de los medios, ya que aportan información relevante en temas", señala. Para Alonso los blogs dan audiencia a temas "que los medios tradicionales tienden a ignorar".

Según el responsable de comunicación de Emailing Solution; la incorporación de blogs en los medios digitales equivaldría a los artículos de opinión de los periódicos impresos: "No ha sido otra cosa que cambiarle el nombre a lo que eran columnas de opinión".

Fenómeno de la prensa digital o no; lo que está claro es que el uno es el refuerzo del otro. Así lo ha podido constatar hace una semana Miranda Wilkotz, que ha podido ver publicada una reseña de su blog en el suplemento El Viajero de El País. Wilkotz trabaja como consultora de empresas de moda. Su blog, Barcelona to you, ha podido figurar en una de las principales cabeceras de prensa impresa de España . "Casi todo mi vida profesional ha sido en el mundo de la moda; de allí mi idea para un blog sobre shopping".

Para ella la relación que guardan los blogs con el periodismo digital es que "los primeros son la evolución del periodismo digital. O mejor dicho, son la forma que el periodismo toma en la Web 2.0". En su opinión, lo que éstos aportan al periodismo es que éste "es más rápido en responder y publicar noticias. Más transparente y ha dado la oportunidad de ser escritor. Ya no hay que tener un periódico o una editorial para ser un autor conocido". A su modo de ver "han facilitado el hecho de opinar u utilizar un criterio personal a periodistas tradicionales". Y es que blogs y prensa digital interactúan entre ellos: "La majoría de los periódicos digitales tienen blogs escritos y/o moderados por sus periodistas", señala Wilkotz.

En lo que concierne a lo que aportan los blogs al periodismo Miranda Wilkotz señala que aunque "no todos los blogs son periodísticos, muchos están en la frontera entre algo más periodistico y un diario perosonal". Y es que "está claro que el periodismo es el punto de partida para blogs", concluye. ■

Para más informacación visitar:

http://astillero.org/fronteras
http://barcelonatoyou.blogspot.com

Una invitación a co-crear experiencias turísticas creativas

Mucho se habla del modelo sol y playa y de sus limitaciones. Es hora ya de que el sector turístico comience a dar nuevas respuestas a los retos que se le plantean. Renovarse, aplicando los conceptos de la economía de las experiencias. La co-creación y el turismo creativo son, sin duda un camino a explorar por el sector turístico.

En 1999, Pine y Gilmore acuñaron el término economía de las experiencias que desde entonces ha recorrido el mundo. Las experiencias, según diversos autores, se diferencian de los productos o servicios en el hecho de estar diseñadas con el objetivo de implicar emocionalmente a los clientes. Las experiencias ocurren como consecuencia de confrontar, experimentar, o recrear situaciones que transforman al sujeto. De esta manera, las empresas aumentan el valor de un producto o servicio al añadir "una experiencia memorable" a las funcionalidades o atributos ofrecidos. Básicamente, las experiencias se diseñan desde dos dimensiones conceptuales: el grado de participación de los turistas (activo a pasivo) y el grado de implicación en la experiencia (inmersión a absorción).

Las experiencias proporcionan valores sensoriales, emocionales, cognitivos, relacionales y de comportamiento, que complementan a los meramente funcionales. Pese a que los clientes se implican frecuentemente en elecciones racionales, la mayoría de las veces sus actos son consecuencia de decisiones emocionales. En el sector turístico el componente emocional cobra aún mayor relevancia.

Desde la perspectiva europea, varios autores advierten sobre el peligro de caer en la artificialidad teatralizando en extremo las experiencias ofertadas, perdiendo de esta manera autenticidad. No hay que olvidar que no es tan crítico el nivel de sofisticación de la experiencia en sí, sino la autenticidad, riqueza y calidad de la misma.

Richards y Raymond introducen en el año 2000, el concepto turismo creativo que se define como el turismo que ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias enriquecedoras que son características del destino vacacional escogido.

Investigaciones realizadas en los últimos años indican que hay un incremento en el número de turistas que buscan oportunidades para desarrollar su potencial creativo, participando activamente en experiencias ligadas al entorno que visitan. Estas tendencias en el turismo sugieren que viajar ha llegado a ser un medio para la realización personal, el aumento de la identidad y la expresión personal. Y, quizás aún más importante, a los viajeros no les alcanza con simplemente "estar allí" sino que desean participar, aprender y experimentar el "allí" que visitan.

Diseñar y ofrecer experiencias de turismo creativo significa para las empresas turísticas cambiar el foco. Pasar del "qué quiero ofrecer", para posteriormente decidir a quién y por qué; a identificar el quién y conjuntamente con los turistas co-crear la oferta, integrando a empresas que ofrezcan servicios complementarios y a las comunidades locales. La Dra. Esther Binkhorst, colaboradora de Turismo Sant Ignasi, ha publicado sendos trabajos de investigación en esta línea (ver entre otros: http://www.esade.edu/cedit/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf)

El principio de co-creación o creación compartida es un enfoque desarrollado por Prahalad y Ramaswamy, autores del libro "The future of competition" publicado en 2004. El valor es co-creado por la empresa y el cliente, tanto en las fases de concepción y desarrollo como en la de ejecución. La implicación activa de las partes en los procesos de creación compartida, potencia el diálogo y la transparencia incrementando el nivel de compromiso. Un ejemplo de iniciativa en esta dirección es la reciente apuesta de Turismo de Barcelona (ver http://www.barcelonacreativa.info/ principal.asp).

Co-crear significa trabajar en equipos interdisciplinarios, sacando provecho de la creatividad y la ima-

ginación de los participantes, de todos y cada uno de ellos. La polivalencia profesional en el sector turístico será aún más necesaria que en la actualidad, por lo que la educación, tanto académica, artística como emocional, cobra una importancia capital. La educación integral, que potencie la creatividad y la innovación, se convierte en un factor fundamental de competitividad.

José Antonio Marina explica que los seres humanos estamos movidos por dos motivaciones fundamentales: el bienestar y la ampliación de nuestras posibilidades. Necesitamos pasarlo bien, escribía, pero necesitamos también hacer algo de lo que nos sintamos orgullosos. Precisamos una vida cómoda, puntualizaba, pero también una vida creadora.

Esta reflexión es válida tanto para las personas que trabajamos al servicio del sector turístico como para los propios turistas. Co-crear significa reunir, cooperar, agregar. Co-crear significa renovarse continuamente.

¿Cuáles son las posibilidades de aplicación de lo anteriormente explicado al sector turístico español? No hay límites a la imaginación ni tampoco recetas mágicas. Este corto artículo pretende compartir unas primeras pinceladas teóricas. Así, invito a los lectores a reflexionar sobre los conceptos, a descubrir emprendimientos innovadores en su entorno y a dar unos primeros pasos hacia la co-creación. Llega la hora de renovarse. ■

Daniela Freund de Klumbis
TSI – Turismo Sant Ignasi
ESADE - Universitat Ramon Llull
TSI – Turismo Sant Ignasi

Turismo Sant Ignasi, de la Universidad Ramon Llull, es un centro de enseñanza universitaria que, promovido por la Compañía de Jesús y la Fundación ESADE, tiene como misión la formación y la profesionalización de las personas, en clave de excelencia, para ofrecer un servicio de calidad en el sector turístico.

Ofrece estudios de grado en Turismo y un Master oficial - el Innovative Hospitality Management - de un año de duración. Para más información: www.tsi.url.edu

Comentarios o sugerencias sobre el artículo pueden enviarse a daniela.freund@stignasi.fje.edu

Networking ante la crisis del sector TI: la unión hace la fuerza

La preocupante desaceleración económica que está experimentando la economía global está repercutiendo especialmente en el sector inmobiliario y en el mundo TI. Prueba de ello son los datos que se desprenden de un reciente informe de la consultora Axesor, según los cuales la creación de empresas informáticas ha descendido en un 12,4% durante 2007, y el horizonte para 2008 no invita ni mucho menos al optimismo -más bien todo lo contrario-.

