

ARTÍCULO DE ENTRADA



ACTUALIDAD SECOT



INTERNACIONAL



ORGANIZACIÓN



EMPRENDEDORES



GESTIÓN EMPRESARIAL



AL DÍA...



NAVIDAD



[Todos los
Números senioronline](#)

Suscríbese a **senioronline**

introduzca su email...

Enviar

¿Profesional
en Activo?



[Hazte Socio Adherido](#)

Vida Silver, la Feria dedicada a la generación más silver



Vida Silver 2021 ha celebrado en noviembre el primer evento de IFEMA MADRID dirigido a la generación sénior. La Feria ha sido impulsada por Vida Silver (www.vidasilver.com) la plataforma para personas por encima de los 50 años creada por IFEMA MADRID y el experto en transformación digital Adolfo Ramírez.

SECOT ha sido uno de los participantes activos de Vida Silver, que se hace realidad por el impulso de la Organización y el liderazgo activo de sus Seniors.

SECOT ha colaborado con VIDA SILVER con una sesión de asesoramiento de nuestros séniors a emprendedores jóvenes con el título EL VALOR DE LA EXPERIENCIA, en el que SECOT aportó un testimonio de la relación intergeneracional que se establece en SECOT entre un sénior mentor voluntario y su asesorado, emprendedor o PYME.

En este sentido participaron Andrés Carrión Gutiérrez, economista y MBA y Paco Moreno Arangüena, fundador y Presidente de la ONGD Acción, Desarrollo y Sostenibilidad.

“Crecimiento y estabilidad”. Así resume en [#Vidasilver2021](https://twitter.com/Vidasilver2021) Paco Moreno Arangüena, Presidente de [@ADSongd](https://twitter.com/ADSongd), la aportación que para su organización y otras empresas ha supuesto la labor de mentoring de séniors de [@Secot_](https://twitter.com/Secot_), como Andrés Carrión Gutiérrez, economista y MBA. pic.twitter.com/wxLLWTmUCn

— Vida Silver (@vidasilvercom) [November 25, 2021](https://twitter.com/vidasilvercom/status/1424111111)

En otra ocasión Inocente Gómez Bordonado y Adolfo Torres Torres -presidente y tesorero respectivamente- fueron los encargados de dar a conocer SECOT al colectivo de personas que se encontraban en el espacio Aula Campus, haciendo especial hincapié en la importancia del mentoring.

Gracias a [@adolform](https://twitter.com/adolform) y a [@vidasilvercom](https://twitter.com/vidasilvercom) por hacernos partícipes [@Secot_](https://twitter.com/Secot_) de esta primera aventura por los [#seniors](https://twitter.com/seniors) y la [#silvereconomy](https://twitter.com/silvereconomy) y mañana "La importancia del mentoring" a las 10h [pic.twitter.com/hf6BQl4ZnT](https://twitter.com/hf6BQl4ZnT)

— SECOT (#AsesorandoDesde%u00D83C%u00DFE0) (@Secot_) [November 25, 2021](https://twitter.com/Secot_/status/1424111111)

VIDA SILVER cuenta con los siguientes patrocinadores transversales, Banco Santander, Mapfre, Quirón Salud y Fundación Empresa y Sociedad

25 años apoyando la creación y mantenimiento de empleo en Granada



La Delegación de SECOT en Granada forma parte de las 42 sedes con las que cuenta la asociación en España, con 1.100 socios, y que ofrece, en colaboración con el Ayuntamiento de la capital granadina, cursos de formación y asesoramiento y mentorización a jóvenes emprendedores, en los que han participado desde 2013 un total de 1.565 personas.

El alcalde de Granada, Francisco Cuenca, trasladó, en el nombre de la ciudad, "lo honrados y orgullosos que estamos de la complicitad del grupo de hombres y mujeres que integran SECOT", de los que ha destacado "su comportamiento ejemplar, no solo porque sean grandes profesionales, que atesoran un gran conocimiento, sino porque dedican su tiempo a la contribución del desarrollo de nuestra ciudad".

El [Ayuntamiento de Granada](#) a través del área de Empleo mantiene un convenio de colaboración con la organización desde 2013 por el que la Escuela Municipal de Emprendimiento ofrece cursos de formación y asesoramiento relacionados con la gestión y creación de empresas dirigidas a "promover el espíritu emprendedor y mejorar la cualificación de las personas emprendedoras de la ciudad".

[Noticia relacionada aquí](#)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



30 de noviembre 2021
Mesa Redonda SECOT

**Un Modelo Europeo para la Inclusión Social
de Jóvenes en Dificultades**

PROYECTO ERASMUS+ NO. 2019-1-IT01-KA202-007472

MESA REDONDA

Rediseñando el futuro en tándem

Palabras de **bienvenida** del
presidente de SECOT,
Inocente Gómez Bordonado

10:00 - 10:05

El Proyecto Europeo

10:05 - 10:50

- Ponente: Doris Bandín
- Sus características, origen, finalidad e impacto.
- Las producciones intelectuales innovadoras
- La experimentación didáctica en España

Formación profesional en el Proyecto: Mentorización

10:50 - 11:40

- Análisis de la tasa de abandono escolar temprano en España y estadística del alumnado de formación profesional en el año 2020.
 - Ponente: Rubén García Codesido
- ¿Por qué un programa de mentorización individual?
 - Ponente: Cruz Agudo
- Modelo a seguir en la mentorización individual
 - Ponente: Cruz Agudo
- Evaluación del Proceso de mentoring
 - Ponente: Cruz Agudo
- Testimonios de profesores y seniors del proyecto

Preguntas y comentarios de los asistentes a la Mesa Redonda

11:40 - 12:00

- Moderadora: Doris Bandín



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



El 30 de noviembre se desarrolló la Mesa Redonda online del proyecto europeo EvolYou, en el que participa SECOT representando a España, conjuntamente con otras 8 organizaciones europeas de 5 países, a saber, de Alemania, Bélgica, Finlandia, Francia e Italia, proyecto que se encuentra cofinanciado por el programa europeo Erasmus .

