

# Opini3n

## Startups

Entre las 581.516 empresas creadas en Espa1a de 2018 a 2023 se han identificado 4.732 startups, por debajo del 1% del total, seg1n el *Estudio sobre las empresas startup en Espa1a* realizado por Informa D&B. Las startups localizadas presentan una cifra de venta y media de empleados superior al resto de compa1as creadas en ese periodo, con una facturaci3n cercana a los 470.000 euros por empresa y m1s de 4 empleados, calculada sobre el 49% de ellas que son las que tienen balance.

## 31,5%

### Catalunya

El 31,5% de las startups en Espa1a tienen su sede en Catalunya, un 26% en la Comunidad de Madrid y un 10% en la Comunitat Valenciana. Por detr1s se encuentran Andaluc1a y el Pa1s Vasco, con porcentajes por debajo ya del 10%.



otras opciones m1s rentables, pero percibidas como m1s arriesgadas, pero que definiendo correctamente los objetivos, el plazo de inversi3n y el grado de aversi3n al riesgo de cada persona, no tienen por qu3 serlo.

En este sentido, los profesionales cuentan con conocimientos y t3cnicas o trucos pr1cticos que pueden, en una primera instancia, ayudar a mejorar la capacidad de ahorro de sus clientes para, en un segundo paso, poder rentabilizarlo de manera efectiva.

Un ejemplo es la estrategia de «p1gate primero», que consiste en automatizar el ahorro, es decir, destinar una parte fija del ingreso mensual a otro producto financiero que te ofrezca una rentabilidad superior a la que te remunera tu cuenta corriente. De esta manera, el dinero destinado al ahorro se separa autom1ticamente antes de que surjan otros gastos, evitando la tentaci3n de gastarlo.

Otra t3cnica es la del llamado 'redondeo', que se basa en que, por cada compra realizada, si la cantidad cuenta con c3ntimos, se redondee el importe hasta completar el euro, transfiri3ndose peque1a parte a otra cuenta. Por ejemplo, si compramos un caf3 que cuesta 1,70€, se transferir1n autom1ticamente 0,30€ a esa cuenta para su ahorro. Estos m3todos ayudan a crear un h1bito de ahorro constante y garantizan que una porci3n de los ingresos se destine al futuro financiero del individuo, sin importar las fluctuaciones en el presupuesto mensual.

Una vez generado el h1bito del ahorro es importante rentabilizarlo y aqu1 la ayuda de un asesor financiero es inestimable. La labor de estos profesionales, adem1s de ser crucial para educar y abordar excesivos gastos o conductas irracionales de los ahorradores, es clave para sacarle el m1ximo partido a ese dinero ahorrado.

En definitiva, gracias a su conocimiento y experiencia, estos expertos pueden identificar y corregir sesgos cognitivos y emocionales que afectan la toma de decisiones financieras. Mediante un an1lisis personalizado, los asesores y planificadores financieros proporcionan informaci3n objetiva y estrategias adaptadas a las necesidades y objetivos de cada cliente. Esto permite guiarles hacia decisiones m1s racionales y beneficiosas, maximizando su potencial de ahorro e inversi3n.

## Financiero

# C3mo las finanzas conductuales pueden ayudarte a ahorrar



XAVIER NICOL1S  
Presidente del Comit3 de Servicios a Asociados de EPPA Espa1a

**Las finanzas conductuales se1alan que las personas, a menudo, act1an de manera irracional con respecto al dinero, prefiriendo la seguridad a la rentabilidad**

Con la llegada de septiembre, muchos regresan de sus vacaciones enfrent1ndose a una dura realidad: los gastos del verano han dejado sus finanzas en n1meros rojos. Este periodo postvacacional se convierte en un recordatorio de la necesidad de ahorrar en la medida que se pueda, una habilidad crucial que, lamentablemente, muchos a1n no dominan.

A pesar de la importancia de gestionar adecuadamente nuestras finanzas personales, la educaci3n sobre el ahorro y la planificaci3n financiera sigue siendo insuficiente en nuestro pa1s. Seg1n los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) la Tasa de Ahorro de los hogares espa1oles en el primer semestre de 2024 se sit1a en el 6,2% de su renta disponible bruta.

Un dato que, aunque muy superior al 3,7% del mismo periodo del a1o anterior, contin1a siendo escaso, especialmente si

tenemos en cuenta el elevado porcentaje de individuos que no dispone de un colch3n de emergencia que les permita hacer frente a posibles imprevistos.

Esta falta de 'cultura del ahorro' unida al a1n bajo nivel de educaci3n financiera hacen que, tal y como se refleja en la VIII edici3n del *Bar3metro del Ahorro* elaborado por el Observatorio Inverco, el 87% de los espa1oles canalicen su dinero a trav3s de dep3sitos. Y es que tan importante es ser capaz de ahorrar como de rentabilizar correctamente ese ahorro, si no queremos perder dinero a largo plazo como consecuencia del efecto de la inflaci3n.

