

**su
ma
rio**

EN PORTADA ATC TORREALDAY DE CERCA **IDEAS FUERZA** NUEVOS NICHOS PARA LA INNOVACIÓN / APRENDER DE LOS ERRORES **INNQUIETOS** JAVIER FINEZ **MISCELÁNEA** CURSO DE COOLHUNTING **EL REVÉS** 120 AÑOS DE IRIZAR

03



Ekinntzaile

Manuel Castells es una de las pocas voces innovadoras para superar la crisis.

04



120 años

La empresa Irizar fue fundada hace 120 años y desde entonces no ha parado de crecer

GipuzkoaActiva

Una ventana abierta al mundo empresarial.

“La clave para crecer reside en escuchar al cliente, conocer sus necesidades y, por lo tanto, crecer de forma horizontal en pequeñas unidades de cercanía”



LA ASESORÍA ATC TORREALDAY FUE FUNDADA EN 1979 EN GERNIKA Y HOY CUENTA CON MÁS DE 100 OFICINAS REPARTIDAS POR TODO EL ESTADO. SU OBJETIVO ES PROPORCIONAR A LAS EMPRESAS Y PARTICULARES TODO EL SOPORTE NECESARIO PARA CUMPLIR CON SUS OBLIGACIONES Y FORMALIDADES FISCALES Y MERCANTILES.

¿Cuál es la filosofía de trabajo de ATC Torrealday? ATC Torrealday es un grupo dedicado al mundo de la asesoría fiscal contable y laboral, formado por profesionales muy especializados en las distintas áreas de actividad pero con una única orientación o filosofía y es la del servicio a la empresa. Es siempre nuestro cliente el que nos exige abrirnos a nuevas áreas y prepararnos constantemente. Crecemos y ayudamos a crecer. Nuestra cartera de clientes se centra mayoritariamente en pymes y autónomos.

¿Cuál es el elemento que diferencia a este grupo? Lo que distingue ATC TORREALDAY es el hecho que la totalidad de la organización se involucra en la atención a cada cliente. Esto es posible ya que la estructura está formada por equipos de trabajo con funciones bien definidas. Así los asesores-consultores se centran en su principal acción: asesorar al cliente en un marco de confianza y seguridad.

¿Cuál ha sido la clave para crecer? La clave para el crecimiento que ha conocido el grupo en estos 30 años ha sido el escuchar al cliente, el conocer sus necesidades y, por lo tanto, crecer de forma horizontal en pequeñas unidades de cercanía. Hemos podido comprobar que en muchas ocasiones los clientes que acuden a utilizar nuestros servicios buscan un trato personalizado y a su vez la seguridad de trabajar con un grupo líder en su sector.

En efecto el crecer en unidades pequeñas no significa que estos grupos

Existe una coordinación absoluta entre los diferentes equipos y el gabinete de estudios con la finalidad de aportar los elementos que faciliten la labor del asesor-consultor. A su vez por la propia estructura de nuestro grupo, los distintos órganos refuerzan y consolidan la relación entre el asesor-consultor y el cliente.

¿Qué cambios se han producido en los últimos tiempos?

Hemos podido comprobar en estos últimos años un incremento de demanda por parte de nuestros clientes de un asesoramiento multidisciplinar y muy especializado. El constante desarrollo normativo en las áreas empresariales implica una necesidad de tener una actitud proactiva del asesor para que podamos ofrecer soluciones imaginativas y dinámicas adelantándonos a las necesidades del empresario.

¿Cuáles son hoy las necesidades de la empresa? Son muchas y variadas. En el contexto actual la empresa se encuentra en un entorno caótico en el que la figura del asesor es fundamental. En efecto la crisis que padecemos ha implicado unos problemas de tesorería en muchas empresas. En estos casos y analizando la viabilidad de la empresa se ha trabajado sobre expedientes de financiación acudiendo a entidades de garantía recíproca como Elkargi u Oñarri, buscando líneas de financiación (ICO). A su vez muchas empresas necesitan una reflexión estratégica sobre su actual posición en el mercado en términos de rentabilidad para tomar las decisiones oportunas

Nuestra línea de consultoría acompaña al empresario en estas reflexiones.

¿Cómo ayuda ATC TORREALDAY a las pymes? A través de una escucha y de una experiencia de 30 años en las áreas de asesoramiento empresarial buscamos las soluciones adecuadas para adecuar las necesidades de la empresa al contexto en el que se encuentran.

