

el entorno empresarial, y que no se puede conceptualizar cuáles son las amenazas y las oportunidades ante tanta ambigüedad.

En este entorno VUCA todo se vuelve difícil de gestionar, partiendo de la toma de decisiones. «Las empresas tienen tantos escenarios encima de la mesa que son incapaces de tomar una decisión y mueren por análisis-parálisis. Según intentan cambiar las cosas, ya han pasado otras diferentes», matizó. Así, señaló que el problema no es un entorno tecnológico, sino que es un problema de mentalidad ya que «el modo de funcionar es sobre la marcha».

### Tener un porqué

Todas las empresas deben de tener un porqué, pero la mayoría no lo tienen y solo buscan ganar dinero, lo que hace que les cueste mucho más cambiar la mentalidad. Ante esto, Luis Moreno Ortí destacó que las empresas de ahora están conceptualizadas de otro modo, ya que en vez de basarse en el orden de cliente, mercado y compañía, invierten el rol para entender al compañía, después el mercado y, por último, encontrar el cliente. «Crean empresas para trabajar con esa flexibilidad e incertidumbre», señaló.

Y son justo esos dos valores, la flexibilidad y la incertidumbre, los que hacen que puedan acoger las tecnologías disruptivas y exponenciales, que vienen para cambiar el mundo, la sociedad y los negocios. «Es un cambio social absoluto, porque estas tecnologías cambian cómo pensamos o cómo tenemos que actuar», detalló el ponente en su segunda intervención, recordando que se trata de un cambio muy rápido y no lineal, que se construyen unos sobre otros haciendo que se multiplique el efecto y se avance en mucho menos tiempo. Términos como el 'blockchain', el IoT y la inteligencia artificial están ya integrándose en la sociedad y requieren conocimiento y adaptación a un cambio continuo para no quedarse atrás.

### 'Growth', experimentar para crecer

Fue José Carlos Cortizo, Corti, emprendedor y creador de empresas de software y servicios de 'e-commerce', quien acercó en DíaPe2021 las claves para el 'growth' de los negocios. «El

**«La tecnología no sirve absolutamente de nada si no cambia la mentalidad del personal», destaca Luis Moreno Ortí**

**«Hay una certeza: las empresas que más crecen son las que más experimentan», señala José Carlos Cortizo**

'growth' no es algo que se aprende estando quieto. Se aprende como resultado de la experiencia, de la experimentación y, la mayoría de las veces, de los errores. Hay una certeza: las empresas que más crecen son las que más experimentan», describía.

En este sentido, en el caso de querer vender más por parte de las empresas, señaló que el marketing digital es cada vez menos efectivo debido a la complejidad del contexto actual. Por un lado, los compradores están cada vez más formados y saben buscar información en internet para tomar las mejores decisiones de compra, por eso es cada vez más complicado convencerles de comprar algo que no cumpla sus crecientes expectativas. Por otro lado, los canales de captación de nuevos usuarios (Google, Facebook...) están cada vez más saturados porque todo el mundo los conoce y cada vez más empresas recurren a ellos, así que los costes de captación a través de estos canales no paran de crecer haciendo inviable su uso como canal de generación de ventas para muchos verticales.

Es por eso que, según el experto, las empresas que más han crecido en los últimos años no son gracias al marketing tradicional o digital, sino empresas tecnológicas que tienen en común crecer gracias a su producto. «Su foco está en hacer algo tan bueno que la gente quiera volver a usarlo y potenciar su uso mediante generación de hábitos», destacó Corti, señalando a Facebook, Instagram, Google, Twitter, Airbnb o Notion. De hecho, en Estados Unidos las empresas que siguen este enfoque, de crecer en base al producto, crecen un 20% más que el resto de empresas tecnológicas.

«Todo esto nos lleva a la situación actual, donde el marketing nos resulta cada vez menos útil, y surgen nuevas metodologías como el 'growth', que es una gran palanca de crecimiento», afirmó con convencimiento el ponente. En esto, lo que hacen es aplicar el método científico al crecimiento en internet, definiendo hipótesis de crecimiento, creando pequeños experimentos para validar si lo que se va a hacer tiene sentido o no y lanzan el experimento sobre una pequeña parte de los usuarios (un test A/B), pudiendo calcular así el impacto real de cada acción que llevan a cabo.

