

Retransmisión en directo del Alumni Entrepreneurship Day.



Puedes seguir el [Alumni Entrepreneurship Day](#), desde nuestra página de [blog en directo](#):

El evento está dirigido al ecosistema emprendedor y organizado por ESADE Alumni con el patrocinio de Banco Sabadell, a través del programa para emprendedores [BStartup](#).

También puedes seguir el acto en [Flickr](#)

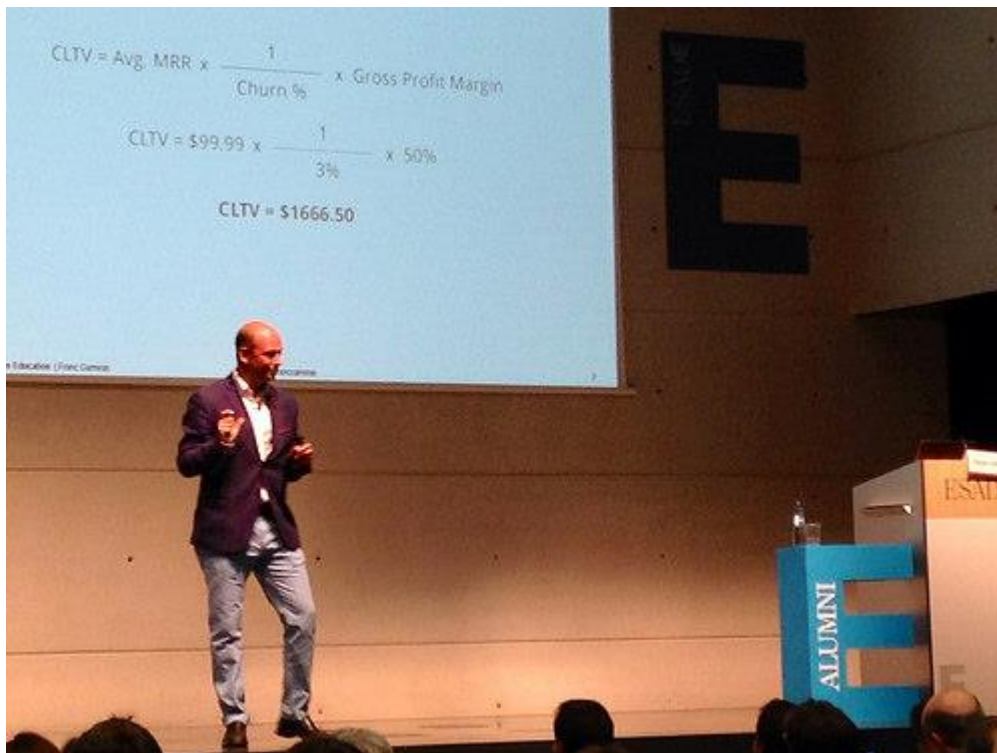
13:48h Finaliza la Jornada [Alumni Entrepreneurship Day](#) en ESADEFORUM.

13: 45h Termina la intervención de **Franc Carreras**, quien nos anima a entrar en ['Píldoras Digitales'](#) para ampliar la información.

13:35h Franc Carrera, enumera las distintas métricas que en e-commerce ayudan a contabilizar el éxito de nuestra campaña. Si hablamos de CTR, estamos hablando de los frutos y potencia de nuestro anuncio y cuando valoramos la Conversión, hablamos de la capacidad de venta.

13: 27h Franc Carrera explica el camino a la compra con tres fases: consideración, evaluación e intención. Por ello, insiste en cómo cada canal tiene su importancia dentro del plan de marketing de un producto. El modelo multicanal es el que funciona aunque a priori no tenga una palanca directa en la venta como sucede con Facebook . Cada canal tiene un valor en los diferentes pasos del proceso de compra.