Al margen de un escaso número de agentes del mercado que son grandes superficies, la amplia mayoría del sector está compuesta por pymes, al igual que sucede con el entramado empresarial español. Ante la pasividad del Gobierno, más centrado en medidas efectistas que efectivas para frenar la crisis, el pequeño comercio tiene que empezar a mover ficha por su cuenta, y para ello el fortalecimiento de las relaciones entre todos nosotros es fundamental.

Ante los primeros indicios de una crisis el consumo se resiente, al no tratarse de productos básicos el ciudadano, como es lógico, prefiere no comprar por si las cosas van a peor. Los grandes jugadores del mercado pueden permitirse reducciones en sus márgenes de beneficios gracias a la venta por volumen, nosotros no. No olvidemos que las pequeñas empresas aportamos un servicio muy diferenciado, ofreciendo a cada cliente un producto específico y adaptado a sus necesidades, este es nuestro valor añadido frente a los grandes, valor que debemos saber vender y hacer valorar a nuestros clientes.

Por ello, el networking emerge como protagonista para buscar entre todos las mejores oportunidades, coordinando agendas e iniciativas. Al respecto, la puesta en común de los contactos con los que cuenta un negocio en particular se ha mostrado como una medida tremendamente efectiva en el mundo del marketing. Las nuevas formas de networking, gracias a las posibilidades que nos brinda la red, son a menudo mucho más útiles que otro tipo de reuniones formales, y sin duda alguna, su alcance es más amplio. Por poner un ejemplo de las posibilidades del networking, a través de Internet podemos poner a disposición de nuestros

asociados carteras de clientes interesados en los servicios que este ofrece, redirigir la demanda de uno de nuestros clientes a un partner que pueda satisfacer ese servicio, e incluso poner en común impresiones e información de cara a resultar más competitivos en el mercado.

En el mundo de las relaciones sociales ocurre igual. Puede que un distribuidor conozca a alguien que busca algo en concreto, y que él directamente no puede ofrecer pero otro si. Estableciendo un contacto fluido a través del networking, ambos pueden aprovecharse de las oportunidades que se escapen de nuestro ámbito, mientras que nosotros obtendremos un favor similar en cuanto surja la oportunidad. Podemos acceder a nuevos proyectos e iniciativas que antes desconocíamos, al mismo tiempo que otros sujetos y empresas pueden llegar a conocer de primera mano nuestras propuestas.

Otro factor fundamental que aporta el networking es la posibilidad de poner cara a lo que hasta un momento dado sólo eran frías cifras o palabras escritas en un documento impersonal. Muchas veces resulta mucho más determinante la empatía que pueda surgir entre dos partes que el propio contenido de la propuesta, conviene no olvidarlo. Si recurrimos nuevamente a un ejemplo, el caso de alguien que busque trabajo y cuente con un círculo de amigos lo suficientemente amplio resultaría lo bastante elocuente; siempre lo tendrá más fácil ante la adversidad, y será más capaz de encontrar nuevas oportunidades y caminos a los que recurrir en caso de no avanzar en sus propósitos.

Desde Akko sabemos muy bien la importancia que tiene establecer una relación de confianza mutua con nuestros asociados, por nuestra parte esperamos superar este periodo de crisis gracias a nuestro programa de distribución que, agrupando distintos establecimientos minoristas de la Península, nos permitirá plantar cara a los grandes protagonistas del sector. Corren malos tiempos para llaneros solitarios. ■

Blas Barriendos
Gerente de Akko Systems

Lleida.net, en el Mobile World Congress 2008

Lleida.net es un operador de servicios SMS que a través de enlaces y acuerdos de interconexión con una extensa red de operadores de telefonía permite gestionar el envío y recepción de mensajes cortos a través de Internet.

"Como cada año desde Lleida.net, acudimos a la renombrada recientemente Mobile World Congress 2008, en Barcelona. En esta nueva edición tuvimos la oportunidad de presentar el primer servicio de envío de SMS certificado, que puede ser utilizado para notificaciones urgentes con carácter de prueba frente a terceros. Este novedoso servicio proporciona Certificación del contenido y fecha de envío mediante Copia Certificada con acuse de recibo. El servicio de SMS certificado está disponible desde ahora para destinos en todas las operadoras de los 27 países que componen la Unión Europea.

Desde nuestro stand, pudimos presenciar las ventajas fundamentales en el uso del SMS certificado y comprobar en una interacción directa con el usuario las distintas experiencias que éstos manifestaban. Los clientes, procedentes de diferentes nacionalidades, subrayaban las bondades del servicio, puesto que comprobaron que, "la certificación es muy rápida y todo el proceso dura unos segundos; permite envíos automatizados a varios miles de destinatarios; es muy económico y resulta ecológico porque no se utiliza ningún consumible como papel o tinta en todo el proceso", comentaban.

La mayoría de los clientes nos preguntaron sobre las aplicaciones del SMS certificado, una vez que el usuario dispone de un acuse de recibo firmado y sellado digitalmente. Las aplicaciones van en consonancia con el perfil del cliente en la Mobile World Congress, abarcando un amplio espectro, desde la Administración Pública, despachos jurídicos, procuradores, empresas de servicios y suministros, a empresas de seguros, banca etc.., en definitiva, cualquier particular que necesite usar un servicio de certificación por SMS.

Para Lleida.net esta ha sido, como en ediciones anteriores, una feria muy importante para nuestro desarrollo empresarial hacia el mercado internacional, donde contamos con acuerdos con más de 1.000 operadoras en todo el mundo, constituyendo una red internacional de comunicación por SMS que alcanza a 187 países." ■

Gerardo Neistat Berman,
Director de Comunicación de Lleida.net

Nokia

La edición de Mobile World Congress de 2008 sirvió de marco para que el presidente y consejero delegado de Nokia, Olli-Pekka Kallasvuo, reforzara la visión de la empresa de aprovechar las ventajas y oportunidades de Internet con la presentación de una nueva línea de dispositivos convergentes y servicios que promueven la colaboración entre usuarios y la posibilidad de compartir.

Nokia dejó claro, en su stand, que considera que los servicios basados en la localización, como los mapas y la navegación, serán una plataforma fundamental en el desarrollo de los dispositivos móviles. Con Nokia Maps 2.0, por ejemplo, mejoran su navegación peatonal.

Además, Nokia presentó 'Share on Ovi', una nueva comunidad gratuita de intercambio de experiencias personales que permite enviar, administrar y compartir fácilmente archivos a través de un móvil, un ordenador de sobremesa u otro dispositivo conectado. Está diseñado para más de 100 tipos de contenidos diferentes, con almacenamiento y número de cargas al mes ilimitados para subir dichos contenidos a la red.

El muy concurrido stand de Nokia contó con toda su amplia gama de dispositivos móviles, entre los que destacaron los que saldrán al mercado en este segundo y tercer trimestre del año:

- El Nokia N96, optimizado para vídeo y televisión. Con pantalla de 2,8", 16 gigabytes de memoria interna y capacidad para vídeos de alta calidad en una amplia variedad de formatos.
- El Nokia N78. Ha sido diseñado para sacar el máximo partido a la nueva gama de servicios Nokia, como Nokia Music Store, Nokia Maps y Share on Ovi.
- El Nokia 6220 classic ofrece una cámara de 5 megapíxeles con funciones A-GPS. Permite captar, etiquetar, editar y compartir online, de un terminal a otro, imágenes y vídeos de alta calidad, o incluso verlos en un televisor.
- El Nokia 6210 Navigator es el primer dispositivo móvil con GPS de la compañía que integra una brújula para la orientación de los peatones. ■

El Congreso de Barcelona, en la TV móvil

SIDSA es un proveedor global de tecnologías para la TV digital terrestre y móvil. Radicada en Madrid, tiene oficinas en Dubai, Hong Kong, Moscú y San Francisco, una expansión internacional reforzada recientemente con la entrada en su capital de Inova Capital y Baring Group.

SIDSA colaboraró con ABERTIS TELECOM, proveedor oficial de la red de TV móvil en el Congreso Mundial Móvil, en la cobertura en DVB-H* del pabellón español.

