

FORMACIÓN EN INNOVACIÓN PARA PYMES



LA ESTRATEGIA DE MARCA PARA LA CAPTACIÓN DE CLIENTES Y TALENTO

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 27 de febrero. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Fabrika. Paseo Miramón, 181, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores. • Gerencias, responsables de recursos humanos. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- El objetivo de este curso es tomar consciencia de la importancia de la estrategia de marca para la captación de clientes y talento.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

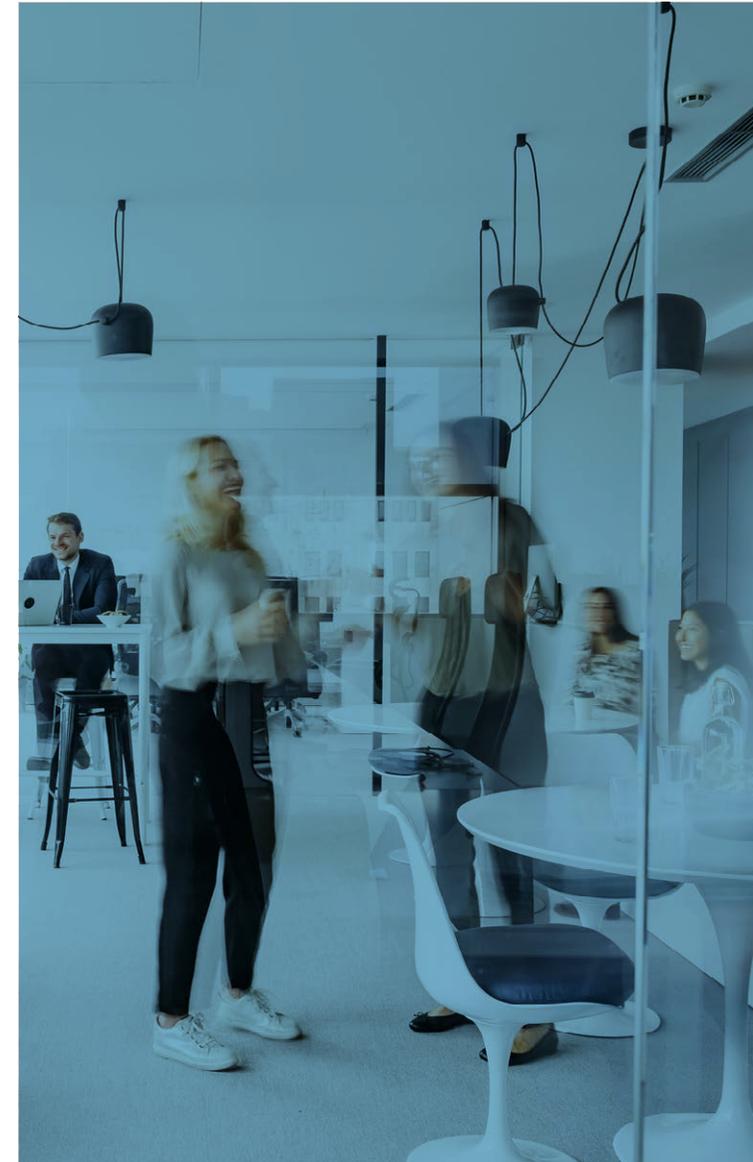
- La propuesta de valor de nuestra empresa.
- El posicionamiento de marca.
- El propósito de nuestra empresa.
- Los beneficios del posicionamiento de marca.
- Desarrollo de mercado desde la marca diferencial.
- Las personas en la experiencia de cliente.
- La motivación del equipo desde la estrategia de marca.
- El proyecto corporativo.
- La captación del talento desde la marca empleador.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ELEN ORCOLAGA
Directora de Consultoría
de Eurogap

Su experiencia profesional está 100% orientada al mercado con fuerte sensibilidad a clientes y consumidores, y con un claro enfoque hacia la generación de valor y negocio de las empresas, desde la reflexión de marcas y productos, su llegada al mercado y comunicación. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Deusto, máster en Marketing y posgrado de Innovación de Estrategias Comerciales basadas en la demanda en Georgia Tech University Atlanta EEUU.