13:13h Franc Carreras Un inversor y un emprendedor buscan el botón verde, el de “make money”. Para encontrarlo hay distintas opciones: elementos ganados y elementos pagados. Entre ellos, hay el SEO, Adwords (o campañas “pay per click”), páginas de contenido como blogs (relación con los blogueros para que mencionen tu empresa), Banners y redes sociales: la labor del Community Manager y la compra de publicidad mediante Social Ads



13:07h Carreras, tenemos que calcular el coste de adquisición de un cliente y conseguir que el coste de adquisición sea más bajo que el beneficio que nos dará. Esta es la fórmula mágica.

13:03h Franc Carreras, la *startups* digitales tienen una ventaja fundamental: se puede medir qué funciona y qué no. Es un modelo mucho más flexible que se pueda adaptar.

13:00h Sube al escenario [Franc Carreras](#), colaborador académico del departamento de Marketing de ESADE, para comenzar su ponencia sobre los modelos de adquisición de clientes. Estrategias de adquisición de clientes para *startup* digitales.

12: 58h Joan Riera finaliza su intervención en la que ha explicado los 20 errores de un emprendedor.

12: 56h Revisar interiormente si tenemos temores, a la programación que tenemos emocional y que nos han inculcado desde pequeños. También hace falta menos *bussiness* plan y más *bussiness* además de tener la energía emprendedora. Tener en cuenta también que hay energía tóxica. **¡El mayor error de todos es no intentarlo!** Hay que lanzarse: no sabes si funciona hasta que no te tiras a la piscina.

12:52h No saber parar, descansar y reflexionar para poder volver a arrancar. Es importante centrarse en las oportunidades y ser innovador para crear algo diferente

12:50h Fichar personas que te gustan versus las que necesitas. Invertir tiempo en algo que no te gusta: monta algo con lo que disfrutes y pásatelo bien. No saber ceder la posición de CEO.

12:45h Riera continúa, jugar para ganar es indispensable. La falta de compromiso es otro error a evitar así como no gestionar bien el tiempo tanto profesional como personal.

12:40h Joan Riera, no dejarse ayudar es otro error común en un emprendedor y muchas veces es una reacción porque reciben consejos que no son adecuados.



12: 35h Joan Riera continúa enumerando los errores de un emprendedor: 'No escuchar'. Se detecta rápidamente si un emprendedor escucha o no y es una de los aspectos en los que presta atención un *Business Angel*.

12: 29h Joan Riera, colaborador académico del departamento de Política y Estrategia de empresa de ESADE, enumera los 20 errores más comunes de los emprendedores. El primer error es no comunicar bien la idea (en 30 segundos) y el segundo, la falta de foco en lo que es más “facturable”.

12: 28h Iñaki Amate finaliza su ponencia y da paso a **Joan Riera**.

12: 25h Iñaki Amate, durante el último año hemos observado un auge de la “omnicanalidad”: es decir, como optimizar los distintos procesos que debe hacer el usuario para conseguir su objetivo en el mínimo de pasos posible. Es importante el rediseño de las herramientas que utilizamos cada día en el trabajo y se debe tener en consideración en qué contexto el usuario las va a utilizar.

'To service or not service', vamos a ver una evolución del call center hacia un híbrido: primero se ayudará a entender al usuario qué problema tiene mediante un proceso automatizado. El resto de consumidores se atenderá mediante interacción humana.

12: 17h Iñaki Amate, la industria de los seguros también es una tendencia digital. Nuestro comportamiento hará desarrollar nuevos servicios y nuevos seguros adaptados a ello.

Los servicios relacionados con la salud en los próximos tres años van a evolucionar muchísimo y serán mucho más populares. La principal razón es que con la venta de

dispositivos de este tipo nos ayudará a determinar qué tipo de persona somos y cómo mejorar nuestra condición física.

12: 15h Iñaki Amate sigue contando las principales tendencias digitales futuras. El dinero invisible se refiere a alternativas a 'Bitcoin' e iniciativas que vendrán de empresas grandes que tratarán de imponer sus propio métodos de pago. Cada producto es un servicio que espera ser descubierto. Se trata de crear un servicio que va más allá del producto físico.

