



Ánxela Blanco vive ahora a caballo entre Galicia y Valencia, donde se encuentra Lanzadera

Una gallega crea la herramienta definitiva para el expatriado

Worldpats digitaliza los procesos a los que se enfrenta un empleado que cambia de destino y fue seleccionada por Lanzadera, la aceleradora de startup de Juan Roig

Olga Suárez

Los procesos de internacionalización en las empresas no solo requieren un estudio exhaustivo del mercado en el que se van a introducir, sino también una serie de trámites que son imprescindibles para que los trabajadores encuentren su lugar en el nuevo destino: buscar el barrio más adecuado, piso, colegio o cómo empadronarse son procesos que ha conseguido simplificar al máximo Worldpats, una herramienta creada por la emprendedora gallega Ánxela Blanco y que ha cautivado al empresario valenciano Juan Roig al seleccionarla por Lanzadera, su aceleradora de startup. «Hemos digitalizado un sector que seguía un modelo del siglo XX, ya obsoleto, incluso antes de que estallara la pandemia y la necesidad de digitalizar procesos fuese tan patente», explica esta joven de Corme que ahora se mueve entre Galicia y Valencia, pero que ha vivido en diversos lugares. Estudió Informática e hizo su doctorado en Inteligencia Artificial en Salamanca. Después, trabajó en el sector aeroespacial en Madrid y Bilbao y, más tarde, fichó por un centro tecnológico de investigación marina y alimentaria en el País Vasco. Allí fue donde conoció a Pablo Bárcena, su socio en esta nueva aventura empresarial. Él había vivido en varios países y había com-

probado en su propia piel las dificultades que encuentra un expatriado: «Le dimos una vuelta para ver cómo podíamos aplicar mi campo de formación para optimizar cada proceso y ayudar a los departamentos de Recursos Humanos», explica Blanco.

CRUZANDO DATOS

Para empezar, realizan un pequeño cuestionario, «no busca lo mismo una persona recién licenciada, soltera y sin hijos, que alguien que está en un puesto directivo y se muda con su familia», destaca. También tienen en cuenta aspectos locales, como la ubicación del centro de trabajo, las conexiones, la seguridad y, por último, las opiniones de miles de expatriados con perfil similar. Todo ello se procesa utilizando algoritmos de recomendación para acertar con los resultados. «Minimizamos así el riesgo de fracaso del proceso de expatriación, algo que resulta muy costoso para la empresa y muy estresante para el trabajador y su familia», subraya.

Ellos mismos pudieron demostrar de forma práctica su efectividad en el año 2018, cuando Worldpats aún era un proyecto, fue seleccionado por una incubadora del MIT y tuvieron que trasladarse seis meses a Boston: «Nos dijeron que, de todas las startups que habían pasado por allí, fuimos los únicos que estábamos instalados y

trabajando al día siguiente de llegar», recuerda.

Una herramienta así puede liberar de mucho estrés a grandes empresas; actualmente tienen ya tres grandes clientes y negocian con otros tantos, incluyendo instituciones de la administración pública. Pero aseguran que su servicio está dirigido a compañías de cualquier tamaño que quieran abrir sus fronteras. De momento, no trabajan con ninguna gallega, pero Ánxela Blanco no lo descarta: «Galicia tienen un gran potencial de internacionalización, y no solo en el sector textil y agroalimentario, sino en mucho otros; los profesionales gallegos pueden competir de igual a igual con empresas de cualquier parte del mundo», destaca.

Worldpats ya está presente en varios puntos de América Latina y trabajan para aumentar esta red de colaboradores en otros países europeos y asiáticos, aunque reconoce que la pandemia ha ralentizado este proceso, pues ellos prefieren conocer a sus colaboradores en persona para cumplir con el estándar de calidad que exigen. En estos momentos, la empresa cuenta con cinco trabajadores con perfiles muy complementarios, desde la vertiente tecnológica a la comercial y financiera. No obstante, destacan que su idea es ir incorporando gente a medida que aumente su cartera de clientes.

SUGERENCIAS Elena Méndez

«Gestionar estratégicamente»

Xavier Gimbert

Edita: Deusto

464 páginas; 19,95 euros

Una visión de la estrategia empresarial muy actual que tiene presente la transformación que provocó la pandemia del covid-19 y propone la adaptación constante y la detección precoz de los cambios. Trata, de forma organizada, tanto los aspectos que inciden sobre el proceso de análisis y decisión estratégica; como todos los conceptos, análisis y decisiones que componen dicho proceso. Incluye además una serie de preguntas para la reflexión al final de cada capítulo. El libro está enfocado tanto hacia los empresarios y profesionales como hacia los estudiantes que quieran comprender qué mundo se van a encontrar.



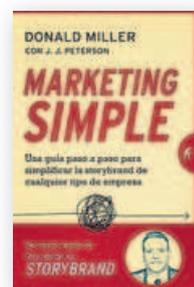
«Marketing simple»

Donald Miller/ J.J. Peterson

Edita: Empresa Activa

218 páginas; 16 euros

Este libro muestra cómo crear un sencillo plan de marketing que logre captar y convertir clientes potenciales. El autor ofrece consejos y estrategias para crear un eficaz embudo de ventas (*sales funnel*) que, una vez montado, se respaldará con una campaña publicitaria. También ofrece ejemplos para llevar a cabo una estrategia digital para vender a través de Internet y desarrollar una base de clientes efectiva. Además, se puede descargar una plantilla gratuita en papel con dos ejemplos de esquemas ya complementados que, junto con el libro, ayudará a entender los conceptos con más facilidad. Las propuestas son aplicables tanto en una pequeña empresa como en una gran compañía.



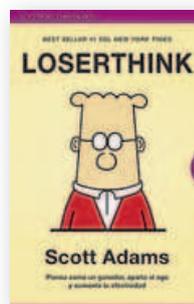
«Loserthink»

Scott Adams

Edita: Empresa Activa

264 páginas; 15 euros

Bajo el concepto de *loserthink*, el autor engloba los pequeños hábitos mentales que hacen que seamos víctimas de nuestras propias burbujas de realidad. Este libro nos enseñará cómo detectar y evitar ese tipo de pensamiento y nos dará ideas para responder ante los argumentos huecos. El autor propone una serie de técnicas de pensamiento productivo sencillas de comprender y fáciles de dominar. Nos invita a dejar el ego fuera de la toma de decisiones y a imaginar explicaciones alternativas. También nos anima a no creer demasiado en las coincidencias y a evitar pensar con palabras en lugar de razones. El libro pretende en última instancia despertar nuestro sentido crítico.



«La trampa del optimismo»

Ramón González Ferriz

Edita: Debate

256 páginas; 19,90 euros

En este libro, el autor nos presenta los acontecimientos históricos de la década de los noventa y aborda principalmente la política, la economía y la cultura europeas de la época para entender en qué punto nos encontramos en este momento. La caída del muro de Berlín abrió paso a una era de enorme optimismo. La democracia liberal parecía ser ya el único sistema político deseable, y eso dio a los países occidentales una renovada confianza en las virtudes de un sistema abierto, tolerante y de libre mercado. La globalización de la cultura popular se vio impulsada por nuevos formatos televisivos y, de una manera aún incipiente, por la expansión de Internet. Fue una década rica, pero plagada de contradicciones y semilla de posteriores dramas.

