

JUANMA ROMERO Y LUIS OLIVÁN

EMPRENDER EN LA ERA DIGITAL



Con la colaboración de:

Elzbieta Bieńkowska, Antonio López-Istúriz, Juan Viesca, Juanma Revuelta, Pilar Santamaría, Pablo Zalba, Mónica Martínez, Isidro Laso, María Lázaro, Lola Baños, Francisco Ruiz, Begoña Ortega, Tíscar Lara, Álvaro Notario, Arturo de las Heras, José Luis Peinó, Cristina Álvarez, Joana Sánchez, Juan Merodio, Gerard Gracia, Antonio Gómez, María Millán, Ami Bondía, Alberto Calvo, Marina Estacio, Juanma Romero, María Eugenia González, Beatriz Morilla, Samuel Pimentel, Juan Ignacio Navas, Manuel Bermejo, Antonio Sagardoy, Rodolfo Carpintier, Javier Cámara, Raúl Martín, Cristina Fernández, Silvia Leal, Amparo Díaz-Llairó, Daniel Kutner, Antonio López de Ávila, Silvia Sánchez, Eugenia Toledo, Rodrigo Miranda, Sonia Marzo, Víctor Molero, Jorge Urrea y Luis Oliván.



rtve

Juanma Romero y Luis Oliván

Emprender en la era digital



Gestión 2000

© 2017 Juanma Romero y Luis Oliván
© 2017 Corporación RTVE

© Centro Libros PAFP, S. L. U., 2017
Gestión 2000 es un sello editorial de Centro Libros PAFP, S. L. U.
Grupo Planeta
Av. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-9875-440-7
Depósito legal: B. I.282-2017
Primera edición: febrero de 2017
Preimpresión: Medium Preimpresió
Impreso por Romanyà Valls, S. A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).
Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Sumario

PRÓLOGO

Emprender en la era digital

Elżbieta Bienkowska

13

EUROPA

El mercado único digital

Antonio López-Istúriz White

17

Financiación europea para emprendedores

Juan Viesca

20

***Startups* y *networking* para la internacionalización: Partenariado público y privado, *lobby* y *advocacy* desde la Unión Europea**

Juanma Revuelta

23

Cinco maneras para ser escuchado en Bruselas

Pilar Santamaría González

26

El motor de la economía europea

Pablo Zalba

29

***Impact investment* y el emprendimiento social con ánimo de lucro. Una tendencia al alza:**

Invertir haciendo el bien

Mónica Martínez

31

Conectando ecosistemas de *startups*: Conectar personas e ideas para crecer y expandirse

Isidro Laso Ballesteros

34

REDES SOCIALES

¿Cómo puede el emprendedor rentabilizar las redes sociales?

María Lázaro Ávila 39

El emprendedor en Facebook

Lola Baños 42

Google. Emprender en internet: Una realidad cada vez mejor avenida

Francisco Ruiz Antón 44

YouTube para emprendedores

Begoña Ortega Cano 47

Diez pasos para hacer de Twitter un aliado en tu estrategia emprendedora

Tíscar Lara 51

Instagram para pymes

Álvaro Notario 55

Cómo puede ayudar LinkedIn a los emprendedores

Arturo de las Heras García 58

Cómo monetizar tu blog

José Luis Peinó 61

La transformación digital de las empresas ya no es una opción, es una necesidad

Cristina Álvarez Pagán 63

Gestión de contenidos digitales

Joana Sánchez 66

Estrategias de marketing digital que todo emprendedor y pyme en Europa deben tener en cuenta para tener éxito

Juan Merodio 69

Familia, quiero ser vloguero

Gerard Gracia Arcas 72

La nube de Microsoft a disposición de los emprendedores	
Antonio Gómez	75
COMUNICACIÓN Y MARCA PERSONAL	
¿Tienes claro que tus clientes viajan contigo? Y otras verdades del <i>branding</i> en la era digital	
María Millán	79
Personal <i>branding</i>: La brújula del éxito	
Ami Bondía	81
El papel humano en las relaciones institucionales	
Alberto Calvo	84
La comunicación y el mensaje	
Marina Estacio	87
EMPRESA	
¿Por qué necesito un consejero independiente?	
Juanma Romero	93
Los dominios, piedra angular en la estrategia de posicionamiento digital	
María Eugenia González	96
La gestión del dinero	
Beatriz Morilla	98
Queridos emprendedores: De buenas ideas y buen talento va el éxito	
Samuel Pimentel	101
Startup Legal Hub Europe: El apoyo legal a los emprendedores	
Juan Ignacio Navas Marqués	104
Déjate asesorar	
Manuel Bermejo Sánchez	106

Claves para encontrar trabajo en la nueva era digital

Antonio Sagardoy 109

La pyme europea del siglo XXI

Rodolfo Carpintier Santana 112

Cómo convertirse en una *startup* unicornio

Javier Cámara 115

El papel social de las *startups* como vectores de innovación

Raúl Martín 117

DIGITALIZACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Transferencia de tecnología

Cristina Fernández 121

¿Tsunami digital o el cuento del lobo?