Durante el WMC, SIDSA mostró su solución completa para la emisión de TV móvil y dispositivos portátiles, Enter TV, destinado a fabricantes de dispositivos DVB-H, con una novedosa cabecera que permite un mayor número de canales, manteniendo una extraordinaria calidad de imagen. Los módulos de recepción se exhibieron dentro de las agendas electrónicas de consumo que pudieron verse en distintos stands, entre ellos el de Abertis Telecom.

Enter e1 es un novedoso chip receptor de DVB-H fabricado por Toshiba con una gran capacidad de procesado interno, que se integra fácilmente en cualquier dispositivo móvil (tales como teléfonos móviles, agendas electrónicas o reproductores portátiles), así como garantiza un funcionamiento óptimo en cualquier red del mundo. Esto permite aumentar de forma considerable la cantidad de dispositivos para recibir TV móvil.

La compañía ha anunciado que, a principios de 2009, lanzará al mercado una segunda generación del chip que incluirá capacidades multiestándar para DVB-H, DVB-SH (la versión de satélite) y los estándares chinos de TV móvil.

Sobre SIDSA

Entre sus productos, destaca su pasarela EtherTV para entornos de TV sobre IP (IPTV) y sus plataformas de TDT y TV movil, POLARplus. La compañía complementa su línea de cabecera con KeyFly 2.0, específicamente diseñado para ofrecer el máximo nivel de seguridad y flexibilidad en mercados de TV de pago horizontales, como es el de la TDT. SIDSA también ofrece novedosas CAMs (Módulos de Acceso Condicional) que destacan por su fiabilidad y seguridad. En el campo de los semiconductores, SIDSA ha lanzado Enter e1, un avanzado demodulador y chip DVB-H dirigido a los fabricantes de dispositivos y, en general, al mercado de electrónica de consumo. SIDSA también ofrece la Propiedad Intelectual en los demoduladores DVB-H y DVB-SH para la industria de los semiconductores. El principal valor añadido de SIDSA es su conocimiento y compresión de los Sistemas de TV Digital, lo que permite a la compañía satisfacer la demanda de los operadores.

** El DVB-H es un estándar tecnológico para la TV móvil que combina la compresión de vídeo y el sistema de transmisión de DVB-T, utilizado por la Televisión Digital Terrestre.* ■

Para más información,www.sidsa.com

Nace fonyou.com, el operador móvil para la era Internet

Fonyou.com ya está preparando el lanzamiento de sus servicios de telefonía móvil para finales de este año. Tras la firma del acuerdo con Telefónica para la prestación de servicios como Operador Móvil Virtual (OMV), la compañía, con sede en Barcelona, ha abierto una ronda de negociación con varios potenciales inversores, tanto a nivel nacional como internacional, para llevar a cabo su plan de lanzamiento, inicialmente en España y, en una segunda fase, a partir de 2009, en Europa y Latinoamérica.

La compañía lanzará una oferta de servicios que cambiará la forma de utilizar el teléfono móvil ya que integrará Servicios Web de alto valor añadido con la telefonía tradicional. Este nuevo modelo de negocio ha permitido a fonYou llegar a un acuerdo con Telefónica, "operador líder del mercado español cuya red móvil es la de mejor cobertura y calidad y tiene una presencia muy importante a nivel global", ha señalado Fernando Núñez Mendoza, Consejero Delegado y uno de los fundadores de fonYou.

fonYou prestará servicios de telefonía móvil utilizando Internet para ofrecer más comodidad y control a los usuarios. Su principal target serán los usuarios de Internet. En España, el 45% de los hogares está conectado a Internet y ya hay más de 8 millones de líneas de banda ancha en activo, con 22 millones de usuarios que acceden a la red de forma regular.

Gracias a su infraestructura propia y control directo sobre sus equipos de red, fonYou lanzará servicios innovadores que permitirán al usuario disfrutar de prestaciones hasta ahora inéditas. El usuario, y no el operador, tendrá el control de los servicios de su teléfono móvil, no habrá traba alguna para realizar todo tipo de gestiones, incluyendo darse de baja, y la atención al cliente se distinguirá por ser proactiva y de calidad. ■

Contacto
www.fonyou.com
Tel. +34 93 467 38 12
Email: info@fonyou.com

Zitralia y Mossec juntos en el WMC 2008

Ambas Empresas Españolas líderes en su sector estuvieron presentes en el Pabellón español de la pasada edición del Mobile World Congress 2008.

Por un lado, la presencia de Zitralia como compañía pionera en el desarrollo de sistemas de seguridad, y acceso remoto seguro con dispositivos de arranque externos (pendrive, USB disk), sobre sistemas móviles basados en PC con conectividad 3.5G.

Y por otro lado, Mossec dedicada al desarrollo de servicios de seguridad para smartphones, como bloqueo y borrado remoto, o encriptación del terminal, para operadores y gestores de dispositivos. Su plataforma de gestión es integrable en sistemas OMA-DM o como servicio web.

Para ambas, la presencia dentro del Congreso ha supuesto cuestiones muy importantes, entre otras, seguir el camino de enmarcarse como pioneras dentro del mundo de la movilidad con productos muy innovadores y punteros, todos ellos españoles.

El stand se ubicaba, en esta ocasión, dentro del Pabellón de España, por lo que gran número de asistentes se acercaron a conocer las últimas novedades que han llegado a nuestro país.

Muchos de ellos, que nos conocen desde hace tiempo, mostraron especial interés en las primicias que presentamos en esta edición.

Pero sin duda, el hecho más destacable para nosotros fue el percibir la inmensa aceptación que tienen nuestras soluciones, tanto en el sector público como el privado, gracias a saber mantener la línea que están demandando cada día más nuestros clientes: “Alta Seguridad y Ubicuidad de acceso en entornos de movilidad” ■

Virginia Encinas
Responsable de Marketing de Zitralia

Ready People en el MWC 2008

Ready People es una empresa dedicada a la creación de comunidades virtuales móviles con funcionalidades de localización. Ready People tiene 3 años de experiencia en el sector de la producción de aplicaciones innovadoras pensadas para que se pueda acceder a ellas desde diferentes plataformas, ordenadores de sobre mesa, Tv interactiva, dispositivos inalámbricos tales como PDA, terminales móviles GSM o uMTS.

"Hemos participado en el Mobile World Congress los tres años que se ha presentado en Barcelona. El primero como visitantes (acabábamos de fundar la empresa); el pasado año aprovechando el networking del CIDEM y este año como expositores en el pabellón de España.

Para Ready People ha supuesto que mucha gente nos conozca, reforzar contactos, conocer las demandas del sector y obtener nuevos contactos.

Dadas las dimensiones de la feria y nuestro presupuesto no pudimos llegar a todos los contactos que nos hubiese gustado. Aunque entre dos y tres meses antes de la feria empezamos a buscar posibles contactos y a realizar pre-networking, no dimos abasto para hacer todos los seguimientos.

A días de hoy, seguimos contactando empresas que conocimos ahí. El negocio que se genera puede tardar tiempo en materializarse pues todos tenemos muchos contactos a seguir y, como en todo networking, la sinergia con la gente no siempre surge de forma inmediata. Además, el hecho de que nuestro servicio esté orientado a grandes empresas u operadores de redes móviles nos dificulta bastante llegar a nuestro perfil ideal dentro de la empresa y por supuesto lanzar el proyecto adelante.

Una de las experiencias que hemos concluido del congreso es que ya existen suficientes partners para lanzar comunidades móviles en off-portal, pudiendo así ofrecer servicios iguales o más tentadores que los ofrecidos por un operador desde sus portales.

La cantidad de ofertas de ocio que se ofrecen post-evento todos los días no es menospreciable. Sin duda el Mobile World Congress es un GRAN ejemplo de networking." ■

Papel de RIM en el Mobile World Congress 2008

Research In Motion (RIM), fabricante de la solución BlackBerry®, estuvo presente en el MWC de Barcelona del 11 al 14 de febrero de 2008. Allí se convirtió en uno de los expositores más aclamados de la feria, donde contó con un llamativo stand donde los visitantes tenían al alcance los últimos smartphones BlackBerry, y conocieron a varios partners de todo el mundo que desarrollan aplicaciones que van más allá del correo electrónico para la plataforma BlackBerry.