12: 12h Iñaki Amate expone otra tendencia digital: 'Telco 3.0 y Living arrows'. Esta última se refiere a que las marcas deben cambiar su comportamiento para adaptarse a la posibilidad de tener un diálogo con sus usuarios y que den sus opiniones. Este diálogo tiene que evolucionar hasta el punto en el que los usuarios deberán ayudar a las empresas a definir su marca.

12:07h Amate expone las distintas tendencias digitales entre las que destaca las 'Conversaciones con objetos'. En breve, hoy día, vamos a tener la capacidad de interactuar con ellos y se verá la necesidad de crear lenguajes para interactuar con los objetos. No podemos obviar la evolución de la tecnología de marca en la industria de la moda y lo que ello supone en la sociedad.

12:00h Amate, “Cuando piensas en lanzar un producto, no puedes depender de una campaña únicamente. Se debe crear el efecto “Wow”, que es cuando creas algo fundamental para las necesidades del usuario.

11:58h Iñaki Amate explica que hay un nuevo foco: 'los negocios emocionales'. Las empresas que son capaces de conectar más con los usuarios, crean un vínculo emocional con ellos, que sobrevaloran el servicio.

11:58h Iñaki Amate, descubrir el problema, describirlo, diseñar los detalles y el servicio son los pasos principales del trabajo que hace Fjord como consultora de servicios digitales. Parte de nuestro trabajo es definir en qué tipo de entorno van a estar los servicios de una marca. Tenemos que llegar al punto en el que integramos a los usuarios. Esto es cuando el marketing se convierte en parte de servicio.



11: 53h Iñaki Amate, si tu marca tienes unos valores tienes que ser capaz de transmitirlo en una experiencia de usuario en el ámbito digital. La marca, la tecnología y el negocio definen el diseño.

11:47h Empieza **Iñaki Amate**, director del grupo **Fjord** en los países nórdicos y **Turquía**. Habla de futuras tendencias digitales

11: 45h Acaba la **Antonella Broglia** con una mensaje en referencia la emprendimiento social: "**Cuando veas sufrimiento, ponte a trabajar** "

11:40h Antonella Broglia repasa oportunidades de negocio donde emprender: objetos personalizados con '3D printing', nuevos sectores alimentarios como insectos para tomar proteínas o recursos infrutilizados que utilizamos diariamente. Ahora, centra el discurso en "emprender en lo social". Una muestra es una empresa creada para dar trabajo a personas con autismo.

11:35h El 'Big Data' sigue siendo uno de los sectores más destacados con posibilidades de emprender. Una de las principales oportunidades es la visualización de datos enfocada al negocio.

11: 29h Broglia explica cómo los recursos infrutilizados también permiten poner en contacto una persona con otra. Por ejemplo, la necesidad de comprar una lavadora cuando lo más probable sea que el vecino de mi propio bloque tenga una sin uso.

11:27h Broglia, los "underused assets" hacen referencia a poner en valor productos cotidianos a los que no damos uso.

11:25h Antonella Broglia ¿Dónde se está invirtiendo? Ésta es otra manera de ver dónde emprender. Antonella Broglia comenta nuevas iniciativas como "Uber" o "Lift" ejemplos de "underused assets".

11:20h Antonella Broglia pone otras muestras de nuevos retos. Habla ahora del Kale, un mito de la comida perfecta, que no existe en Europa, o las alternativas a la toma de proteínas como los insectos.



11:15h Otro ejemplo es la 'tecnología DPrinting': Todos los días surge una derivada mejora o disrupción de un tecnología que ofrece oportunidades increíbles para emprender.

11: 13h Antolenlla Broglia muestra algunos ejemplos de emprendimiento, cómo el caso de Hugo Herr, un escalador que se convierte en científico y emprendedor para hacerse sus propias piernas después de una accidente mientras escalaba

11:10h Comienza la ponencia '**En qué debemos emprender**' conducido por **Antonella Broglia**, organizadora de [TEDxMadrid](#) y embajadora de [Ashoka Espanya](#).