Silvia Leal 124

Las nuevas profesiones

Amparo Díaz-Llairó 126

Israel, referente mundial de la investigación y el emprendimiento

Daniel Kutner 130

Turismo e innovación: Los emprendedores marcan el nuevo modelo turístico del siglo XXI

Antonio López de Ávila Muñoz 133

FORMACIÓN

Los nuevos perfiles profesionales

Silvia Sánchez Hernández 137

La revolución del *e-learning*: Los dispositivos inteligentes están transformando los hábitos de acceso a la formación online

Eugenia Toledo Troxler 140

**El valor de la formación para pymes
y emprendedores**

Rodrigo Miranda Beltrán 144

La vocación de emprender

Sonia Marzo 147

SENTIDO COMÚN

Sonríe, por favor. Es importante

Víctor Molero Ayala 153

Contra los pecados digitales atención plena (*mindful*)

Jorge Urrea Filgueira 157

APLICACIONES

Aplicaciones móviles para emprendedores

Luis Oliván Jiménez 165

El mercado único digital

Antonio López-Istúriz White

Secretario general del Partido Popular Europeo (PPE) desde el año 2002 y diputado en el Parlamento Europeo desde 2004, donde ha desarrollado una intensa actividad a favor de los trabajadores autónomos, emprendedores y pymes. Actualmente es miembro titular de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor. Es licenciado en Derecho por la Universidad CEU San Pablo y máster de Liderazgo para la Gestión Pública en el IESE Business School.

www.antoniolopezisturiz.eu/
@tonoepp
www.linkedin.com/in/lopezisturiz
www.facebook.com/tonoepp/

¿Quién no se ha sorprendido viendo la facilidad con la que los niños manejan las nuevas tecnologías? Para mí, es la imagen de una nueva generación mostrándonos cómo será el futuro.

Estos niños necesitarán empleos y el grueso del tejido empresarial en Europa lo componen pequeñas y medianas empresas (pymes). Es aquí donde están los puestos de trabajo de hoy y de mañana.

Alrededor de 23 millones de pymes generan el 85 por ciento de los nuevos empleos que se crean en la Unión Europea (UE).

Estas cifras ponen de manifiesto la importancia capital de los emprendedores para la economía de la Unión Europea y el apoyo que, desde las diferentes instituciones, se les debe prestar. No en vano, durante mucho tiempo, la Unión Europea ha trabajado para conseguir un mercado único europeo que eliminara poco a poco las restricciones a las barreras, al comercio y a la libre competencia. Si bien el mercado interior supuso para los consumidores una ampliación en la oferta y

la demanda de productos, para las empresas ha supuesto la posibilidad de ofrecer sus bienes y servicios a 500 millones de consumidores repercutiendo, además, y de manera espectacular, en la mejora de su competitividad y crecimiento.

Ahora, este mercado interior debe ser digital, como nuestros hijos nos enseñan.

Es significativo que, actualmente, sólo el 7 por ciento de las pymes europeas venden fuera de sus fronteras nacionales. Esta tendencia puede ser invertida desarrollando un verdadero mercado único digital.

Un mercado único digital, libre y seguro, significaría para las empresas europeas, muy especialmente para microempresas y *startups* con mayores dificultades para su expansión, el acceso a todo el mercado de la Unión Europea con independencia de su nacionalidad y del lugar en que se encuentren. Así, un emprendedor español ofreciendo sus productos online, tendría un mercado potencial de 500 millones de consumidores de 28 Estados miembros frente a los 46,5 millones si se limitara únicamente al mercado nacional.

El mercado único digital generaría, además, 415.000 millones de euros anuales a la economía europea, y crearía 3,8 millones de empleos. Por ello, desde el Parlamento Europeo así como desde el resto de las instituciones estamos apostando fuertemente por los emprendedores como centro de nuestras políticas y trabajando para eliminar las todavía existentes barreras nacionales a las transacciones realizadas en línea.

Necesitamos mejorar el marco de actuación de las pymes y *startups* con iniciativas como la armonización de normas contractuales y protección de consumidores, el abaratamiento de los costes de envío, la reducción de la burocracia y la simplificación del pago del IVA.

Por otro lado, es fundamental facilitar el acceso a la financiación para empresas innovadoras de nueva creación o en fase de expansión a través de fondos europeos de capital riesgo, así como potenciar a nivel de la Unión Europea la relación entre emprendedores que buscan financiación e inversores en busca de proyectos innovadores.

La consecución de un mercado único digital permitirá convertir las ideas y proyectos innovadores de nuestros jóvenes —y no tan jó-

venes— empresarios en casos de éxito compitiendo de tú a tú con empresas no europeas.

Se trata de una oportunidad real para alcanzar una Europa social competitiva, cohesionada, de empleo y oportunidades.

Cuando observo niños jugueteando con tabletas y teléfonos inteligentes, pienso que tienen el futuro entre sus manos. Un futuro digital.