Aplicaciones y herramientas de software para los smartphones BlackBerry

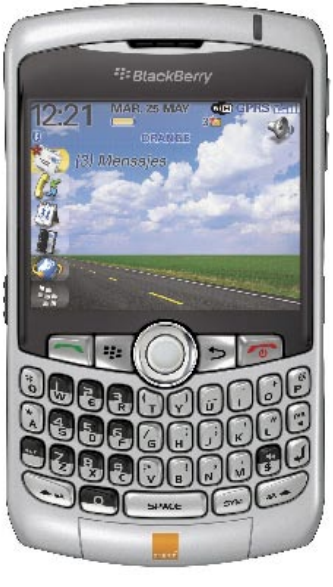
RIM estuvo acompañado por algunos de sus partners que están desarrollando aplicaciones para la solución BlackBerry en la actualidad. La tecnología de RIM permite que un amplio abanico de desarrolladores y fabricantes externos mejoren sus productos y servicios con conectividad móvil a datos.

Por ejemplo, Onset Technology, empresa líder en el desarrollo de software, anunció durante la feria una importante mejora del conocido gestor de aplicaciones METAmessage Applications Manager, para el despliegue de aplicaciones de datos a un gran número de usuarios dentro de una empresa.

Incorpora una consola de administración que permite a los administradores configurar con seguridad la herramienta desde cualquier ordenador protegido por el cortafuego de la empresa... Junto a estas mejoras, presentó también las herramientas de elaboración y gestión de informes BlackBerry Smartphone Inventory Management Reports y BlackBerry Enterprise Server Activity Reports.

Ring2 ofrece acceso remoto a la audioconferencia desde un teléfono móvil, garantizando la confidencialidad de las llamadas y la visibilidad en tiempo real.

WorldMate, Inc, el proveedor líder de servicios de viaje para el móvil, anunció también varias actualizaciones de su servicio WorldMate Live, que permite a los agentes de viaje mantener los itinerarios de los viajeros sincronizados con las reservas, con alertas en tiempo real de los cambios e imprevistos, incluso mientras están desplazándose. ■



East of England International

East of England International ofrece ayuda gratuita y confidencial a empresas extranjeras que están estableciéndose o expandiéndose en el Reino Unido. También llevan servicios de comercio e inversión en apoyo de las empresas del Reino Unido que tratan de ganar una cuota de mercado mundial. Nuestros servicios de inversión, que están diseñados para proporcionar un suave aterrizaje a las empresas que llegan al Reino Unido, incluyen estudio de mercado, la identificación de los locales, y la presentación a los "multiplicadores" y a la redes industriales, así como asistencia en la comprensión del panorama jurídico para hacer negocios en el Reino Unido.

East of England International es reconocido globalmente como un centro mundial para el desarrollo de la tecnología y la innovación, cerca de Londres y con casa en la ciudad de Cambridge y su Universidad.

EEI estuvo presente en el 3GSM de este año con uno de nuestros principales asociados, Cambridge Wireless – el grupo de redes para empresas de tecnología inalámbrica. Sus miembros van desde operadores de telefonía móvil a diseñadores de componentes, abarcando una amplia variación de los mercados finales con una serie de grupos de intereses especiales.

Existe un fuerte grupo de empresas de la tecnología inalámbrica en nuestra región, y como resultado, Cambridge cuenta con una sólida reputación en la industria.

3GSM ha demostrado ser un evento muy positivo para la EEI. Hemos experimentado un flujo constante de las investigaciones en nuestro stand con una alta identificación con los representantes de la zona de Cambridge y hemos recibido un alentador nivel de interés en empresas con sede en el extranjero buscando instalarse en la región. Estos incluían un alto número de clientes potenciales de personas clave dentro de las industrias de semiconductores y telecomunicaciones.

Además del seguimiento a los contactos de la feria, EEI acogerá con beneplácito la oportunidad de hablar con cualquier persona que desee desarrollar negocios en el Reino Unido. ■

John Dow
Business Development Manager
East of England International
www.eei-online.com

Más de 12 años de experiencia
profesional desarrollando software

Representación en España

Desarrolle sus proyectos directamente en España con las ventajas y excelencia de la subcontratación en Argentina

ICOX
WEB CONSULTING

Algunos de nuestros clientes

Ono
Telva
Cinema Vip
Synergia
Recoletos
Universidad Politécnica de Valencia
La Caixa

La mejor solución para su negocio

Móvil: +34 600578612 - e-mail: info@icox.es - Tel.España: +34(91)6238234 - www.icox.es

La voz, una tecnología con segunda juventud

La evolución de las operadoras y los terminales móviles (3G) traen el resurgimiento de la VOZ con nuevos servicios complementarios a los ya conocidos servicios vía SMS/MMS Premium.

En un artículo anterior destaqué los servicios móviles de tarificación añadida que muchas empresas han implementado de diversas maneras, entre otras como forma de relación con el cliente o como micropago para la explotación de contenidos en Internet. La expansión de estos servicios móviles llegó a eclipsar, en parte, a los servicios de tarificación añadida vía VOZ, ... la novedad siempre vende mejor.

Los servicios de VOZ han pasado por diferentes etapas empezando por una etapa inicial de fuerte crecimiento, y por que no decirlo, en algún caso descontrolado, para posteriormente ir a una etapa de regulación del mercado por parte de la CMT y las operadoras que puso orden en el mercado. Con ello se consiguió lavar la cara a un sector con un alto índice de fraude, tanto por parte de los usuarios hacia las operadoras como de algunos servicios de empresas hacia los usuarios. Gracias a esta regulación se consiguió mejorar la confianza de todos los intervinientes del mercado.

La VOZ recuperó entonces el protagonismo con los números 905 que funcionan por impacto, similar a un micropago SMS, con una duración limitada y tarifa cerrada. Se volvieron a ofrecer servicios de VOZ de tarificación añadida, fuera del sector de Ocio para Adultos que nunca abandonó su uso, en muchos casos como alternativa o complemento al SMS Premium.

En la actualidad existen servicios híbridos entre ambas tecnologías muy centrados en las relaciones con los usuarios/clientes. Algunos ejemplos: una aplicación de VOZ en la que se recepcionan las solicitudes de los usuarios y posteriormente se les contesta vía SMS; mediante una aplicación "text to voice" se pueden realizar llamadas puntuales o masivas a usuarios, a móviles o fijos, para confirmación de citas, contestación de peticiones de información, etc.; Chats por VOZ y SMS...

Pero además, ahora con 3G y con los nuevos terminales móviles que lo soportan, cuyo parque sigue creciendo rápidamente y que se encuentra ya por encima del 50%, se pueden realizar Videollamadas. ¿Qué permite ésta tecnología? Pues permite un nuevo avance en servicios a través de VOZ al contar con la capacidad de transmisión de imágenes y audio.

Con esta capacidad nacen los nuevos Videoportales. Se trata de portales a los que se accede mediante la función de Videollamada del terminal móvil a través de un número de tarificación especial o

añadida, 80X o 90X. No se navega mediante ratón como con un PC pero sí permite la selección de los menús a través de las teclas del teléfono. Un Videoportal soporta una comunicación bidireccional, contenido estático, de video streaming o en vivo y con ello el abanico de aplicaciones es inmenso.

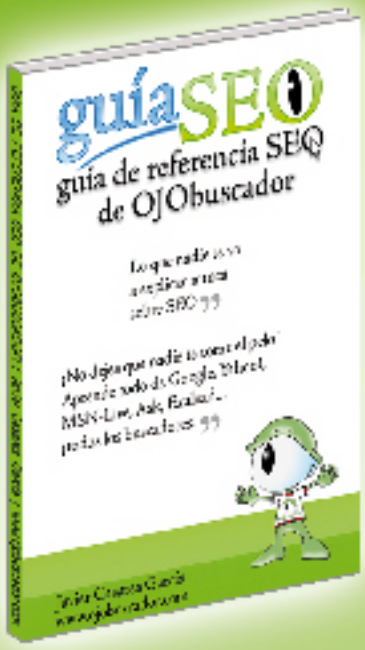
Una empresa que incorpore esta tecnología en su Contact Center puede transmitir a sus clientes, a través de la visualización del personal que les atiende, cualidades como la cercanía, la seriedad, la confianza... en resumen, los beneficios de la comunicación no verbal que muchas veces marcan la diferencia entre el éxito o el fracaso en su relación con ellos.