Aportamos un servicio personalizado y de alto valor añadido adecuado a la experiencia y profesionalidad del equipo, así como una constante innovación para la aplicación de las metodologías de gestión más avanzadas. En estos momentos, muchos empresarios se encuentran en un período de toma de decisiones difíciles y, por lo tanto, la figura del asesor para ayudar a las pymes a tomar las decisiones adecuadas tanto en el tema laboral (tramitación de expediente de regulación de empleo, despidos, etc.) como en el tema fiscal (gestión de los pagos de Hacienda, tramitación de expedientes de fraccionamiento y aplazamiento, solicitud de devoluciones mensuales de iva) y en el tema contable y mercantil, por ejemplo, ante la decisión de presentar un concurso de acredo-

El grupo ATC Torrealday parte del hecho de que las personas son la principal riqueza de la organización

res. A su vez, esta crisis ha visto florecer de nuevo las sociedades limitadas laborales u otras figuras que permiten a sus socios capitalizar el paro y de esta informa inyectar capital a las empresas sin recurrir a financiación ajena. Por lo tanto, en el contexto actual el cliente se encuentra más que nunca al centro de todos los servicios que el grupo ATC Torrealday está prestando.

¿Qué pasos está dando para mejorar esta ayuda? El grupo ATC Torrealday, partiendo de que las personas son la principal riqueza de la organización, realiza de forma periódica cursos de formación con profesionales expertos en las áreas empresariales. Asimismo, el grupo ha sido auditado con los requisitos de la fundación europea para la gestión de la calidad (EFQM) y ha obtenido la certificación de calidad NORMA ISO 9002 bajo la acreditación Española ENAC y la acreditación alemana Dar. Por otro lado, el grupo ha suscrito acuerdos de colaboración con diversas entidades para ofrecer a sus clientes servicios complementarios y de gran interés para su actividad empresarial.

¿Cuáles son esos acuerdos de colaboración? En la actualidad, y tras una larga experiencia profesional contrastada, el grupo Torrealday ha conseguido situarse como la empresa líder en Euskadi así como en España tanto en número de oficinas como en número de clientes. Este posicionamiento ha permitido disponer de recursos y capacidades para alcanzar acuerdos de colabora-

importantes colectivos como son BBK, CECObi, IMQ y Asociaciones empresariales, así como Centros de Empleo para la promoción económica y el desarrollo en el ámbito local en varios municipios de Bizkaia que demandan una mejora continua de la calidad de los servicios así como una constante preocupación por la optimización de los mismos.

En Gipuzkoa, el grupo ha llegado a un acuerdo con varias agencias de desarrollo de ámbito local para desarrollar un programa de bonificación de los servicios de asesoría a jóvenes emprendedores. De esta forma, el grupo Torrealday ofrece un servicio de calidad con bonificaciones en los dos primeros años de actividad de una empresa que ha permitido a todos aquellos emprendedores que no han podido tener acceso a los programas institucionales tipo “Txekin”, por ejemplo, el arrancar una actividad empresarial con un coste reducido y la seguridad de confiar en un servicio de gran calidad y profesionalismo.

¿A qué retos se enfrenta el grupo? Los retos a los que ATC Torrealday se enfrenta son optimizar los recursos que proporciona nuestra red de oficinas a nuestros clientes, alcanzar nuevos acuerdos de colaboración con entidades de interés en Gipuzkoa, seguir creciendo en este territorio con la apertura de nuevas oficinas e incorporar nuevos profesionales de contrastada solvencia que nos dote de mayores recursos y capacidades

inn emprender/innovar/crear | *La innovación la hacen las personas.*



INNQUIETOS

Javier Finez

MIEMBRO DE
DENOKINN

IDEAS FUERZA

NUEVOS NICHOS PARA LA INNOVACIÓN

EL PATRIMONIO NORMALMENTE SE INTERPRETA COMO UN BIEN CULTURAL, ALGO A PRESERVAR, DOCUMENTAR Y CUIDAR POR SU VALOR, PERO POCOS SON LOS QUE LO MIRAN DESDE UNA PERSPECTIVA DE FUTURO. EL PATRIMONIO CULTURAL PUEDE SER UN VERDADERO EJE PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE UN PAÍS.

EFE.

Innovación participativa

Dicen que el secreto del éxito está en prepararse para aprovechar la ocasión cuando ésta se presenta. El problema es que en periodos de crisis no suelen presentarse demasiadas oportunidades y es por ello que debemos dar un paso más allá... ser capaces de generar nuestras propias oportunidades.