10: 40h Pausa de Networking

10: 35h Kantox aporta transparencia, separa lo que es precio de lo que es coste, aplicándolo al mundo de las divisas. Facilita a las empresas una mayor agilidad, unos mayores ahorros y una mayor eficiencia a la hora de gestionar su operativa en divisas. Tras tres años de actividad, tienen actualmente más de 700 clientes están presentes en más de 15 países y han generado ahorros reales por más de 8M de euros. Tienen sedes en Barcelona y Londres.

10: 28h Las nuevas tecnologías, igual que en su día facilitaron la desintermediación en el sector de las agencias de viajes, están ya empezando a facilitar la desintermediación en otros sectores, como el financiero.

10: 26h Antonio Ramis pasa a exponer la idea que llevó a los impulsores de [Kantox](#) a crear su compañía. En primer lugar, denuncia una cierta falta de transparencia en la política de fijación de precios que muchas grandes compañías imponen a sus clientes. Las nuevas tecnologías, afirma, permiten democratizar la información y por tanto permiten que

los usuarios finales dispongan de la misma información de que disponen las grandes empresas cuando fijan sus precios.

10: 23h Antoni Ramis, COO de [Kantox](#), inicia su discurso agradeciendo a Banco Sabadell que hayan tenido "el valor" de premiar a una empresa que, de hecho, es competencia directa de la entidad. Añade que, sin embargo, ese tipo de detalles son los que distinguen a las empresas con capacidad de detectar cuándo el mercado está cambiando y, por tanto, de adaptarse a esos cambios.



10: 20h Antonio Ramis, ex alumno de ESADE, recibe el **Premio ESADE Alumni & Banc Sabadell a la Mejor Startup 2014**.

10: 17h Carlos Venturas, director general adjunto de Banco Sabadell destaca el hecho de que quizás a mucha gente le pueda sorprender el hecho de que la entidad premie a una iniciativa empresarial que, de hecho, en cierta forma es competencia directa del banco. "Sin embargo", dice, "es algo de lo que ya se ha hablado en la mesa redonda que nos acaba de preceder. Estamos en un entorno cambiante, al que las empresas no pueden permanecer ajeno, y Banco Sabadell siempre ha sido especialmente sensible a todo lo relacionado con la innovación, y con la creación de nuevas empresas y de *startups*. Por ese motivo, precisamente, hemos puesto en marcha recientemente nuestra dirección de negocio BStartup. Por tanto, para nosotros es un placer entregar este premio a una empresa cuyos creadores han demostrado un gran talento"

10: 11 Se cierra la primera mesa redonda. A continuación, se procederá a la entrega del **Premio ESADE Alumni & Banc Sabadell a la Mejor Startup** que conceden anualmente. Es la tercera ocasión en la que se entrega este premio.



10: 04h Xavier Olba. Este tipo de iniciativas nos han permitido poner en marcha líneas de actuación que nos han permitido diferenciarnos de la competencia. Personalmente, sólo puedo recomendar a las grandes corporaciones que se lancen a este campo, que hace ya tiempo que se ha demostrado que es francamente útil y da grandes resultados.

10:01h Carlos Méndez, es una cosa que hay que hacer "sí o sí". Este tipo de iniciativas han llegado para quedarse. También es importante saber gestionar la frustración. No es fácil que grandes empresas ya consolidadas se vean obligadas a variar sus esquemas de trabajo internos por este tipo de iniciativas. Pero... hay que ser capaces de hacerlo.

9:59h César Gallo, en nuestro caso, este proceso se inició hace ya años y va cada vez a más. En España y el mundo hay mucho talento, y lo que hace falta es que las empresas interesadas en captar ese talento sean capaces de lanzar los mensajes al mercado, de forma suficientemente fuerte y clara. Creo que estas iniciativas son muy importantes para la competitividad de las empresas de nuestro país. Como te digo, en nuestro caso es un área a potenciar.