Otros usos que se puede dar a esta tecnología son por ejemplo la Videopinión, donde se puede dejar una grabación que luego puede ser emitida en TV o Web, el Videochat donde la gente puede dejar grabaciones con sus perfiles, la Videovotación para votar y dejar una opinión, la recogida de datos simples, el acceso a cámaras de Videovigilancia en remoto o la visualización de trailers de películas, ... etc.

Como podemos ver usos de esta tecnología de VOZ son amplísimos y muy especialmente en sectores en los que el componente visual o audiovisual es parte del propio negocio como por ejemplo el sector del Cine o el del Ocio para Adultos.

Aunque nuestros servidores Opensource permiten la máxima flexibilidad de adaptación en el desarrollo de este tipo de aplicaciones todavía queda que el parque de terminales móviles 3G llegue al 100% y que las operadoras mejoren en su cobertura 3G o en la saturación de las antenas. Sin duda, inconvenientes puntuales que se resolverán rápidamente por lo que no nos cabe la menor duda de que la VOZ va a vivir una segunda y prolongada juventud.

Manuel Junguito Durán
Socio Director
Nvía Gestión de Datos, S.L.
www.nviasms.com



guía SEO

Sé tu propio SEO

¡Cuanto antes apliques los conocimientos, antes aparecerá por encima de tu competencia!

Nosotros hemos eliminado las cientos de páginas en las que te explican porqué hacer SEO, porqué posicionarse en buscadores... nosotros directamente te enseñamos cómo hacerlo, sin trampa ni cartón, y cumpliendo todo lo que dictan los propios motores de búsqueda.

http://guiaseo.ojobuscador.com/

Entrevista a Alberto García, director de HostXtrem

En HostXtrem - AoW Productions S.L., abarcáis un amplio abanico de servicios online. ¿Cuál de ellos representa la mayor parte de vuestro negocio?

El alojamiento en servidores dedicados administrados. Hablamos de servidores que incluyen los servicios de administración, soporte, monitorización y asesoramiento. Por lo tanto, de servidores acompañados por un servicio completo y de soluciones personalizadas. La idea fundamental del producto es hacer que los clientes se preocupen únicamente de sus proyectos y no de sus servidores.

¿Qué tipo de clientes tenéis?

Desde nuestros inicios nos especializamos en soluciones avanzadas. Por lo tanto, en clientes punteros con mucho volumen de tráfico y con proyectos críticos. Desde empresas con 35 servidores trabajando simultáneamente hasta webmasters con consumos individuales de prácticamente 1GBit de línea por segundo. No obstante, el abanico de clientes es muy amplio. Por ello, nuestro trabajo implica buscar la solución óptima a sus necesidades, teniendo en cuenta todos los factores.

Os gusta practicar networking en USA, ¿cómo es aquel mundo de los negocios?

Podríamos decir directamente que es un mundo donde los negocios se enfocan de una manera totalmente distinta, a mi modo de ver mucho mejor que la europea. Lo resumiría en sencillez y profesionalidad. En referencia al networking, me considero afortunado por todas las personas de Estados Unidos y Canadá con las que mantengo una relación excelente.

Explícanos por qué es importante un buen hospedaje y en qué se diferencia HostXtrem de otras plataformas.

La importancia de tener un buen alojamiento es clara, practicamente todo el negocio online se apoya en él. Por lo tanto, cualquier mal funcionamiento del mismo repercutirá en la imagen o en los beneficios de los proyectos alojados, causando siempre pérdidas de algún tipo. Nada bueno ocurrirá si nuestro servidor no está en funcionamiento o no funciona correctamente, o bien si tenemos un problema y nuestro proveedor no responde como esperamos. Así, nos encontramos ante un trabajo que requiere de mucha confianza y profesionalidad; alojar los negocios de clientes siempre implica una gran responsabilidad. En comparación con otras plataformas, HostXtrem apuesta por un servicio integral de máxima calidad y disponibilidad; una conectividad y hardware punteros, junto a un soporte, administración, monitorización y asesoramiento de primer nivel durante todos los dias del año. Para nosotros, estos son los 6 pilares fundamentales en el servicio del alojamiento administrado.

¿Qué puntos consideras importantes en un alojamiento y cómo los abordais en HostXtrem?

En cualquier alojamiento administrado estos son los factores más importantes a tener en cuenta. En HostXtrem todo hospedaje administrado cuenta con estos servicios sin costes adicionales. a) Red: Es vital tener una red estable y redundante que ofrezca buena conecti-

vidad con todo el mundo. En HostXtrem utilizamos distintos proveedores con excelente peering, garantizando una excelente redundancia. b) Hardware: La calidad y fiabilidad del hardware es importante, así como sus recambios y el tiempo que tomarían en llevarse a cabo en caso de necesidad; no olvidemos que todo hardware puede fallar. En nuestro caso además de trabajar con primeras marcas llevamos a cabo recambios en minutos, optando por reemplazar chasis (máquinas enteras) o bien discos duros, con la consecuente recuperación de datos y sistema. c) Soporte: Es primordial contar con una ayuda experta en caso de dudas o problemas, no sólo en horario de oficina, sinó durante las 24 horas de todos los dias del año. Desde nuestra empresa proveemos además un soporte inmediato. d) Administración: Porqué un cliente no tiene porqué ser un experto en seguridad o en la optimización de su servidor, entre otros muchos motivos, es necesario un equipo de administradores con experiencia. e) Monitorización: Un usuario no puede revisar su servidor ni sus páginas durante las 24 horas del dia, pero tampoco es posible que un proyecto esté funcionando inadecuadamente sin detección alguna. Por ello es indispensable contar con técnicos y herramientas que monitoricen no sólo los servidores, sinó el rendimiento de las páginas en todo momento. HostXtrem monitoriza proactivamente los servidores desde 3 puntos distintos, actuando además en consecuencia. f) Asesoramiento: Es conveniente estar asesorado para elegir la solución correcta, no sólo para el presente, sino para un futuro. Una elección incorrecta puede acarrear consecuencias muy negativas.

¿Por qué habéis elegido Savvis como Datacenter en Estados Unidos?

Sin lugar a dudas, por la calidad. Creemos además que es importante que el cliente pueda decidir entre España y Estados Unidos. Por ello ofrecemos tres posibilidades: Interxion (Madrid, España), Savvis (Dallas, EEUU) y Databank (Dallas, EEUU). Todos son centros de datos de primer nivel. Además, una de las ventajas con las que cuentan nuestros clientes en Estados Unidos es el "Safe Harbor" (Puerto Seguro), que equivale aproximadamente a tener los servidores en España ante la LOPD, al no considerar las transferencias de datos como internacionales. Asimismo pueden también elegir entre IP española o estadounidense, algo más que interesante para los buscadores.

¿Tienen los usuarios información y formación suficiente en lo referente a hospedaje? ¿Saben lo que necesitan?

Considero que sí, la mayoría de nuestros clientes tienen un nivel más que aceptable y algunos son grandes expertos de la red. No obstante, otros no lo son y ello no implica problema alguno. De hecho, el primer paso antes de la contratación de todo servicio es el asesoramiento y el siguiente es una explicación telefónica totalmente personalizada acerca de nuestros servicios y herramientas.

Con la competencia encarnizada que hay en este sector ¿cómo os defendéis?

De la única manera que sabemos, intentando ofrecer el mejor servicio para que nuestros clientes obtengan los mejores resultados y confíen plenamente en nosotros. Ciertamente nunca hemos competido en precios, pero sí en servicio, que es lo que más nos importa. Ofreciendo un buen servicio, los resultados siempre han llegado. En referencia a la competencia, es imprescindible.