Los tiempos de crisis, son también tiempos de cambio para nuestra sociedad y nuestro tejido industrial... Tiempos de cambio que, sin embargo, pueden otorgarnos la oportunidad de situarnos en la cabeza del pelotón si tenemos capacidad de visión estratégica y nos atrevemos a ser ambiciosos.

La actual situación de incertidumbre viene ocasionada en parte por la rigidez y madurez de determinados modelos productivos, por tanto, la clave está en dar un giro hacia la diversificación económica y la identificación de espacios susceptibles de provocar la emergencia de nuevos negocios... Esta diversificación implicará una mayor creación de riqueza, empleo de calidad y una mayor competitividad de aquellos territorios que tengan la osadía de ser ambiciosos.

Claves para lograr esta diversificación territorial son la inversión en fomentar la cooperación interempresarial entre la industria ya existente y la hibridación de conocimiento tanto vertical (ligados a las cadenas de valor de los distintos sectores) como transversal (ligadas al desarrollo de nuevas capacidades en sectores emergentes) con el objetivo de generar espacios de oportunidad no cubiertos y fomentar nuevos proyectos empresariales en áreas y tecnologías de futuro, tanto en sectores emergentes como en los ya consolidados.

Un buen ejemplo de todo ello se está desarrollando en el territorio de Álava a través del Plan DEIKA: Diversificación Empresarial de la Industria (K)lave Alavesa promovido por la Diputación Foral de Álava y que contribuirá a posicionar la industria alavesa en estos nuevos escenarios de oportunidad garantizando la competitividad en el medio-largo plazo y produciendo la necesaria regeneración del tejido empresarial del territorio.

Si abordamos el patrimonio desde una visión holística y nos ponemos las gafas de la innovación, podremos ver nuevos sistemas expertos de clasificación, nuevos sistemas de representación gráfica y virtual, nuevos materiales de restauración, nuevos sistemas para la reproducción, nuevos usos, materiales expositivos, sistemas y servicios de traducción o empresas de ingeniería y software. En definitiva, una gran industria de alta tecnología, aunque para la mayoría no deje de ser más que un conjunto de piedras, de pinturas sobre un lienzo o de letras sobre un papel.

En Euskadi tenemos dos buenos ejemplos de puesta en valor de un elemento patrimonial, siempre y cuando seamos capaces de verlos como un motor de actividad económica. El primero es la Catedral de Santa María en Vitoria, un cla-

ro ejemplo de cómo, incluso un proceso de restauración, ha desarrollado nuevos procesos de trabajo, nuevos medios y nuevos materiales. Hoy en día es un atractivo turístico de primer orden que está siendo analizado desde todo el mundo. El segundo es el Guggenheim, un patrimonio nuevo que marca tendencia en la arquitectura del siglo XXI, nuevos materiales, nuevos procesos de construcción que han servido también para posicionar a las ingenierías y a las empresas constructoras vascas a la vanguardia de la construcción civil además del efecto directo sobre el turismo y la regeneración urbanística y social de Bilbao.

Otro ejemplo de gran interés es la rehabilitación y puesta en valor de las ruinas industriales de Barcelona en el denominado distrito 22@. Este proceso ha creado uno de los entornos más dinámicos para la

identificación y lanzamiento de nuevos negocios en sectores emergentes. El 22@ es un verdadero hervidero de oportunidades de innovación y de generación de valor económico en una ciudad. En definitiva, un gran ejemplo a seguir.

Por último, no podemos olvidar el patrimonio intangible o cultural, un bien de gran valor que merece la pena preservar y desarrollar socio-económicamente. El conocimiento de nuestros mineros, fundidores, ganaderos o agricultores. Es algo que no nos podemos permitir perder y menos cuando hoy tenemos los medios para recogerlo y socializarlo mediante nuevas tecnologías.

EL
QUID

Aunque el patrimonio cultural sea percibido como algo del pasado, si cambiamos el chip y nos ponemos las gafas de la innovación, podremos ver una industria de alta tecnología con capacidad para regenerar nuestro tejido económico.

Lift10 France

Tras congregarse a más de 500 emprendedores en 2009, Gunter Pauli, Dominique Pestre y Bruce Sterling han organizado un nuevo encuentro de innovadores franceses para estudiar cómo ha impactado Internet en nuestra vida cotidiana. Lift10 France se celebrará entre el 5 y 7 de julio en Marsella.