CÓMO RENTABILIZAR EL TALENTO. ANTICIPAR LA PÉRDIDA: GESTIÓN DE LA EDAD

INSCRÍBETE AQUÍ

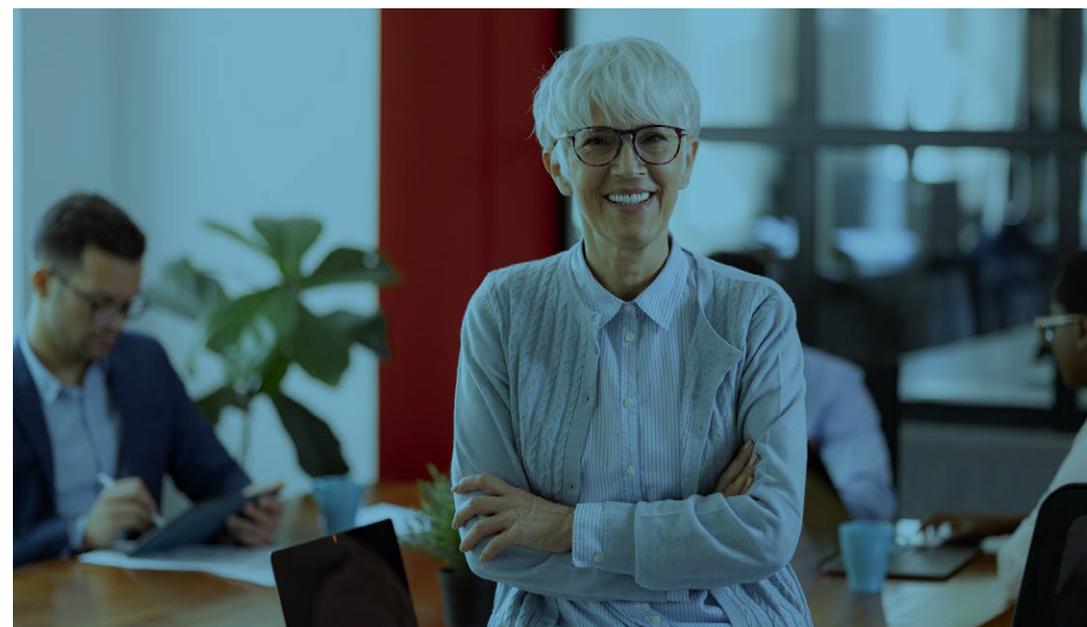


FECHAS Y HORARIO	Jueves, 3 de abril. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Torre BAT. Gran Vía, 1, Bilbao, Bizkaia
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30

DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores con necesidad o interés en conocer: <ul style="list-style-type: none"> - La transcendencia de gestionar las edades y la transferencia de conocimiento intergeneracional. - El valor de no perder el conocimiento que la empresa y las personas acumulan en sus trayectorias profesionales. • Empresas preocupadas por el envejecimiento de sus plantillas y la necesidad de atracción de nuevo talento. • Gerencias, responsables del área de Personas. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>
-------------------	--

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Compartir la importancia de gestionar la edad y la transferencia de conocimiento intergeneracional para no perder valor.
- Diagnosticar el grado de conocimiento e implantación en la empresa de los elementos clave asociados a la gestión de la edad.
- Aplicar herramientas para conocer cómo se sitúa mi empresa en la gestión de la edad y la transferencia de conocimiento intergeneracional.
- Ofrecer respuestas y soluciones para afrontar el reto del envejecimiento de nuestras plantillas y liderar el cambio.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- Por qué es necesario gestionar la edad en la empresa. La sostenibilidad depende de ello.
- Midiendo la “temperatura demográfica” de la empresa: ¿cuál es el grado de envejecimiento? ¿cuántas generaciones conviven en la organización?
- ¿Está tu pyme preparada para afrontar el relevo de tu plantilla?
- Elementos que afectan a la gestión de la edad
- Autodiagnóstico básico sobre el compromiso de la empresa con la gestión de la edad.
- Dónde nos situamos. Breve reflexión.
- ¿Qué situaciones afrontan las pymes asociadas al envejecimiento de la plantilla?
- Problemáticas habituales, como procesos de desvinculación programados y no programados, puestos críticos, pérdida de conocimiento, ausencia de espacios de intercambio de conocimiento, falta de sistematización del *know-how*, captación y fidelización de talento...
- ...Y dificultad de abordarlas desde la pyme
- ¿Cómo lideramos el cambio? Estrategias y soluciones para transformar e impulsar la gestión de la edad y el conocimiento y poder así anticiparnos.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



MANU OLANO
 Director de CIDEC
 Innovación y Desarrollo
 Social. Socio Ikerpartners

Acompañamiento a empresas en la creación de estrategias que fortalezcan la cultura organizacional, la gestión del conocimiento y las competencias transversales. Experiencia en el diseño de procesos y herramientas para gestionar las edades y la transferencia de conocimiento intergeneracional, y en ofrecer respuestas al problema del envejecimiento en las empresas y en la necesidad de nuevo talento. Más de 30 años de experiencia en proyectos de investigación, consultoría y evaluación en el ámbito local, autonómico, estatal e internacional (México, Argentina, Honduras, Perú, Chile, Cuba, etc., para el Banco Mundial y el BID). Sociólogo por la Universidad de Deusto. Posgrado en Gestión de personas (Universidad Comercial de Deusto). Coautor de las guías “Orientaciones para fortalecer y evaluar la gestión de la edad en las empresas de Gipuzkoa. Guía para las empresas. Diputación Foral de Gipuzkoa”; “Guía para la gestión de la edad en las organizaciones de Euskadi. Innobasque”; “Construyendo la cultura del conocimiento en las personas y las organizaciones. Cuaderno Trabajo CIDEC”.