Cuéntanos algo sobre ti.

Empecé muy joven en el mundo de Internet, con 18 años; actualmente tengo 25. Meses después ya tenía mi propia empresa funcionando y a la vez pude licenciarme en Ingeniería Informática de Sistemas tras unos años de intenso trabajo. Desde el 2002 nos embarcamos en este gran proyecto que nunca ha dejado de crecer ■

Vuestro dominio
www.aow.es
www.hostxtrem.com

El libro de la red

Dioni Nespral
www.businesstimemodel.com

Acaba de terminar una de las experiencias más gratificantes de las que he realizado en mi vida profesional. La culminación en libro físico del proyecto llamado Blogbook se ha hecho visible con su presentación el pasado dia 26 de marzo en la sede de red.es.

El proyecto sigue su curso, porque aún no ha terminado. Su objetivo principal, "escribir un libro entre muchas personas", se ha cumplido. Pero ahora comienza su difusión entre las personas y observar su evolución. Además, lo que hace que sea un libro tan especial es que haya surgido de la Red y se haya hecho realidad a partir de la gente que navega por ella.

Libro vs ebook

Mucha gente se pregunta si tiene sentido llegar a un libro físico cuando el proyecto habla de la Red, de las personas interconectadas y del auge del fantástico mundo de Internet. Evidentemente, lo que puede parecer una contradicción, tiene sentido al presentarse como un elemento de unión de dos mundos que tienden a tocarse.

El libro es una "conversación privada", entre el lector y el autor. Es un momento especial donde se producen sensaciones y se despiertan conocimientos o intereses de una forma muy unidireccional, pero que permite a las personas que leen acceder a un mundo, el del autor, que le provoca reacción.

Este libro es un vehículo de unión entre los dos mundos, el analógico y el digital. Es una excelente herramienta para que aquellos que desconocen lo que hoy llamamos la Red participativa o que simplemente la conocen, pero no han dado "el paso decisivo" para participar en ella, lo hagan. Gracias a los enlaces, a la diversidad de las materias que los autores han desplegado en el libro y a los blogs que se publican, muchas personas comenzarán a adentrarse en este mundo, que evolucionará con su entrada en la Red. Además, el libro estará pronto disponible en la red, para su descarga gratuita en www.blogbook.es, una web abierta a la participación.

Trabajando la colaboración

Coordinar un libro hecho por tantas personas tiene muchos momentos complejos, pero no deja de ser un proyecto más. Tantas personas no significan más que otras tantas acciones de coordinación, comunicación y una mayor dedicación en horas reales de trabajo. Nada nuevo que otros no hayan hecho antes. Pero si es cierto que la experiencia ha resultado diferente, novedosa.

En ocasiones me han comentado que cómo es posible coordinar tanta individualidad. En mi opinión, creo que hay claves para poder comprender cómo podemos trabajar en red, colaborando y creando:

Tiene que haber diferentes tipos de roles en el proyecto: Impulsores, aquellos que empujan e impulsan en todo momento. Su papel es fundamental y está previamente consensuado. No es un liderazgo, es un rol permitido y aceptado. Coordinadores, son personas que surgen de entre los participantes que de forma razonable están más involucrados que otros en este proyecto en concreto. Detectar estas inquietudes y asignar estos roles es una gran parte del éxito de todo proyecto. Y en éste, el del blogbook, ha sido fundamental. Los "Participantes", que además de ser parte del proyecto, aportan novedades y se sienten libres para participar en la globalidad, añadiendo nuevas posibilidades, mejoras o ideas. Si la autopista de la participación está abierta y no tiene peaje, estas personas dan mucho juego y permiten acelerar ideas y crear nuevos caminos alternativos. Y por último están los "Finalizadores". Todo proyecto tiene un fin y saber cerrarlo, conocer como encajar todas las piezas y asignar las responsabilidades de todos los demás, es un arte. Estos son sin duda, una parte fundamental del éxito del trabajo. En un momento determinado, hay que implantar lo realizado y llevarlo a cabo.

Herramientas de colaboración. Existen numerosas herramientas que adecuadamente utilizadas pueden servir como plataforma de intercambio de información o de panel de propuestas. Sin embargo, no todo el mundo se siente cómodo con las mismas herramientas y por tanto, no todas las personas marchan a la misma velocidad a la hora de incorporarse al uso de esa herramienta. Aun hoy día, el email supone un lugar muy cómodo para intercambiar y guardar información y es sin duda, una de las formas más rápidas de comunicarse. En mi opinión, la radicalidad no es acertada cuando tenemos en el proyecto un grupo tan heterogéneo. Es mejor proponer varias alternativas e ir utilizando cada una de ellas de forma adecuada con las personas apropiadas. Los blogs, los documentos compartidos, las wikis, los foros, los grupos de correo, las multiconferencias, etc.., son herramientas que permiten impulsar formas de trabajo en red y que utilizadas en su momento, todas tienen una aportación positiva al proyecto. Por supuesto, la imposición del uso lleva a la ruptura de la colaboración. Entender que colaboración e imposición no son palabras que se lleven precisamente bien, es una parte fundamental del éxito.

Entorno e identidad de grupo. Son unas de las características más complejas de lograr. Y entiendo que no pueden preverse de antemano. Es verdad que el entorno de trabajo es imprescindible, pero en estos casos es "ficticio" pues la Red actúa como espacio y suele ser abierto. Es más acertado crear, o que se cree, una filosofía de trabajo donde predomine la libertad de las personas y el estímulo a la participación. Es decir, un lugar donde cada individuo se sienta cómodo y perteneciente a una comunidad. La identidad de grupo es un elemento más cercano a la psicología. Es una sensación que se va construyendo con el tiempo y que no está impuesta, sino que se va llenando de ingredientes que, por el carácter abierto del proyecto, van entrando en el espíritu colectivo.

El futuro es tuyo

Ese es el título del libro, quizás provocador, pero que dice mucho de lo que estamos convencidos que ocurrirá, porque está pasando ya. Realmente en este principio del siglo XXI es el momento de la revolución social, donde las personas lograrán ir descubriendo todo su potencial, donde dejarán de ser ciudadanos, contribuyentes, espectadores, trabajadores, etc, para ser personas, con un valor individual, un poder de participación real para aportar nuevas ideas, demandar soluciones o compartir experiencias con las empresas, las instituciones, las organizaciones y la sociedad en general. La Red permite divulgar nuestro conocimiento, rehacerlo, mejorarlo y compartirlo. Y esto es posible ya. La colaboración en red ha llegado para quedarse. ■

EN LA RED

www.elbuengourmet.es

Es una tienda virtual al servicio del sector Gourmet y Delicatessen cuyo propósito principal es satisfacer los paladares y gustos de los clientes más exigentes con productos españoles. Para ello, ponen un esmerado cuidado en la elección de los proveedores y especial atención a las materias primas y la elaboración artesanal.
Con un sólo click, tendrás a tu alcance aceites de oliva virgen, arroces, exquisitas algas, setas y hongos, conservas de marisco y pescado, foie gras y patés, frutos secos, cafés e infusiones, mermeladas y miel artesana, chocolates, sales, especias o packs especiales. Además, también cuentan con precocinados Gourmet y gran variedad de formas de pago. La alternativa perfecta para disfrutar de la cultura gastronómica de nuestro país, agasajar a nuestros invitados o hacer un regalo perfecto.

www.icox.es

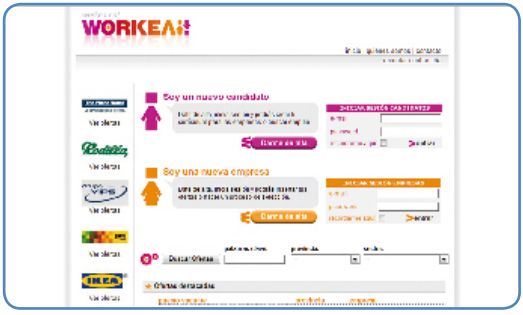
Icox España es la sede española de una empresa de desarrollo Argentina con sede en Cordoba (Argentina), Estados Unidos y España. Icox pertenece a la Factoria Digital de Ideas, Incubadora de proyectos que tiene en su haber empresas como PhotoRegalo, Tutores Digitales, revelalo.com y Posterrom Imaging.