Pero, 1a qu3 se debe esta insuficiente y mala distribuci3n del ahorro? Es algo que, al igual que lo hacen otras materias, tratan de estudiar las llamadas finanzas conductuales. Esta disciplina explora c3mo los factores psicol3gicos y emocionales influyen en nuestras decisiones financieras.

Entre otras cuestiones, las finanzas conductuales se1alan que las personas, a menudo, act1an de manera irracional con respecto al dinero, prefiriendo, por ejemplo, la seguridad de determinados productos, a pesar de sus bajos rendimientos, sobre



**LA RECOMENDACI3N**  
TAN IMPORTANTE ES  
SER CAPAZ DE  
AHORRAR COMO DE  
RENTABILIZAR  
CORRECTAMENTE ESE  
AHORRO



## Libros para estar al día

● Propuestas con las últimas tendencias en finanzas, economía y tecnología.



### La riqueza de la diversidad

**Autor:** Sally Helgesen  
**Editorial:** Empresa Activa  
En esta continuación de su bestseller internacional *¿Por que no ascienden las mujeres?*, Sally Helgesen se basa en tres décadas de trabajo con ejecutivos y aspirantes a líderes

de todo el mundo para ofrecer formas prácticas de construir relaciones, equipos y lugares de trabajo más inclusivos. Este libro se dirige a personas que reconocen que construir una amplia gama de relaciones es esencial para su avance profesional, ahora y en el futuro.

# 1.078

## Economía azul

El ecosistema de las tecnologías vinculadas a la economía azul en Catalunya suma 1.078 empresas, la mayoría de ellas pymes, según ACCIÓ,

## Innovación

### El afeitado y la retroinnovación



MARC ARZA  
CEO de Startstud Studio

**Que lo nuevo es mejor que lo viejo y lo complejo mejor que lo sencillo no siempre es una idea cierta**

El mercado se mueve, la competencia está al acecho y la innovación es una exigencia para las compañías que quieren expandir su cuota de mercado, mantener su liderazgo o amenazar el de los competidores. La presión innovadora ha llevado muchas categorías de productos a un ritmo de cambio acelerado que convierte en reliquias los productos que usábamos hace apenas unos pocos años. Hay muchos ejemplos, pero el mercado del afeitado es uno de los más interesantes.

El aniversario ha pasado desapercibido, pero en 2024 se cumple el 50 aniversario de un producto revolucionario. En 1974 la empresa BIC lanzó al mercado la primera cuchilla de afeitar desechable y desde entonces el producto no ha parado de evolucionar.

Las cuchillas de las principales marcas parecen hoy un producto del futuro. Mangos ergonómicos, cabezales basculantes, tiras de goma para tensionar la mejilla, franjas balsámicas para cuidar la piel, nuevas aleaciones de acero y hojas, muchas hojas. La vieja cuchilla BIC de una sola hoja, todavía en el mercado, pronto se convirtió en un producto de doble hoja, luego de tres, más tarde de cuatro y hoy de hasta cinco. Cinco hojas de afeitar en cada cuchilla para un apurado perfecto.

No es el único aniversario de este año en relación con el afeitado. Se cumplen 75 años de la primera espuma de afeitar tal como la conocemos hoy, un producto que desplazó la brocha y el jabón que habían acompañado a los hom-

bres durante siglos. La revolución del afeitado ha sido una gran idea para las compañías del sector que han conseguido imponer productos con una gran apariencia de valor añadido y márgenes muy abultados. Como muestra un botón: los recambios de maquinillas de última generación pueden llegar a valer diez y quince veces más que las clásicas maquinillas BIC de una sola hoja.

Todo lo anterior no es más que una introducción larga a la idea de retroinnovación. Buscar mejoras y soluciones en el pasado en lugar de hacerlo siempre pensando en el futuro. Hace dos años una conversación de telesilla acabó convertida en un regalo de Reyes. Sus Majestades le trajeron a este cuarentón un set de afeitado clásico y por primera vez me afeité con brocha, jabón y una maquinilla metálica con recambio de cuchilla como las que usaba mi abuelo hace más de cincuenta años.

Para gustos colores, pero para mí la comodidad, el apurado, el precio y el conjunto de la experiencia clásica son insuperables. La mejor innovación en afeitado ha sido volver a un producto de cincuenta años atrás.

La capacidad de lo clásico para mantener la vigencia va más allá de la música y la literatura. Que lo nuevo es mejor que lo viejo y lo complejo mejor que lo sencillo no siempre es una idea cierta. De vez en cuando el pasado puede ser una fuente de novedad y mejora tan buena como el futuro. ¿Cuántos otros productos esconden en el pasado más valor y mejores soluciones que en su versión actual?



