

Las startups deben construir un canal de negocio para las empresas según Ayming

Durante la jornada, se han analizado cómo la gente se mueve ,cómo se construye el entorno y cuáles son los hábitos cotidianos. El tiempo y la confianza, los dos principales puntos de conflicto entre startups y empresas

CorreosLabs ha acogido esta mañana la jornada "B2B Sin Secretos. SmartLife, más allá de la SmartCity", organizada por Ayming, grupo internacional de consultoría en la mejora del rendimiento empresarial, y SpaceStartup, espacio de soluciones innovadoras de startups para empresas.

El objetivo de esta jornada ha sido dar visibilidad a uno de los problemas a los que las startups deben hacer frente en su primera etapa: lograr rentabilidad en las ventas del canal B2B, ya que algunas de las dificultades que se encuentran son la falta de orientación de su estrategia para la entrada en este canal y su incapacidad para gestionar la relación con una gran corporación.

Tras la presentación realizada por de Laura Delgado, Socia Directora de Ayming, ha intervenido José Javier Rodríguez, de la Subdirección General de Innovación y Ciudad Inteligente del Ayuntamiento de Madrid quien ha asegurado que "la ciudad de Madrid está encontrando nuevas soluciones a viejos problemas, pero también debe hacer frente a nuevos problemas que representan un reto, como la movilidad de sus ciudadanos".

SmartMovility, SmartBuilding y SmartServicies, a debate

Fernando Sandoval, Manager del Enel Innovation Hub Europe, ha sido la persona responsable de moderar el debate, asegurando que "ahora el cliente está en el centro y los datos son el punto de partida para crear nuevos servicios. La movilidad es el sector que más se ha transformado y la ciudad debe adaptarse a las nuevas necesidades, lo que implica, consecuentemente, cambios en la forma de moverse de sus habitantes".

Con esta reflexión, ha comenzado el análisis de la SmartMovility, "cómo nos movemos". Mariano Silveyra, Director General de Cabify, ha asegurado que "todavía nos movemos de forma ineficiente, haciendo uso de un vehículo particular que el 97% del tiempo está aparcado". Además, ha destacado que la movilidad para las empresas es un aspecto clave porque "todos preferiríamos trabajar cerca de casa ya que movernos nos angustia". Por su parte, Pablo Ferrando, Director Técnico de Europa de Ferrovial, ha señalado que "el cambio fundamental en la movilidad pasa por dar opciones a los usuarios, no en las restricciones. La ciudad está cambiando. Ahora existen opciones de carsharing por las que los coches apenas pasan tiempo estacionados. Otro aspecto que ha cambiado es el uso del coche privado, ya no se utiliza en el momento de hacer las compras, los ciudadanos optan por la compra online y la ciudad está llena de camiones repartiendo paquetes. Por último, la gran apuesta del futuro de la movilidad pasa por el coche autónomo".

A continuación, se ha analizado cómo se construye el entorno, el llamado SmartBuilding. En este aspecto, Jorge Valls, fundador de Dsign Cloud, ha señalado que "las startups estamos como soporte de aquellas empresas que quieren innovar. En este sentido, el objetivo de nuestra startup es conseguir una base de datos que esté a disposición de todos los actores implicados en la arquitectura o en la construcción de los edificios". Por su parte, Cristina Martín Gómez, Startup Manager de Accenture Hub, ha reconocido que las startups son el mejor partner, que deben integrarse en los negocios, buscar nuevos modelos de negocio junto a ellas o resolver problemas que las empresas se están encontrando, como es el caso de aquellas que necesitan conocer en qué estado se encuentra un edificio en el momento de la compraventa.

Por último, Gonzalo Suárez, Socio y Director Ejecutivo de Sanrob – IoT, y Gonzalo La Sierra, de la Dirección de Desarrollo de Negocio de Grandes Cuentas de Caser, han analizado el papel de los SmartServicios y han concluido que la tecnología ha permitido romper con la concepción tradicional de los espacios, los objetos y las personas, gracias a la detección de los datos y a saber cómo comunicarlos y a darles respuestas.

Tiempo y confianza para afianzar la relación entre empresas y startups

La relación actual que existe entre startups y grandes corporaciones todavía no es perfecta, como han reconocido los ponentes. Sin embargo, todos han estado de acuerdo en identificar dos aspectos claves de su relación: el tiempo y la confianza.

Para las startups, todo debe de ocurrir de forma rápida, mientras que las empresas reconocen que necesitan cubrir un largo proceso burocrático para poder colaborar con una startup, y esto hace que todo se ralentice. En cuanto a la confianza, startups y empresas reconocen que "están condenadas a entenderse". Punto clave para ello es que las empresas realicen una buena selección de startups con las que poder trabajar y, para lograrlo, los casos de éxito se convierten en piezas fundamentales para consolidar la relación y generar confianza.

Los ponentes han concluido que las startups deben de ser un espacio de testeo para las empresas, para lo que es necesario construir un ecosistema en el que puedan crecer y no desaparecer.

Datos de contacto:

Autor

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Madrid Emprendedores Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>