www.synerquia.com

Synerquia es un servicio on-line para optimizacion del reclutamiento online de personal, basada en el multiposting de ofertas de empleo y la posterior gestión de los CVs.
Synerquia permite publicar las ofertas de empleo en su red de asociados y gestionar los candidatos inscritos en ofertas distribuidas desde un único entorno, aumentando la comodidad y eficacia y, por tanto, rentabilizando nuestra búsqueda
Creada por Iván M. Yemail, emprendedor con experiencias anteriores en clasificados de empleo online, y que cuenta con el apoyo de DAD y Grupo ITnet entre otros inversores en el seed capital de la empresa.

www.workea.net

Workea.net, bolsa de empleo dirigida al público inmigrante se ecuentra ya totalmente operativa para sus usuarios. Gracias a los convenios firmados con diferentes entidades públicas, asociaciones de inmigrantes y locutorios asociados la cobertura alcanzada hasta la fecha se cifra en 100.000 inmigrantes por toda la península.
Workea.net recibió desde sus inicios promoción desde Networking Activo asistiendo como caso emprendedor en FICOD, Evento Blog y la II Jornada de Negocios.



Anuncios clasificados

100% GRATIS

OLX
www.olx.es

MundoAnuncio.com

EN PAPEL

El arte de empezar. El libro de emprendedores más sutil escrito hasta la fecha

Editorial: Ilustrae
Autor: Guy Kawasaky

Con más de 150.000 ejemplares vendidos en todo el mundo, 'El arte de empezar, de Guy Kawasaki, nos enseña los pasos esenciales que debemos dar para lanzar al mercado buenos productos, servicios y compañías, sean del tipo que sean. Una guía para, por qué no, cambiar el mundo.
El nombre de Guy Kawasaki es sinónimo de emprendedor de éxito. Guy Kawasaki es, a día de hoy, uno de los expertos en desarrollo empresarial más reconocidos del mundo. Guy fue el "evangelista" por excelencia de los años 90 y el encargado del desarrollo de marketing de Macintosh en 1984. Trasladó el concepto de "evangelizar" a los negocios tecnológicos con la idea de atraer y fidelizar a usuarios que rindieran culto a la marca Apple. En unos años más que difíciles para la empresa fundada por Steve Jobs, el trabajo de Guy fue tremendamente valioso e internacionalmente reconocido. En la actualidad, dirige una de las empresas de capital riesgo más importantes de Estados Unidos, Garage Technology Ventures.

Nunca comas sólo. Networking para optimizar tus relaciones personales

Editorial: Amat Editorial
Autor: Keith Ferrazzi

Una guía esencial basada en el mundo real.
El secreto para crecer en los negocios y en lo personal es lograr acercarse a las personas, como nos enseña Keith Ferrazzi en Nunca comas solo. Este maestro de la "agenda" nos muestra el modo de crear y gestionar nuestra red de contactos; una nueva forma de crecer en tu profesión basada en el placer de establecer relaciones sinceras y generosas, donde todos tienen algo que dar y recibir.

Ping, una rana en busca de una nueva charca

Editorial: Ediciones Martínez Roca
Autor: Stuart Avery Gold

Ping, la rana protagonista de esta historia, se encuentra frente al mayor reto de su corta existencia: la charca en la que ha nacido se ha quedado sin agua y ya no puede hacer lo que más le gusta en el mundo, dar grandes saltos. Una hermosa fábula que nos ayudará a superar obstáculos y a adaptarnos a los cambios que se producen en la vida.
En la tradición de ¿Quién se ha llevado mi queso?, una fábula que nos ayuda a adaptarnos al cambio, vencer obstáculos y triunfar en la vida.

¡¡Su publicidad puede llegar a más de 5.000 profesionales!!

Si estás interesado en que tu publicidad llegue directa a un target específico, entre el que se engloban empresarios y profesionales de los negocios y las nuevas tecnologías, puedes insertar la promoción que más se adapte a tus preferencias.

Web Oficial Networking Activo, precio por mes Banner en nuestra Web Oficial www.networkingactivo.com	
Promo en rotación por todo el site NetworkingActivo.com	600 €uros
Enlace en portada + promo en rotación por todo el site	1.500 €uros

Espacios publicitarios en la Revista Networking Activo		
Publicidad media página	165 x 112 mm ó 82 x 225 mm	500 €uros
Publicidad página completa	165 x 225 mm.	900 €uros
Publireportaje	2 páginas de 165 x 225 mm	1.500 €uros
Publicidad página contraportada	165 x 225 mm.	2.400 €uros

Paquetes compuestos de promociones	
Revista (1/2 página Interior) + 2 meses Promo en rotación en Web Networkingactivo.com	1.400 €uros
Revista (1 página Interior) + 2 meses Promo en rotación en Web Networkingactivo.com	1.600 €uros
Entrega de Tarjetas en próximo evento de Networking Activo + Revista (1/2 página Interior)	1.000 €uros
Entrega de Tarjetas en próximo evento de Networking Activo + Revista (1 página Interior)	1.250 €uros
2 meses Promo en rotación en Web NetworkingActivo.com + Entrega de Tarjetas en próximo evento de Networking Activo	1.500 €uros

Oferta de Promoción completa	
2 meses Promo en rotación en Web NetworkingActivo.com + Entrega de Tarjetas en próximo evento de Networking Activo + Revista Networking Activo (1 página)	2.100 €uros

Pero si estás interesad@ lo mejor es que nos preguntes o nos propongas tú mism@. Para ello no tienes más que ponerte en contacto con nosotros.

Escribe a:
María Ortegón Alcaide
publicidad@networkingactivo.com
O llámanos, (nos gusta la atención personalizada):
Tel. 902 500 550
Tel. +34 954 28 01 93 (from abroad)

EN PAPEL

Cómo llegar al éxito de fracaso en fracaso

Editorial: Prentice-Hall
Autor: Agustín Medina

En el complejo mundo de los negocios hacer alarde de los éxitos es el denominador común, tanto de todos aquellos que aspiran a ocupar un puesto relevante en cualquier empresa, como los que ya están en la cima. Sin embargo, empiezan a aparecer voces que reivindican el fracaso como una herramienta imprescindible para conseguir el éxito. En este libro, el autor nos cuenta sus fracasos profesionales y las consecuencias positivas que éstos tuvieron en su trayectoria empresarial. Fracasos en nuevos proyectos fracasos con socios y con empleados, fracasos de todo tipo, que resultaron imprescindibles para llegar a la meta final de una brillante carrera en el competitivo mundo de la publicidad.

Un adiós a la empresa: Aprendiendo a hacer negocios

Editorial: Ediciones Pirámide
Autor: J.F. Pérez-Orive

Que las empresas se orienten a los negocios, que los jóvenes y ejecutivos sueñen con su independencia, que los parados y las amas de casa busquen el autoempleo, que los emigrantes se jueguen la vida, refleja una tendencia mundial inadvertida de nuestro tiempo: un adiós al calor de la nómina y al de otros refugios en donde se pueden congelar. Con su deseo común de arreglárselas por sí mismos, característica esencial de los hombres de negocios, desarrollan el instinto de saber comprar, vender y hacer clientes. Su capacidad de iniciativa y deseos de crecer, hoy más que nunca, es ya el leitmotiv de millones de personas.