EL COMPROMISO DE LAS PERSONAS Y EL ABSENTISMO LABORAL. FACTORES CLAVE DE UN CAMBIO CULTURAL

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 29 de mayo. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hermanos Lumiere, 11, Vitoria-Gasteiz, Álava. Parque Tecnológico de Euskadi-Campus Vitoria-Gasteiz.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores: <ul style="list-style-type: none"> - Que necesitan afianzar sus ideas sobre el compromiso de las personas y, a la vez, poner en evidencia algunas de sus verdades. - Que están desarrollando estrategias para empujar el compromiso de sus personas y paliar el absentismo - Que quieran contrastar su camino. - Que necesitan ver, oír y sentir que es posible cambiar. • Gerencias, responsables de innovación, responsables de Desarrollo de Negocio y de Proyectos Estratégicos; responsables de Personas y Desarrollo. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

El objetivo de este curso es tomar consciencia de las claves para gestionar el compromiso de las personas y cómo este afecta directamente al absentismo laboral.

Pero no sólo, también:

- Comprender la importancia del compromiso de las personas en el contexto del cambio cultural en las pymes.
- Identificar las causas y consecuencias del absentismo laboral.
- Explorar estrategias efectivas para mejorar el compromiso y Reducir el absentismo laboral, facilitando la aplicación práctica.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- Elementos básicos del ser humano ante el cambio y el aprendizaje.
- Qué es la cultura organizativa y elementos tractores de su transformación.
- Compromiso de las personas:
 - Definición y dimensiones del compromiso.
 - Estrategias para fomentar el compromiso de las personas trabajadoras.
- Absentismo Laboral:
 - Identificación de causas subyacentes del absentismo.
 - Principales consecuencias del absentismo.
- El camino hacia un cambio cultural:
 - Casos y ejemplos de buenas prácticas para desarrollar el compromiso.
 - Estrategias para gestionar y reducir el absentismo laboral.
 - ¿Cuál está siendo tu camino? ¿Algún cambio de rumbo?

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



GONZALO SERRATS
Socio consultor de Ope
Consultores

Mi objetivo es acompañar y servir a las personas, y sus organizaciones en su desarrollo, aportando pasión, sinceridad, desafío y alegría. “Crecer (yo) para ayudar a crecer (a otros)”, suelo decir. Aspiro a que las organizaciones aprovechen al máximo todo el talento que las personas poseen, en una entrega de confianza mutua.

Llevo trabajando 30 años en proyectos de consultoría estratégica, de apoyo a gerencias, equipos directivos, gestión de personas y de su compromiso, comunicación interna, proyectos de innovación y transformación organizativa. En mi presentación oficial pone que soy especialista en personas y cultura, *coach* ejecutivo y de equipos. Profesor en diversos máster universitarios. Cuando me licencié en la Universidad de Deusto, en Economía y Empresa, es cuando empecé a estudiar de verdad y, creo, no he parado de aprender.



DESDE EL ENTENDIMIENTO A LA ACCIÓN: CÓMO LA IA PUEDE TRANSFORMAR TU EMPRESA

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 6 de marzo. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Torre BAT. Gran Vía, 1, Bilbao, Bizkaia.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> Exclusivo para cargos de dirección, y responsables de diferentes unidades o departamentos de pymes industriales con interés en capacitarse para pensar de forma estratégica sobre dónde y cómo aplicar IA en diferentes procesos de negocio de su empresa. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de aprendizaje de esta acción formativa son proporcionar criterios y herramientas para dar respuesta a los siguientes retos:

- Desmitificar la inteligencia artificial: Aclarar conceptos erróneos sobre la IA, mostrando que puede ser utilizada por cualquier pyme, independientemente de su tamaño o recursos tecnológicos actuales y en contextos empresariales cotidianos.
- Identificar aplicaciones prácticas de la IA: Ayudar a las pymes a identificar procesos donde la IA puede generar valor.
- Clarificar tipos de tecnologías en el ecosistema de la IA: Comprender cómo estas tecnologías difieren en su funcionamiento y aplicaciones, qué esperar de cada tipo de IA y cómo aplicarlas, según necesidades y objetivos, estableciendo expectativas realistas.
- Fomentar la innovación y la mejora continua: Inspirar a explorar nuevos enfoques innovadores mediante el uso de IA, no solo en áreas productivas, sino también en áreas clave no productivas como administración y marketing.
- Desarrollar habilidades técnicas básicas: Proporcionar a los asistentes los conocimientos prácticos necesarios y ejemplos para utilizar herramientas de IA generativa y aplicar soluciones tecnológicas para ser más eficientes en su día a día, desde la creación de informes hasta la automatización de tareas repetitivas.
- Facilitar el acceso a recursos y ayudas: Presentar información sobre las distintas ayudas disponibles para las pymes y orientar sobre cómo aprovecharlas para implementar los proyectos identificados.

CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- Introducción a la inteligencia artificial: ¿Qué es la inteligencia artificial? Modelos basados en datos o por qué los datos son la materia prima de la IA. ¿Qué esperar de cada tipo de tecnología? Ventajas e implicaciones.
 - La IA en nuestro día a día: Casos de uso en tiempo real: redactar una oferta comercial, automatización de la creación de un informe, análisis de datos financieros o planificación y creación de contenidos para LinkedIn. Introducción a herramientas de automatización de tareas y principales funcionalidades.
 - Casos de uso industriales: Inspiración en empresas vascas. Aplicación de tecnologías de *Machine Learning*. Estimación del coste de proyectos con IA, planificación y optimización de la producción, modelos de predicción de la demanda, modelos de *clustering* o segmentación de clientes, sistemas de recomendación y otras aplicaciones en marketing, mantenimiento predictivo y control de calidad basado en IA. Aplicación de la IA para la automatización de procesos y la gestión de la documentación y el conocimiento en las organizaciones.
 - Herramientas de IA disponibles. Recorrido sobre las principales herramientas de IA y LLMs disponibles. Diferencias, ventajas e implicaciones. Consideraciones de seguridad, privacidad y costes.
 - Posibilidades de financiación: Panorámica de programas de apoyo a la adopción de la inteligencia artificial, la transformación digital e innovación, especialmente dirigidas a las pymes.
- La formación será altamente práctica, con enfoque en la aplicabilidad inmediata:
- Se contará con participación de empresas vascas que ya han integrado con éxito la IA en sus procesos.
 - Se aportarán herramientas soporte para elaborar su hoja de ruta para la implementación de IA en las pymes.
- Para aquellas empresas que lo deseen, se ofrecerá la posibilidad de agendar una sesión de seguimiento personalizada tras la formación.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



LEIRE LEGARRETA
CEO y Data Scientist de
We Are Clickers

Hace más de veinte años ya era *data scientist*, aunque sin saberlo. Minera de datos, para los nostálgicos de lo “vintage”. Siempre en el mundo de los datos, ha trabajado para universidades, empresas de consultoría, finanzas, marketing, telecomunicaciones y administraciones públicas. Ha diseñado y lanzado al mercado el primer grado de Ciencia de Datos de Euskadi. Ha logrado su gran reto como emprendedora, fundando y consolidando We are Clickers, empresa experta en el diseño e implantación de soluciones a medida que utilizan el poder acelerador de la inteligencia artificial para hacer llegar a las empresas al siguiente nivel.



LA TÁCTICA COMERCIAL: CIENCIA, HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS CONTRASTADAS

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 20 de marzo. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hermanos Lumiere, 11, Vitoria-Gasteiz, Álava. Parque Tecnológico de Euskadi- Campus Vitoria-Gasteiz.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores. • Exclusivo para cargos de Dirección, Marketing y Ventas pertenecientes a pymes. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de aprendizaje de esta acción formativa son proporcionar criterios y herramientas para dar respuesta a los siguientes retos:

- Segmentar, diversificar y fortalecer tu cartera de clientes: Crea perfiles de clientes y posiciona tus productos y servicios de manera diferenciada en el mercado. Aprende a reducir la dependencia de unos pocos clientes clave creando una base más sólida y estable para tu negocio.
- Aumentar la eficiencia de tus visitas comerciales: Planifica mejor tus rutas y optimiza tu tiempo, ahorrando costes innecesarios y maximizando tus oportunidades de venta.
- Aprovechar cada oportunidad de venta cruzada: Descubre cómo identificar productos o servicios complementarios para aumentar el valor de cada cliente.
- Mejorar la atención y fidelización de tus clientes: Desarrolla un seguimiento postventa que garantice la satisfacción del cliente.
- Optimizar la gestión comercial con tecnología: Utiliza herramientas como CRM para agilizar tus procesos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la rentabilidad de cada negociación.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- ¿Para qué una “táctica” comercial?: el eslabón perdido entre la estrategia y el plan comercial.
- Planificación y gestión de visitas comerciales.
- Negociación de precios y gestión de márgenes.
- Identificación y ejecución de ventas cruzadas.
- Sistematización y guía de buenas prácticas en el ecosistema comercial.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ANA BLANCO
Fundadora de
Grupo Bentas

Socia fundadora de Grupo Bentas con más de 20 años de experiencia ayudando a grupos empresariales y pymes industriales, en implementación de proyectos de consultoría comercial y más de 40 años como experta en la negociación telefónica, contribuyendo a la creación de *call center* y siendo instructora y *coach* en esta especialidad. Su experiencia abarca tanto la formación como la investigación aplicada, lo que le ha permitido desarrollar un conjunto único de 35 herramientas que sirven de puente entre la estrategia y la operativa, adaptadas específicamente a las pymes industriales.

CÓMO MONITORIZAR EL MERCADO: QUÉ HACER MÁS ALLÁ DE LO QUE HACE TU COMPETENCIA

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)


FECHAS Y HORARIO	Jueves, 8 de mayo. De 09:30-13:00 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hotel Arima (Sala Magnolia). Paseo de Miramón, 162, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	3,5 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores con necesidad o interés en desarrollar nuevos productos. • Gerencias, responsables de innovación, responsables de desarrollo de negocio y de proyectos estratégicos. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Proporcionar herramientas y conocimientos clave para realizar estudios de mercado y análisis competitivo, con ejemplos prácticos y aplicables para pymes. El taller permitirá:

- Dominar herramientas clave de análisis competitivo: Aprender a realizar investigaciones de mercado utilizando metodologías como *desk research*, análisis de tendencias, y evaluación de fuentes de información.
- Identificar ventajas competitivas: Utilizar herramientas para descubrir oportunidades de diferenciación, especialmente mediante la digitalización y la sostenibilidad.
- Aplicar tecnología avanzada: Introducir el uso de herramientas de IA generativa para optimizar el análisis competitivo y la toma de decisiones estratégicas.
- Inspirarse en casos reales: Conocer ejemplos prácticos de cómo empresas han utilizado el análisis competitivo para diseñar y lanzar productos o servicios exitosos.
- Desarrollar un enfoque práctico y accionable: Prover plantillas, estrategias y pasos concretos para implementar lo aprendido en sus propias empresas.