Chile

Además de ser una de las selecciones que mejor ha jugado al fútbol en el mundial, Chile sigue siendo considerado uno de los diez países más innovadores del mundo. No será que hay que tener un poco más de humildad en casi todo.

Innovación Social

La Comisión Europea, Euclid Network y SIX ya ha anunciado el concurso para seleccionar los diez proyectos de innovación social más interesantes de Europa. Varias iniciativas vascas estarán entre los competidores.

www.euclidnetwork.eu

FLA-
SHES

EKINTZAILE

BERRITZAILEAK FUNTSEAN
Diren guztiak ez dauden arren,
dauden guztiak badira.



1 Manuel Castells

El catedrático de la Universidad de Berkley es una de las pocas voces innovadoras para superar la crisis.
www.manuelcastells.info/es/



2 Julio Gómez

La referencia vasca en cuidados paliativos.



3 Elena Garrigues

La cara innovadora del prestigioso bufete.

IDEAS FUERZA

HACE UNOS DÍAS LEÍA EN UN DIARIO QUE UN BRILLANTE ALUMNO DE HARVARD HABÍA SIDO CAZADO "IN FRAGANTI" CUANDO INTENTABA OBTENER EL RESPALDO DE SU UNIVERSIDAD PARA CONSEGUIR UNA BECA DE POSGRADO. LO QUE HIZO SOSPECHAR AL PROFESOR FUE LA BRILLANTEZ DEL CURRÍCULUM QUE TENÍA ENTRE SUS MANOS. **PROF. JOSEBA CAMPOS**

APRENDER DE LOS ERRORES

NO ES LO MISMO QUE ERRAR AL DECIDIR



En sí misma, la noticia no tenía más que la picaresca propia de los estudiantes en época de exámenes. Ya había sido recogida previamente por los titulares periodísticos cuando uno de ellos tituló eufemísticamente, que una determinada universidad española daba derecho a copiar a sus alumnos. Sin embargo, el caso que tenía delante de mí me dio qué pensar.

Cuando tomamos decisiones, hay un hecho en el que no reparamos demasiado: las consecuencias de nuestras decisiones. Si se nos pasa por la cabeza que pueden ser negativas, creamos escenarios futuribles donde esa posibilidad no sucede. En el caso que nos ocupa es evidente que el resultado de la decisión ha sido negativo, pero más negativo ha sido el proceso seguido al tomar esa decisión, o más bien, el conjunto de decisiones que desembocan en ésta.

Al decidir es importante distinguir entre el proceso de la toma de la decisión y el resultado que se obtendrá. A la larga, siempre será más importante el primero que el segundo, pero a la corta, el espejuelo del resul-

tado que se busca nos ofusca. El proceso de decidir incluye los ya sabidos pasos: definición del problema, establecimiento de criterios, creación de alternativas, evaluación de las mismas y decisión.

Al combinar estas dos características de toda decisión -proceso y resultado- obtenemos cuatro posibilidades diferentes:

La primera es que ambos sean correctos. De donde se concluye que hemos de seguir así.

La cuarta sería que ambos son incorrectos: hemos decidido mal y, por tanto, hemos obtenido un mal resultado. Es evidente que tenemos que aprender de los errores, simplemente por pura necesidad.

Los dos restantes presentan muchos más problemas. El tercero sería que el proceso es bueno, pero el resultado malo. No hemos obtenido el resultado previsto a la vista de nuestro jefe, pero hemos ido tomando las decisiones correctas en cada caso. Es decir, cuando decidimos bien, el tiempo nos dará la razón, aunque en ocasiones, tengamos mala suerte y el resultado no sea el buscado.

Pero la combinación más grave se presenta cuando el resultado obtenido con nuestra decisión es positivo, pero el proceso de decidir, en sí mismo, ha sido malo. Es el caso de referencia del estudiante de Harvard hasta que es "pillado" por mentir en su expediente académico. También el de tantas empresas donde priman los resultados (aumentar las ventas por cualquier medio) frente al proceso de decidir (ganar clientes en toda relación). Es la primacía del corto sobre el largo plazo, que nos refuerza de una manera negativa la idea de que vamos en la dirección correcta hasta que el problema nos estalla en las manos. Es lo que se llama "aprendizaje negativo".

En la teoría de la toma de decisiones hay una serie de principios que merecen la pena ser recordados y uno de ellos es que no es bueno tomar decisiones arriesgadas sólo porque uno se encuentra en una situación "complicada". Dicho de otra manera, a la larga es mucho mejor aprender de los errores que errar al decidir.