## Flash



### Carlos Cuerpo Economía

El ministro de Economía, Carlos Cuerpo, volvió a insistir en su «preocupación» por el riesgo de concentración que pueda implicar la fusión del BBVA y Banc Sabadell tras la opa presentada por la primera entidad bancaria sobre la segunda, y mantiene su rechazo a la operación.



### Yolanda Díaz Trabajo

Las subidas del salario mínimo interprofesional (SMI) están provocando un incremento del número de trabajadores que cobran más que antes, pero al mismo tiempo, que España tenga una mayor concentración de sueldos en esa parte baja de la tabla salarial, según el INE.



### Antonio Garamendi CEOE

El presidente de la CEOE, Antonio Garamendi, avisó de que la reducción de la jornada laboral a 37,5 horas semanales «rompe» el acuerdo de convenios que las organizaciones empresariales firmaron con CCOO y UGT en mayo de 2023.

## Management

### Los buenos líderes



FRANC PONTI  
Profesor de innovación en EADA Business School

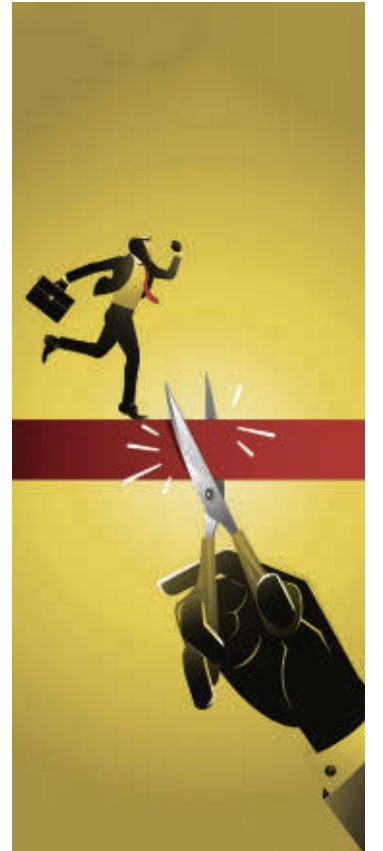
**A menudo los líderes fallan porque, al final, son más jefes que otra cosa**

Se ha hablado tanto de liderazgo que es realmente complicado aportar nuevas cosas. Mi objetivo con este artículo no es tanto hacer eso como volver a los principios básicos que no deberíamos, en ningún caso, olvidar.

Un líder es alguien que ostenta la responsabilidad de estar al frente de cualquier agrupación humana. Cuidado: 'al frente' no quiere decir necesariamente arriba. A menudo los líderes fallan porque, al final, son más jefes que otra cosa. Un jefe no es necesariamente un líder, claro. El liderazgo auténtico inspira, cataliza, coordina, saca lo mejor de los colaboradores y consigue que la organización, sea del tipo que sea, comparta una visión común, eso que ahora los cursis llaman el propósito.

Es importante que los líderes prediquen con el ejemplo. Sus palabras no valen nada si no van acompañadas de actos. Es inútil, por ejemplo, hablar de innovación sin que los valores que acompañan a esa noble práctica sean parte de la conducta del líder: creatividad, originalidad, pensamiento disruptivo, curiosidad, tolerancia al error y un largo etcétera. Hay jefes que se llenan la boca de todo eso pero luego no son capaces de poner en marcha estrategias viables de innovación que cuenten con la complicidad de todo el mundo.

Por otra parte, un líder auténtico sabe que no se debe autoengañar. En consecuencia, sabe articular a su alrededor mecanismos sutiles pero eficaces de retroalimentación. Hablando claro, un buen líder es capaz



de saber qué opinión tienen de él o de ella sus colaboradores y, por tanto, implementar sobre la marcha los cambios adaptativos que sean pertinentes. No hay nada peor que un supuesto líder que piensa que tiene el reconocimiento de la empresa cuando en realidad sucede todo lo contrario, o casi.

Los líderes se deben a la empresa y no al revés. Entender eso es clave. La empresa no es un juguete a su disposición sino que alguien les puso ahí para servir a sus empleados y a las comunidades externas, llámenlos clientes, usuarios o consumidores.

Demasiados falsos líderes tienen una visión casi patrimonialista de la empresa que dirigen. Trabajando con algunas organizaciones poco evolucionadas he podido comprobar demasiadas veces que algunos de esos aparentes líderes actúan más como dioses que como humanos dispuestos a servir a los demás. Así no vamos bien.

Un líder debe escuchar. Eso no implica necesariamente hacer lo que le digan, pero a partir de ahí se abren puertas de diálogo y negociación. Muchos líderes *fake* sólo escuchan a quienes piensan como ellos y, conscientemente o no, evitan a los que disienten.

El liderazgo es una práctica que debe ejercitarse cada día. Tiene algo de ciencia, algo de arte y mucho de perseverancia, humildad y empatía.