Vender la moto. Trucos de la manipulación del lenguaje

Editorial: Alianza Editorial
Autor: Matteo Rampin

En este sencillo y profiláctico libro, MATTEO RAMPIN proporciona a todo aquel que quiera enterarse un compendio ágil, útil y lleno de humor de los numerosos trucos más o menos sutiles, más o menos sucios, a los que la copiosa caterva de charlatanes y encantadores de serpientes que pulula a nuestro alrededor y que nos quiere VENDER LA MOTO nos somete cotidianamente. El asunto no es especialmente nuevo. De siempre el hombre ha tenido afán por manipular a sus semejantes, si bien esto ha crecido de forma exponencial en la "sociedad de la información". «No hay condicionamiento más eficaz que el invisible –nos dice Rampin–, porque la víctima no advierte los recursos que el otro utiliza para manipular su voluntad y limitar su libertad de decisión. El instrumento principal de esta forma de control de la mente ajena es el lenguaje. Las páginas que siguen contienen una breve introducción al mágico poder del lenguaje, que es capaz de condicionar la mente y, sin necesidad de recurrir a otros artificios, de engañar, seducir, estafar y algunas otras cosas. Un poder semejante merece ser conocido y comprendido por todo el mundo.».

EVENTO	FECHA	DIRECCIÓN	CIUDAD
Día de Internet	17 de mayo 2008	http://red.es/prensa/notas/abril_08/22_04_08_dia_internet.html	
V Encuentro Hoy es Márketing	22 de mayo 2008	Palacio de Congresos de Navarra http://www.hoyesmarketing.com/	**Baluarte (Navarra)**
II Congreso ForumDominios.com	12-13 de Junio de 2008	Citilab http://www.citilab.eu/	**Cornellà (Barcelona)**
Mundo de Mujeres 2008 X Congreso Internacional Interdisciplinar sobre las Mujeres	3-9 de Julio de 2008	Universidad Complutense http://www.mmww08.org/	**Madrid**
12 Campus Party	28 Julio - 3 agosto 2008	Feria de Valencia http://www.campus-party.es/	**Valencia**

Si deseas que tu evento aparezca en el próximo número de la Revista Networking Activo, o que esté dentro de Eventtos.com, la mayor web de Eventos en lengua hispana, sólo tienes que ponerte en contacto con nosotros: revista@networkingactivo.com

Más información acerca de estos y otros eventos disponible en: http://www.eventtos.com/

¡¡ Primeros premios a la viralidad !!

Hemos repetido por activa y por pasiva que creemos firmemente en la viralidad y en el poder del boca-oreja. ¿Y qué sería de nosotros si no demostráramos tanta teoría con un acto práctico?, de modo que como lo prometido es deuda, el pasado 27 de Febrero entregamos los primeros premios a la viralidad.

Hace ya unos meses que venimos anunciando que recomendar Networking Activo tiene premio, que nos gusta recompensar a nuestros profetas. Asi que ni cortos ni perezosos nos hemos plantado una cámara al hombro y hemos hecho una gira para hacer entrega de los primeros premios a la viralidad.

Los primeros afortunados que disfrutarán de estos obsequios son Mario Medalión, Director de Marketing de Web Optima, que ha sido premiado con un bono aventura para realizar rutas a caballo, rafting u otras posibilidades; y Patricia Jiménez redactora de Aprendemas.com, medio de comunicación online que ha recibido un vale de compra para productos tecnológicos.

Mario Medalión es el Director de Márketing de WebÓptima, una empresa de soluciones de márketing especializada en internet. Su equipo de profesionales realiza diferentes servicios en un formato de consultoría profesional:

- A nálisis de estadísticas
- Optimización del sitio Web
- Informe de la competencia
- Servicio de posicionamiento
- Organización de marketing en la Web
- Estudio de Usabilidad
- Administración y gestión de campañas de pago por click (PPC)
- Diseño, rediseño y gestión de páginas web y blogs corporativos

Su valor añadido es que, gracias a su análisis continuo dentro y fuera de tu proyecto, combinan estos servicios para rentabilizar tu inversión y que obtengas el máximo beneficio."

http://www.weboptima.es/

Aprendemas.com nació hace ya ocho años con el fin de aglutinar y difundir en la red toda la oferta académica impartida en España, bien de manera presencial, a distancia u online. A día de hoy es un punto de referencia para todo aquel interesado en mejorar su cualificación y en reforzar su red de contactos profesionales. Patricia Jiménez, redactora, recogió la recompensa.

http://www.aprendemas.com/

Desde aquí reiteramos nuestra enhorabuena a los premiados, y te animamos a que en el próximo número sea tu cara, tu empresa, tu información la que aparezca en este espacio, mientras disfrutas de tu premio a la viralidad. No olvides consultar los posibles premios que puedes obtener si nos llegan suscriptores a la revista o a nuestra red social de tu parte. Anímate, ¿no te gustaría llevarte una Wii por el morro?

¿Conoces a posibles suscriptores de la Revista de Networking Activo?

Nos gustaría colaborar contigo y premiar tu ayuda. Si conoces posibles interesados en pertenecer a la red social profesional de Networking Activo, o lectores en potencia que quieran suscribirse a la revista de Networking Activo, ponemos a tu disposición, algunos regalitos:

- Si consigues que dos personas se suscriban a la red social profesional o a la Revista de Networking Activo, te regalamos tu suscripción anual.
- Por cada 4 suscripciones, ponemos a tu disposición un "vale" por una sesión de spa o baño turco en tu ciudad de residencia.
- Si 10 personas se suscriben a la red social profesional o a la revista gracias a ti, te obsequiaremos con un cheque regalo por valor de 50 euros en compras tecnológicas.
- Por 20 suscripciones te regalamos un bono aventura que puede incluir desde un salto en parapente hasta un viaje en globo, o un paseo en velero.
- Si nos traes a 50 futuros suscriptores o interesados en la red social profesional de Networking Activo, el regalo será una Wii!!!

http://revista.networkingactivo.com/

RECOMIENDO A:

Networking y Redes Sociales S.L
Avda Mediterraneo nº9-2ºD
28007 Madrid. Teléfono: 902 500 550

Nombre _____ Apellidos _____

Teléfono _____ E-mail _____

Dirección Postal _____

Ciudad _____ Empresa _____

Persona que recomienda _____

Si dispones de más de una persona recomendada, puedes hacerle llegar nuestra url de suscripción en la red social privada de Networking Activo: http://networkingactivo.com/preinscripciones. En este formulario existe una casilla que sirve para indicar de dónde proviene la persona que desea pertenecer a la red social privada.

Todas las solicitudes de inscripción en la red social profesional de Networking Activo y las solicitudes de suscripción para la Revista de Networking Activo quedan sujetas a estudio por parte de la empresa Networking y Redes Sociales.

Para más información puedes visitar la url: http://networkingactivo.com/bases_promociones

FORO DE INTERNET 2008

EXPRIME TU WEB

10 y 11 de Mayo de 2008

palacio de congresos de Madrid

Hora	Ponencias del sábado 10 de Mayo
8:00 – 9:00	Acceso al Palacio de Congresos
9:05 – 9:50	Apertura del Evento
10:00 – 11:00	Cómo convertir un Blog en un medio de comunicación
11:35 – 12:50	Cómo rentabilizar nuestro tráfico y nuestro contenido (Fijos, CPM, CPC, CPL, CPA)
13:00 – 14:00	La web, de idea a negocio
16:00 – 16:50	Diseño y Usabilidad
16:50 – 17:40	Google Adsense
17:45 – 18:30	Eficacia y eficiencia en el rendimiento web
18:45 – 19:55	Otra forma de monetizar tu web. El Email Marketing
20:00 – 20:50	El rendimiento de la base de datos

Hora	Ponencias del domingo 11 de Mayo
8:00 – 9:00	Acceso al Palacio de Congresos
9:05 – 10:00	Google AdWords
10:15 – 11:00	Las oportunidades de negocio en el mundo digital
11:00 – 12:00	La evolución de las comunicaciones y los contenidos
12:10 – 13:00	Yahoo, Herramientas de Publicidad y Entorno Web
13:10 – 14:00	La estrategia de posicionamiento SEO
16:10 – 17:00	El nacimiento del Website
17:05 – 17:50	La profesionalización, clave para sobrevivir
18:00 – 18:40	Pon guapa tu web y sácala a pasear. Estrategias de marketing
18:50 – 19:40	Cómo financiar proyectos de I+D+i
19:50 – 20:50	Hacia dónde van los buscadores. La reconversión de los SEO

Organizador

HYDRA NETWORKS

JAZZTEL

Patrocinador Oficial

www.forodeinternet.com