CÓMO MONITORIZAR EL MERCADO: QUÉ HACER MÁS ALLÁ DE LO QUE HACE TU COMPETENCIA

CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

I. Introducción y Contexto

1. Bienvenida y objetivos del taller

- Presentación del formador y participantes.
- Explicación de la importancia del análisis competitivo para pymes.

2. ¿Por qué es clave el análisis competitivo?

- Impacto en la toma de decisiones estratégicas, el diseño de productos y la diferenciación.
- Ejemplo breve: Cómo un análisis básico puede cambiar la dirección de un proyecto.

II. Metodología y Herramientas

1. Metodología *Desk Research*

- Definición y objetivos.
- Pasos clave: Definir objetivos, buscar, clasificar y evaluar información.
- Ejercicio práctico: Búsqueda de información clave sobre un sector.

2. Análisis de Fuentes de Información

- Clasificación de fuentes: públicas, privadas, gratuitas, pagadas.
- Evaluación de confiabilidad y relevancia de las fuentes.
- Herramientas prácticas: Google Scholar, bases de datos sectoriales, etc.

3. Análisis de Tendencias

- Métodos: Análisis PESTEL, monitorización de redes sociales, Google Trends.
- Uso de IA generativa para interpretar datos y detectar patrones emergentes.
- Ejemplo breve: Identificar una tendencia en un sector local.

4. Curva de valor y Palancas de Diferenciación

- Introducción a la curva de valor: Identificar ventajas competitivas frente a competidores.

- Palancas clave para pymes: Digitalización y sostenibilidad.
- Ejemplo práctico: Análisis de la curva de valor de un competidor en un sector específico.

III. Herramientas para el Análisis Competitivo

1. Herramientas Tradicionales

- Análisis SWOT, *benchmarking*, matrices de competencia.

2. Herramientas de IA Generativa

- Introducción a herramientas como ChatGPT, Jasper y otras.
- Ejemplo práctico: Usar IA para ideas estratégicas basadas en datos del mercado.
- Precauciones: Calidad y sesgo en la interpretación de resultados.

IV. Casos reales: Experiencias y Lecciones Aprendidas

Objetivo: Mostrar cómo el análisis competitivo ha sido clave en proyectos reales para diseñar y lanzar productos o servicios. Para ello, se presentarán proyectos de empresas pymes que, entre otros, han abordado retos como:

- Innovación en producto mediante el análisis de tendencias y competencia.
- Creación de un Nuevo Servicio Digital.
- Redefinición de estrategia comercial..

V. Conclusiones y Cierre

1. Resumen de aprendizajes clave

- Metodologías, herramientas y su aplicación práctica.

2. Plan de acción para los participantes

- Recomendaciones para aplicar en sus empresas.

3. Ronda de preguntas finales y despedida

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



**IDOIA ICETA
HERNÁNDEZ**

Cofundadora de
DIGITALENTU y ADI
REVOLUTION

Ingeniería industrial por la Universidad de Navarra, programa PROMOCIONA de ESADE para mujeres directivas y programa Executive Desarrollo Sostenible y ESG por el IESE. Tiene una extensa trayectoria en la dirección de empresas y proyectos de alto componente técnico y tecnológico. Cofundadora de DIGITALENTU y ADI REVOLUTION, acompaña a empresas industriales en la innovación de su modelo de negocio y puesta en marcha de nuevos negocios apalancados en la digitalización, innovación y sostenibilidad. Además, es cofundadora de INDI Partners, vehículo inversor que apuesta por proyectos empresariales de base tecnológica que revolucionan el sector industrial.

PROPUESTA DE VALOR DIFERENCIAL Y CAPTACIÓN DE CLIENTES

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)


FECHAS Y HORARIO	Jueves, 22 de mayo. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Torre BAT. Gran Vía, 1, Bilbao, Bizkaia
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores: <ul style="list-style-type: none"> • que buscan adaptarse a las necesidades de sus clientes. • cargos de Dirección, Marketing y Ventas pertenecientes a pymes. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Definir una propuesta de valor diferencial para el posicionamiento y captación comercial, alineada con la estrategia de la organización.

CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- Identificar las fortalezas del producto u organización.
- Analizar el valor diferencial frente a los competidores.
- Estrategia de marca: verdades de marca y experiencia de marca.
- Las claves del plan de comunicación.
- Beneficios del plan de comunicación.
- Cómo comunicar en la venta: argumentarios comerciales.
- La rueda comercial.
- El modelo comercial híbrido: tradicional y digital.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ELEN ORCOLAGA
Directora de Consultoría
de Eurogap

Su experiencia profesional está 100% orientada al mercado con fuerte sensibilidad a clientes y consumidores, y con un claro enfoque hacia la generación de valor y negocio de las empresas, desde la reflexión de marcas y productos, su llegada al mercado y comunicación. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Deusto, máster en Marketing y posgrado de Innovación de Estrategias Comerciales basadas en la demanda en Georgia Tech University Atlanta EEUU.

3 CLAVES PARA QUE TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL INDUSTRIAL O B2B COMIENZE A GENERAR RESULTADOS COMERCIALES

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)


FECHAS Y HORARIO	Jueves, 12 de junio. De 09:30-13:00 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hotel Arima (Sala Magnolia). Paseo de Miramón, 162, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	3,5 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<p>Exclusivo para cargos de Dirección, Marketing y Ventas pertenecientes a pymes industriales o B2B con necesidad o interés en desarrollar estrategias digitales orientadas a la fidelización de la cartera de clientes actual y la captación de nuevo negocio.</p> <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Comprender la diferencia entre los KPIs de visibilidad y KPIs comerciales.
- Conocer los principales elementos críticos que favorecen o penalizan la captación de nuevos clientes a nivel online.
- Descubrir referencias de éxito y fracaso de otras compañías.
- Identificar posibles aplicaciones prácticas de lo aprendido.

CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- La palabra “resultados” y su perversión.
- Clave 1: el diseño de los objetivos del proyecto.
- Clave 2: asemejando la experiencia de compra B2B a la experiencia B2C.
- Clave 3: la medición del ROI.
- Casos de éxito y fracaso.
- Caso práctico.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



URKO DE LA TORRE ALBERDI
CEO de ADI Revolution

Profesor colaborador de la UPV/EHU y Deusto Business School. Executive MBA por ESIC. Más de 8 años de experiencia ayudando a grupos empresariales y pymes industriales, tanto nacionales como internacionales, en el diseño y puesta en marcha de estrategias comerciales-digitales.

CÓMO CONSTRUIR TU PRODUCTO PROPIO

[INSCRÍBETE AQUÍ](#)

FECHAS Y HORARIO	Jueves, 27 de marzo. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Hotel Arima (Sala Magnolia). Paseo de Miramón, 162, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none">• Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores.• Directores Generales, directores Comerciales y directores Técnicos que quieran desarrollar productos propios e incluso únicos en el mercado. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

El objetivo de este curso es identificar todos los componentes de un producto y los atributos que marcan la diferencia en el mismo para que desde las diferencias tangibles e intangibles puedan definir la gama de producto propio de la empresa.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- El concepto de producto.
- El rol del producto en la propuesta de valor.
- El valor para el usuario.
- El producto para el usuario.
- Identificación de los componentes del producto.
- Identificar los puntos de valor en la cadena de valor.
- Cómo conocer los atributos de valor diferencial tangible e intangibles para el usuario y los beneficios que les aportan.
- Identificar las oportunidades de desarrollo de nuevos productos o servicios orientados al cliente desde la digitalización.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ELEN ORCOLAGA
Directora de Consultoría
de Eurogap

Su experiencia profesional está 100% orientada al mercado con fuerte sensibilidad a clientes y consumidores, y con un claro enfoque hacia la generación de valor y negocio de las empresas, desde la reflexión de marcas y productos, su llegada al mercado y comunicación. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Deusto, máster en Marketing y posgrado de Innovación de Estrategias Comerciales basadas en la demanda en Georgia Tech University Atlanta EEUU.



SERVICIO POSTVENTA: DE CENTRO DE COSTES A OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 19 de junio. De 09:30-13:00 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Torre BAT. Gran Vía, 1, Bilbao. Bizkaia
DURACIÓN	3,5 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes industriales de más de 10 trabajadores y preferentemente con producto propio, con necesidad o interés en: <ul style="list-style-type: none"> - Adaptarse a las necesidades de los clientes, repensar la estrategia de negocio, crear nuevas líneas de negocio, desarrollar nuevos productos y servicios. - Abordar una transformación digital, ser referentes en Industria 4.0. • Dirección general, directores de Desarrollo de Negocio, dirección de Servicios o Postventa. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

- ### OBJETIVOS DE APRENDIZAJE
- Conocer la transformación del negocio postventa gracias a la incorporación de tecnología IoT en los productos.
 - Entender los diferentes modelos de relación con el cliente a lo largo del ciclo de vida de tu producto o instalación.
 - Cómo prepararse para pasar de una venta reactiva a una venta proactiva de servicios.
 - Realizar una paquetización de servicios y modelos de monetización.
 - Conocer casos reales de entre más de 50 proyectos de pymes industriales de Euskadi.





CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

- Conceptos y tecnologías IoT para entornos industriales.
- Claves del proceso comercial de la venta de servicios.
- Modelos de relación con cliente a lo largo del ciclo de vida.
- La importancia de diseñar la propuesta comercial de los servicios postventa.
- Los parámetros principales a tener en cuenta en un contrato de servicio postventa.
- Las tecnologías digitales como palanca para mejorar la experiencia de cliente.
- Las tecnologías digitales como palanca para dar escalabilidad al negocio postventa.
- Indicadores clave para controlar el negocio postventa.
- Presentación del camino recorrido por empresas pymes industriales de Euskadi.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



**IDOIA ICETA
HERNÁNDEZ**

Cofundadora de
**DIGITALENTU y ADI
REVOLUTION**

Ingeniería industrial por la Universidad de Navarra, programa PROMOCIONA de ESADE para mujeres directivas y Programa Executive Desarrollo Sostenible y ESG por el IESE. Tiene una extensa trayectoria en la dirección de empresas y proyectos de alto componente técnico y tecnológico. Cofundadora de DIGITALENTU y ADI REVOLUTION, acompaña a empresas industriales en la innovación de su modelo de negocio y puesta en marcha de nuevos negocios apalancados en la digitalización, innovación y sostenibilidad. Además, es cofundadora de INDI Partners, vehículo inversor que apuesta por proyectos empresariales de base tecnológica que revolucionan el sector industrial.

CÓMO AVANZAR EN LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN MI EMPRESA

INSCRÍBETE AQUÍ

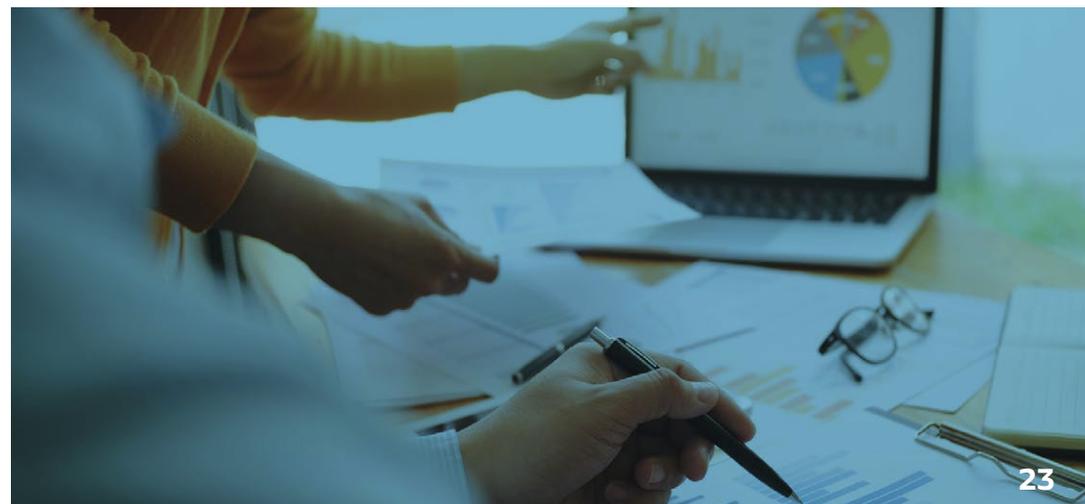


FECHAS Y HORARIO	Jueves, 5 de junio. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Agencia Vasca de la Innovación, Innobasque. Laida Bidea, 203, Zamudio, Bizkaia. Parque Científico y Tecnológico de Bizkaia.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusivo para pymes de más de 10 trabajadores interesadas en dar los primeros pasos o mejorar su proceso de gestión de la innovación. • Gerencias y responsables de departamentos que mediante casos prácticos quieran conocer y asentar las bases de la innovación empresarial y cómo gestionarla en su empresa. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de aprendizaje de esta acción formativa son proporcionar criterios y herramientas para:

- Asentar las bases de la innovación empresarial y su aportación a la estrategia de la empresa.
- Comprender el proceso de gestión de la innovación y diferenciar sus diferentes formas de abordaje: gestión de la innovación puntual (proyecto de innovación) y sistemática (estrategia, cartera de proyectos de innovación).
- Conocer y disponer de herramientas para la gestión de la innovación.
- Obtener información clave para el fácil acceso a recursos de apoyo a la innovación.
- Conocer casos prácticos de gestión de la innovación en pymes.



CÓMO AVANZAR EN LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN MI EMPRESA

CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

1. Innovación en la pyme

- ¿Qué entendemos por innovación en el ámbito de la empresa?
- ¿Por qué y para qué innovar en la pyme?
- ¿Se puede gestionar la innovación?

2. Gestión de la innovación en la pyme

- ¿Dónde nos situamos en nuestra empresa?
- Formas de abordar la innovación: puntual o sistemática.

3. Ámbitos y herramientas para la gestión de la innovación en la pyme

- Estrategia de innovación.
- Proceso de gestión de la innovación.
- Cartera de proyectos de innovación.
- Indicadores para la medición de impactos y resultados.

4. Recursos a disposición de las pymes

- Red de Agentes de Apoyo a la Innovación.
- Organizaciones del conocimiento y soluciones especializadas.
- Principales instrumentos de financiación y servicios para las pymes.