NO TE LO PUEDES PERDER

COOLHUNTING

> EVENTO

El coolhunting es una disciplina ubicada entre el marketing y la publicidad, el I+D, la investigación comercial y la estrategia. Durante dos horas los asistentes recibirán una charla por parte del socio fundador de The Hunter, Daniel Córdoba Mendiola, quien les explicará el contexto actual de mercado en un entorno de fricción, las grandes macro-tendencias en el mercado y el fenómeno cool, así como los instrumentos y herramientas para el análisis de las tendencias del mercado.

Fecha 13/07/2010
Horario De 9.30 a 11.30 horas
Lugar Edificio Central del Parque Tecnológico de Donostia. Paseo Mikeletegi
Organizado por BIC Berrilan



INN 2.0 THE INNERS

// DESTACADOS EN WWW.NOTICIASDEGIPUZKOA.COM/INN //



IGNACIO RUIZ DE ALEGRÍA CONSULTOR Y CONSEJERO
"La cosa es que ambas vivencias de transformismo actitudinal me han hecho pensar mucho en las circunstancias que pueden llevar a las personas a manifestarse de forma totalmente distinta"



AZUCENA VEGA FACILITADORA DEL CAMBIO
"Casi nadie quería el plus de disponibilidad porque se consideraba una esclavitud estar accesible en cualquier momento"



SAMUEL TRIGUERO COORDINADOR DE TKNKA
"El término innovación, probablemente, sea el que más está siendo utilizado en los discursos. Pero, ¿cuál es ese significado?"



MAITE VILLAFRUELA COACH
"Evaluar implica juzgar; entrenar implica ayudar a mejorar"



JUAN LUIS AZKARATE PERIODISTA
"Aunque la idea era brillante, como tantas veces, el negocio tardó en despegar"

NUEVO CANAL INN

WWW.NOTICIASDEGIPUZKOA.COM/INN

OFRECIENDO PROPUESTAS PARA ENCARAR CON GARANTÍAS LOS RETOS DEL FUTURO
EL 1 DE JULIO PRESENTAMOS LA ESTRATEGIA EN EL KURSAAL



>> IRIZAR

Más de 120 años creciendo

EL TÉRMINO INNOVACIÓN SIGNIFICA UNA NUEVA MANERA DE HACER ALGO. SE REFIERE A CAMBIOS INCREMENTALES, RADICALES Y REVOLUCIONARIOS EN PENSAMIENTOS, PRODUCTOS, PROCESOS Y ORGANIZACIONES. LA DIFERENCIA ENTRE INVENCIÓN E INNOVACIÓN ES QUE EN LA PRIMERA SE CREA Y MANIFIESTA UNA IDEA Y EN LA SEGUNDA SE APLICA Y SE LLEVAN A LA PRÁCTICA IDEAS CON ÉXITO.



Varios autobuses de la flota Irizar.

Irizar es un proyecto empresarial compuesto por más de 3.200 personas que cuenta con plantas de producción en siete países y presencia comercial en más de 90 países de los cinco continentes. Fundada en 1889 y con más de 120 años de historia es hoy líder destacado en el sector en España y una de las referencias más importantes a nivel mundial. Su estrategia principal "Fidelizar a los clientes" cumpliendo con las exigencias que se derivan de valores clave como son la Calidad, el Servicio, el Coste, la Seguridad y Salud Laboral, la Experiencia compartida y la Orientación al cliente siempre en un marco constante de innovación.

Su visión consiste en ofrecer autocares y autobuses en todo el mundo que aportan seguridad y confort a los pasajeros, fiabilidad y rentabilidad a los clientes, que-

riendo ser una referencia de innovación.

Cuenta con un modelo de gestión innovador en el que todas las personas trabajan muy cerca de los clientes, basando su actividad en equipos multifuncionales que gestionan todos los aspectos relativos a los mismos desde el conocimiento de sus necesidades hasta la vida última del autocar servido pasando por la fabricación y entrega. Es esta cercanía al cliente lo que contribuye a incrementar el conocimiento de sus necesidades y de esta manera mejorar la relación y satisfacción de éstos en cuanto a los productos y servicio ofrecidos.

Irizar ofrece una atención personalizada, un importante servicio post-venta capaz de resolver cualquier incidencia de los clientes y un moderno centro logístico desde el cual se suministran los recambios a cualquier punto don-

de éstos lo requieren.