«Siguiendo esta metodología, las empresas consiguen crecer de forma mucho más rápida y sobre todo encontrar palancas de crecimiento que, de otra forma, no encontrarían», añadió el ponente, quien ha creado su propia metodología 'growth' como resultado de la experiencia de todo aquello que les había funcionado en sus negocios y que aplica desde su compañía.

DíaPe2021 también contó con la participación de los ponentes Javier Iriondo, Salva Espín, Patri Psicóloga y Javier Sánchez-Guerrero.



Majo Gimeno, fundadora de Mamás en Acción, participó en la primera jornada de DíaPe21.

## «Hay proyectos que están buscando a gente que quiera dar un paso adelante»

**Majo Gimeno dejó su trabajo fijo y siguió un impulso que le llevó a poner en marcha la ONG Mamás en Acción para acompañar a niños hospitalizados**

L. MARTÍN

MURCIA. Majo Gimeno no se imaginaba que acabaría dejando su trabajo estable de Dirección, de 8.00 a 15.00 y con un buen sueldo para emprender y seguir un instinto. Todo cambió cuando vio a un niño en el hospital que estaba solo y enfermo y que no tenía familia ni nadie que cuidara de él, y al que Administración considera que está en un entorno protegido. Tras eso, pasaron los meses y no dejaba de hablar de esa experiencia que había visto en el hospital. «Seguía sin tener paz conforme pasaba el tiempo y decidí ofrecerme como una madre normal, buscando cómo hacerlo, y me dijeron que les vendría muy bien y les sería de gran ayuda, pero no me dejaban hacerlo a título personal; tenía que tener una organización que respondiera por mí». Así, de la manera más imprevista, creó en 2013 Mamás en Acción, una ONG para acompañar a estos niños

en esos momentos creando una red colaborativa entre personas que tengan el mismo impulso.

«Creo que en esta vida hay proyectos que están buscando personas que los pongan en marcha, gente que quiera dar un paso adelante y ponerse en marcha con una iniciativa que le mueva», relató Gimeno durante su conferencia en la primera jornada de DíaPe21, mientras recordaba que a pesar de que lo normal es que las personas decidan qué quieren hacer según sus gustos y buscando la forma de vivir por su cuenta, a ella le pasó todo lo contrario. «Vine de una posición en la que estaba muy feliz y muy tranquila y de repente, sin darme cuen-

**«Decidí ofrecerme como una madre normal y me dijeron que tenía que tener una organización que respondiera por mí»**

**Anima a prestar atención a «eso que te mueve por dentro y que te cambia la vida; eso que no quieres mirar o miras de reojo»**

ta, me vi dejando mi zona de confort y poniéndome en marcha en un proyecto que yo creo que estaba esperando a alguien, y se cruzó conmigo», añadió.

Por ello, anima, en el sector del emprendimiento, a «prestar atención a eso que te mueve por dentro y que te cambia la vida; eso que no quieres mirar o miras de reojo». «Debes seguir tu intuición e ir a por lo que te mueve. Esto cuesta más, pero yo me encontré con algo que me quitó la paz y necesité ponerme en marcha. A día de hoy no me da el presupuesto que me da una empresa, pero me siento muy en paz y muy realizada por cada niño que logro sacar del hospital y no ha estado solo», incidió.

Mamás en Acción funciona igual que una empresa o 'start-up', siendo ONG porque el servicio que presta contribuye a un servicio social, pero lleva un modelo empresarial exactamente idéntico, ya que no viven ni de donaciones ni de financiación pública. De este modo, venden plantes de RSC a empresas, patrocinios, colaboraciones e intangibles. «Si el presupuesto anual de Mamás en Acción son 300.000 euros para que nos permita abrir el proyecto en tres ciudades más, tenemos que ser capaces de generar esos ingresos igual que cualquier 'start-up'», aclara.