9:56h Sonia Marzo, es un proceso en alza, lo que evidentemente es muy positivo. Pero creo que las empresas en las que esta línea de actuación tendrá continuidad serán aquellas en las que, realmente, esta vocación de ayuda al emprendedor forme parte de su ADN.

9:55h Pol Navarro pide una visión rápida sobre el futuro del "Corporate Venturing". ¿Qué más podrían hacer las empresas para ayudar a los emprendedores?

9:53h Sonia Marzo, en nuestro caso, entre otras iniciativas, tenemos diversos acuerdos con varias entidades que les resultan muy útiles para desarrollar su proyecto. Sin embargo, el 90 % del proceso de comercialización se realiza a través de nuestros partners. Nosotros somos, insisto, facilitadores.

9:51h César Gallo, el objetivo de REPSOL no es convertirse en partner de las empresas que apoyamos. Nosotros apoyamos a empresas que puedan contribuir a optimizar el consumo energético. De todas formas, a menudo detectamos que las empresas a las que hemos ayudado a desarrollarse valoran más que el posible apoyo económico la solidez y solvencia que les aporta el que estemos a su lado y que durante el proceso de incubación que les proporcionamos les proporcionamos una serie de contactos muy valiosos que difícilmente hubiesen llegado a tener de otra forma.

9:49h Carlos Méndez, lo primero, evidentemente, es testar de forma exhaustiva cualquier proyecto que te llegue y que decidas apoyar. Luego es fundamental ayudar al emprendedor a que centre su estrategia. Habitualmente hay que ayudarles un poco a frenar sus expectativas... y curiosamente a menudo a que suba los precios. cuando hemos hecho todo esto, entre otras cosas, es cuando llega el momento de poner a su servicio nuestra red comercial.

Xavier Olba, en principio, nosotros no queremos invertir en *startups*. Queremos convertirnos en sus clientes, y ayudarlas a crecer. En muchas ocasiones, las *startups* tienen excelentes ideas, pero no conocen con detalle las peculiaridades del mercado. Creo que es una buena fórmula tanto para ellas como para nosotros.

9:47h Pol Navarro, las grandes empresas son, a menudo, grandes plataformas de distribución que permiten a los emprendedores hacer llegar sus productos y servicios a muchos más clientes potenciales que lo que nunca hubiesen podido hacer sin su apoyo. ¿Cómo lo veis?



9:45h Xavier Olba, en nuestro caso, el proceso de transformación que estamos viviendo ya nos predisponía a llevar a cabo ciertos cambios. Pero si tuviese que destacar dos puntos diría que ha cambiado mucho nuestra percepción del paciente. También hemos aprendido que en ocasiones puede ser muy útil invertir en algo, aunque no haya ROI detrás.

9:44h Carlos Méndez, el contacto con los emprendedores que traen enfoques frescos e ideas nuevas es, siempre, muy positivo. Ayuda a romper inercias y procesos repetitivos que, en ocasiones, debían ser revisados. Y ves que, cuando lo haces, los resultados son muy positivos.

9:43h César Gallo, posiblemente parte de los cambios más importantes sean, precisamente, la estructura creada para aprovechar todo el talento acumulado en el mundo de los emprendedores, y que antes ya he expuesto. Estamos notando que cada vez más gente de la empresa se quiere sumar a este proceso, o sea que el impacto es muy positivo. Recientemente, incluso algunos directivos ya jubilados se han ofrecido a acompañar a los emprendedores que generan nuevas iniciativas.

9:41h Sonia Marzo, los cambios y las adaptaciones son constantes. En nuestra empresa somos muy conscientes de que la innovación se genera, en gran parte, en el mundo de los emprendedores. Por tanto, ese es un mundo al que hay que seguir de forma constante para mantener nuestro día a día acompasado con lo que sucede en el mercado.

9:40h Pol Navarro pregunta por hechos concretos en los que se hayan acabado realizado cambios internos como consecuencia de su contacto con emprendedores.