El desarrollo de autocares se lleva a cabo mediante la creación de equipos formados por colaboradores externos, proveedores, clientes y pasajeros partiendo de un análisis de sus necesidades y con un diseño diferenciado, dinámico y sólido, acorde a la imagen de Irizar.

Aplica innovaciones y desarrollos tecnológicos propios adaptándose a los mercados, normativas y requerimientos de cada cliente. Fruto de esta permanente innovación esta empresa cuenta hoy con los siguientes modelos de autocar: Irizar Century, Irizar PB, Irizar i4 lanzado al mercado en el 2007 y el Irizar i4 low entry presentado al mercado el año 2009.

La investigación y la inversión en nuevas tecnologías es una constante en Irizar. Dedicamos importantes recursos financieros a la mejora tecnológica de sus productos. El

año pasado se invirtieron quince millones de euros en innovación, un 50% más que en el ejercicio anterior con la presentación en Europa de una tecnología autoportante propia, el lanzamiento del i4LE, la fabricación de los primeros autocares urbanos en Marruecos y el desarrollo de un nuevo modelo de autocar que verá su luz no antes de finales del presente año.

En las últimas décadas Irizar ha sido ampliamente galardonada y laureada tanto a nivel nacional como a nivel internacional; ha obtenido premios y reconocimientos a sus productos y a su evolución en la excelencia empresarial. No obstante, el reconocimiento más importante es la satisfacción y el orgullo de ver el esfuerzo de sus personas, sus colaboradores y sus clientes recompensado con el éxito de un proyecto que se ha convertido en referencia mundial.

PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIZAJE

www.bicberrilan.com/info

Bic Gipuzkoa Berrilan asesora a las personas emprendedoras y a las PYMEs en los diferentes programas de apoyo al emprendizaje adaptados a las necesidades de cada nueva iniciativa empresarial.

>> **Programa TXEKINTEK** Acompañar de forma integral a las personas emprendedoras en el desarrollo y puesta en marcha de Nuevas Empresas de Base Tecnológica y/o innovadora (NEBTs).

>> **Programa BARNETEKIN** Programa de acompañamiento -Barne- tekin- por el cual se pretende apoyar la actividad de intraemprendizaje dentro de las empresas con el fin de promover la creación de nuevos proyectos empresariales de carácter innovador y/o tecnológico industrial o de servicios conexos en Gipuzkoa.

>> **Programa EKINTZAILE** Apoyo mediante el acompañamiento y la financiación para nuevos proyectos empresariales de carácter innovador industrial o de servicios conexos, tutelados por un CEI

(Centro de Empresas e Innovación), para las fases de maduración de la idea y de puesta en marcha de la empresa. > **Ayuda 1** Ayuda de acompañamiento, a la persona o equipo promotor, en el proceso de maduración de la idea y elaboración del Plan de Empresa, hasta la puesta en marcha. Esta ayuda tendrá la consideración de subvención a fondo perdido no reintegrable. > **Ayuda 2: Luzaro** Ayuda destinada a facilitar el acceso a la financiación de las inversiones necesarias para llevar a cabo el Plan de Empresa y que se materializará mediante la reducción del coste financiero y a través de la dotación de un Fondo de Garantías.

>> **Programas CONNECT y MINI CONNECT** Estos programas tienen por objeto la concesión de ayudas económicas para financiar proyectos empresariales desarrollados en la CAV por jóvenes empresas industriales o de servicios conexos, innovadoras y con potencial de crecimiento, tutelados por un Centro de Empresas e Innovación (CEI) del País Vasco.

LO MÁS VISTO

gipuzkoa tv

www.gipuzkoa.tv

01 EL MARKETING QUE VIENE



Mesa redonda enmarcada en la jornada 'Estrategias actuales de marketing on-line'.

02 GONZALO BRUJO



El futuro de las marcas, conferencia enmarcada en la jornada 'Estrategias actuales de marketing on-line'.

03 JUAN ANTONIO MERODIO



Pasos para dar a conocer mi negocio en Redes Sociales, conferencia enmarcada en la jornada 'Estrategias actuales de marketing on-line'.

04 LASSE ROUHIAINEN



Video marketing y YouTube para empresas, conferencia enmarcada en la jornada 'Estrategias actuales de marketing on-line'.

05 MARC CORTÉS



'Aprender en tiempos de redes', conferencia enmarcada en la jornada 'Estrategias actuales de marketing on-line'.