5. Casos de empresas con experiencia en gestión de la innovación

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



ROBERTO MANSO DEL CAÑO

Responsable de Proyecto
en la Agencia Vasca de la
Innovación, Innobasque

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Deusto), con un máster en Desarrollo Directivo (Universidad de Deusto). Formación complementaria en modelos de negocio, gestión de la innovación, Industria 4.0, metodologías ágiles, y conocimiento del tejido empresarial vasco y el sistema vasco de I+D+i.

Desde su incorporación a Innobasque en 2013, ha desarrollado su carrera profesional en el área de la innovación en empresas. Ha liderado y coordinado proyectos relacionados con la innovación en los modelos de negocio y la gestión de la innovación. Es responsable del Mapa de Innovación Vasca, un buscador de soluciones, casos prácticos y agencias del Ecosistema Vasco de Innovación. Además, asesora a empresas, ayudándolas a trabajar sus retos y problemáticas gracias a la innovación.



OLGA GÓMEZ GERBOLÉS

Responsable de Proyecto
en la Agencia Vasca de la
Innovación, Innobasque

Licenciada en Ciencias Económicas, especializada en Desarrollo Regional y Urbano (UPV/EHU). Formación complementaria en: Gestión de la tecnología y la innovación en las organizaciones, Competitividad empresarial y desarrollo regional, Gestión del Cambio y Participación genuina, *Design Thinking*, Gestión y Mejora del Proceso de innovación. Coautora en diferentes publicaciones sobre metodologías y experiencias de innovación en cooperación.

Desde su incorporación al Clúster del Conocimiento en Gestión en Empresarial (1999) e Innobasque (2007), desarrolla su trayectoria profesional en áreas relacionadas con asesoramiento en innovación en cooperación, gestión basada en las personas, investigación y activación de equipos de innovación abiertos, construcción de redes y comunidades de innovación, con foco en activación de proyectos de innovación e impacto en diferentes sectores (industrial, agroalimentario, salud, ...).

LA DECISIÓN DE INVERTIR EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN

INSCRÍBETE AQUÍ



FECHAS Y HORARIO	Jueves, 26 de junio. De 09:30-13:30 h.
FORMATO	Presencial.
LUGAR	Elkargi. Paseo Mikeletegi, 50, Donostia, Gipuzkoa. Parque Científico y Tecnológico de Gipuzkoa.
DURACIÓN	4 horas.
PLAZAS	30
DIRIGIDO A	<ul style="list-style-type: none"> Exclusivo para cargos de dirección, responsables de áreas de Administración y Económico Financiera y responsables de proyectos orientados a la innovación de pymes industriales y servicios conexos. <p>* Máximo dos personas por empresa.</p>

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos de aprendizaje de esta acción formativa son proporcionar criterios y herramientas para dar respuesta a los siguientes retos:

- Aplicar metodologías y criterios para la toma de decisiones en inversiones a largo plazo, especialmente en proyectos de innovación.
- Considerar no solo los aspectos evidentes, como el coste de la inversión y los ahorros estimados o incrementos de rentabilidad esperados, sino también otros factores clave que pueden influir en el resultado final. Entre ellos los costes asociados a la puesta en marcha de la inversión, los gastos de adaptación de la organización y la estimación del incremento necesario en el capital circulante que deberá ser financiado.
- Abordar el riesgo de éxito como en un elemento crucial, ya que las inversiones en innovación implican incertidumbres sobre la viabilidad económica, la tecnológica y el retorno real esperado.



CONTENIDOS DE LA FORMACIÓN

1. **Metodología para el análisis de la inversión**
 - Estructura los sistemas para obtención de información y cuantificación de los flujos de caja para la determinación de la rentabilidad de los diferentes proyectos de inversión.
 - Identifica los criterios y la problemática en la determinación del coste de capital a aplicar en los procedimientos de actualización de los flujos futuros.
 - Aplica los métodos de valoración de los proyectos, e identifica qué aporta cada uno de ellos. Métodos VAN, ROI/TIR, PAY BACK.
2. **Aplicabilidad real en la toma de decisión de una inversión**
 - Cómo analizar alternativas cuando la inversión no es rentable.
 - Define los factores estratégicos determinantes en la toma de decisión. La visión técnica vs. la financiera.
 - Recomendaciones para la decisión en entornos de incertidumbre.

FORMACIÓN IMPARTIDA POR



IÑAKI MUÑOYERRO
 Director General de
 Taladros Especiales S.L.

Profesional con más de 20 años de experiencia en liderazgo empresarial, gestión estratégica y desarrollo de negocio en sectores industriales y de seguridad.

Actualmente, es Director General de Taladros Especiales, S.L., con anterioridad lo fue de NUEVA SIBOL, SL. Además desempeñó roles directivos en MSA y Guardian Industries. Como gestor empresarial ha liderado procesos de transformación cultural en la empresa, de digitalización y de internacionalización, combinando negociación, liderazgo y gestión de crisis con una sólida visión estratégica para transformar modelos de negocio.

Como docente desde el 2024 forma parte del equipo de formadores colaboradores de ELKARGI.