9:39h Sonia Marzo inicia su intervención recordando que la innovación forma parte del ADN de su empresa, por lo que constantemente, a todos los niveles, se desarrollan actividades y se organizan foros para mejorar la innovación. Recuerda también que Microsoft tiene 6000 partners (entre los cuales, 1200 emprendedores) con los que desarrollan conjuntamente el 90 % de sus iniciativas.

9: 37h César Gallo asegura que en Repsol el proceso de innovación interna está abierto y es muy activo. Se hacen convocatorias anuales dirigidas a todos los empleados, que han generado 1500 propuestas. Las últimas han sido encaminadas a reducir los niveles de contaminación. De esas 15000 propuestas, 18 se hallan ya en estado de desarrollo, habiéndose alcanzado los objetivos marcados por la compañía en un tiempo mucho menor al inicialmente fijado. Los resultados son tan positivos que la empresa se plantea potenciar esta línea de actuación.

9:35h Carlos Méndez reconoce que ese problema existe. Se intenta que las dos líneas de actuación no entren en conflicto, pero a menudo no es posible. Se trata de ir gestionándolo, caso por caso.

9:34h Xavier Olba inicia el turno de palabras diciendo que, en su empresa, se intenta siempre que las startups con las que se colabora aporten líneas de negocio complementarias con las ya existentes.

9: 32h Pol Navarro destaca que, en ocasiones, la puesta en marcha de programas de apoyo al emprendedor existente dentro de las empresas puede ocasionar fricciones dentro de las mismas empresas, porque los emprendedores pueden, con sus proyectos, "solapar" con líneas de negocio ya consolidadas. Pregunta cómo lo viven en sus respectivas empresas.

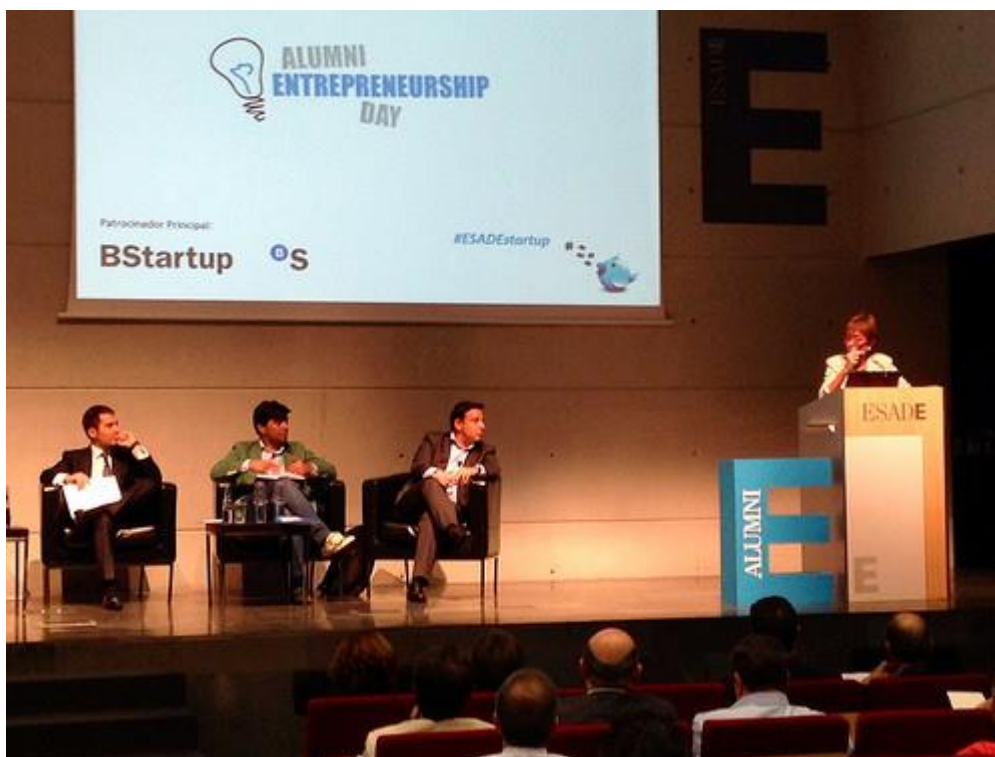
9: 30h Xavier Olba, responsable de la Estrategia Digital de Sanofi Iberia, expone que su empresa se está transformando, de empresa de farmacia a empresa de servicios de salud. Hace cinco años tuvieron que realizar un cambio radical en su I más D. Recientemente, han iniciado un programa de relaciones muy intensas con *startups* y han empezado a colaborar activamente con instituciones como la Generalitat de Catalunya

apoyando a un grupo de emprendedores que están estudiando necesidades no cubiertas en el ámbito hospitalario. De esta iniciativa ya han surgido tres proyectos muy ambiciosos que deberían originar importantes mejoras en la calidad de vida de los pacientes.

9:28h Carlos Méndez , socio fundador del fondo de inversión Fitalent y socio de Everis, inicia su intervención "desmitificando" un poco la clásica imagen del emprendedor como "joven en un garaje con tejanos". Hay muchos tipos de emprendedores, dice. Entre otras, destaca una reciente línea de actividad puesta en marcha por su empresa para promocionar iniciativas empresariales que pudiesen considerar viables... jugando distintos tipos de papeles. Hasta este momento, han apoyado ya siete empresas, de las que cinco ya son rentables.

9:25h César Gallo, vicepresidente de la Fundación Repsol, inicia su intervención haciendo referencia a la importancia del sector energético para el desarrollo de la humanidad y de la tecnología. Para su empresa, dice, la innovación es clave ("Inventemos el Futuro" es su slogan, recuerda). Cuentan con programas de innovación abierta, junto a distintas universidades y centros tecnológicos para detectar ideas que puedan convertirse en realidades. Las seleccionadas pasan a una incubadora en la que Repsol, sin adquirir ningún derecho sobre los proyectos, los desarrolla e invierte en ellos. Esta incubadora lo que busca es ayudarles a conseguir la financiación necesaria para que los proyectos se conviertan en realidades empresariales. En algunos, invierte directamente REPSOL mediante su propio fondo de Venture Capital.

9:20h Sonia Marzo, responsable de Emprendedores y Centros de Innovación de Microsoft, expone las iniciativas de su empresa en apoyo a los emprendedores internos. Entre otros, siete aceleradoras de negocio distribuidas en todo el mundo. También invierten en proyectos, aunque en estos momentos las inversiones son secundarias, respecto a las actividades de aceleración.



9:15h Pol Navarro, director de Transformación Digital e Innovación de Banco Sabadell, invita a los participantes a explicar los ejemplos de emprendimiento de las empresas en las que trabajan.

9:12h Da la bienvenida a la jornada **Pol Navarro**. Agradece en nombre de Banco Sabadell su asistencia a los presentes. Hace referencia a la huelga de taxis que hoy tiene lugar en Barcelona, provocada en buena parte por la app "Uber". "Una muestra palpable", dice, "de que el mundo de la tecnología provoca constantemente nuevos escenarios a los que las empresas tienen que estar atentos para poder adaptarse y dar la mejor respuesta a los mismos"

9:10h Participan en la mesa redonda César Gallo, vicepresidente de Fundación Repsol, Sonia Marzo, responsable de emprendedores y centros de innovación Microsoft, Carlos Méndez, socio fundador del fondo de inversión Fitalent y socio de Everis, Pol Navarro, director de transformación digital e innovación de Banco Sabadell y Xavier Olba, responsable de estrategia digital de Sanofi Iberia

Bieto destaca la figura del "Emprendedor Interno", que desarrolla sus proyectos y persigue sus sueños dentro de las grandes empresas.

9:05h Empieza la jornada sobre emprendimiento de **ESADE Alumni**. Da la bienvenida **Eugènia Bieto, directora general de ESADE**. Agradece a Banco Sabadell su apoyo para la realización de la jornada. Presenta la primera mesa redonda del día, "Corporate Venturing", dedicada a las grandes corporaciones que promueven de forma activa la figura del emprendedor.