La Mesa Redonda comenzó con unas palabras del presidente de nuestra asociación, Inocente Gómez Bordonado, el cual ha comentado que conocimos la existencia del proyecto a través de la Confederation Senior Expert Services, CESES, con sede en Bruselas, de la que es miembro Secot, formando parte de su Junta Directiva. Asimismo, ha resaltado la coincidencia de la finalidad del proyecto europeo con los objetivos y proyectos estratégicos de SECOT como es la formación profesional que persigue evitar que los jóvenes desfavorecidos abandonen sus estudios.

A continuación, Doris Bandín, que actúa, en nombre de SECOT, como coordinadora del proyecto europeo con otras organizaciones participantes en el mismo, ha hecho una presentación del proyecto dando datos, comentando su origen, (que parte de la iniciativa VERA de la asociación alemana SES, que preconiza la mentorización individualizada y las relaciones humanas), su contexto, objetivos, impacto social, y los ejes del proyecto que son los llamados "Intellectual Outputs" o "Producciones Intelectuales" que se componen del

Manual Metodológico, para implementar un nuevo modelo de inclusión social de los jóvenes en riesgo de exclusión, de la Experimentación Didáctica o pilotos en 4 de los países participantes en el proyecto, a saber, España, Francia, Italia y Finlandia y del documento de Recomendaciones que pretende impulsar la discusión política sobre voluntariado y cooperación intergeneracional tanto a nivel nacional como europeo.

Para terminar, ha hecho referencia a la experimentación didáctica o piloto que se desarrolla en el instituto de los Salesianos de Carabanchel en Madrid.

A continuación, Rubén García Codesido, participantes en las dos etapas del piloto, ha hecho un análisis sobre la tasa de abandono escolar temprano en España en el año 2020 (comparativa de los datos por género y región,) y sobre el alumnado de formación profesional en España al año 2020, resumiendo los principales resultados. Asimismo, ha lanzado la pregunta sobre ¿por qué un programa de mentorización individual? y ha comentado su impacto sobre el alumnado.

Por su parte, Cruz Agudo, que ha coordinado las actividades del piloto, ha presentado la estrategia del piloto en los centros educativos y los aspectos relevantes del modelo a seguir en la mentorización individual, la elección de los seniors para el desarrollo del proyecto y evaluación del proceso de mentoring.

A continuación, se recogieron los testimonios de otras partes involucradas en el piloto, proyectándose un video de Ana Belén Domenech, orientadora y tutora del instituto así como las palabras de nuestros seniors mentores Faustino Calero y José María Arenas sobre su experiencia en el piloto.

El impacto social del proyecto y su coincidencia con los fines de SECOT determinan que continuará extendiéndose a otras delegaciones de nuestra asociación.

Finalizó el evento con comentarios y preguntas de los asistentes.

Se puede acceder al video de la sesión:<https://youtu.be/7DsguponZwQ>

Nuevo presidente al frente de Alicante



La Junta Directiva celebrada el pasado 24 de noviembre ratificó la proclamación oficial de Antonio Cortés Izquierdo como presidente de la Delegación de SECOT en Alicante, Delegación que ha estado presidida estos últimos años por [José Pérez Domene](#) (en la imagen, arriba a la izquierda) a quien agradecemos desde aquí la impecable gestión de la Delegación y el compromiso, colaboración y dedicación demostrada en estos años al frente de la Delegación de SECOT en Alicante.



Foto de archivo reunión online Seniors Alicante

En estos últimos años la Delegación de SECOT en Alicante ha seguido desarrollando su actividad de forma "muy positiva" en este territorio histórico, a pesar de la pandemia por coronavirus, la cual hizo que buena parte de sus actividades presenciales fueran sustituidas por otras online "manteniendo los objetivos y resultados hasta en los momentos de más estricto confinamiento". En 2020 la delegación ha llevado a cabo un total de 26 proyectos de asesoramiento que han propiciado la creación de 4 nuevas empresas y 8 puestos de trabajo.

Actualmente colabora activamente con la Asociación de Empresas de servicios de Elche y Comarca, AESEC; y con los Ayuntamientos de San Vicente de Raspeig y Xixona, ambos para dinamizar la economía y actividad productiva de las localidades, facilitando formación y asesoramiento empresarial a todas aquellas personas interesadas en crear empresas. Los Seniors de SECOT realizan un acompañamiento técnico en el inicio de los proyectos empresariales para ayudar a su consolidación, impulsando la cultura emprendedora y contribuyendo a detectar nuevos yacimientos de empleo.

Premios máshumano



Un año más se ha celebrado la Gran Final del Premio de emprendimiento social jóvenes máshumano, donde han sido elegidos los ganadores de su XVI edición.

Recuperando su formato presencial, 20 proyectos finalistas pudieron presentar el 26 de noviembre sus iniciativas de emprendimiento social al jurado, que ha estado compuesto por representantes expertos de Bankinter, El Corte Inglés, IBM, Ayuntamiento de Madrid, Arrabe Integra Asesores, Socios Inversores, Empathia y Fundación máshumano.

Esta gran gala, celebrada en la sala de Ámbito Cultural de El Corte Inglés, ha puesto de manifiesto la creatividad, y la enorme capacidad innovadora de este talento joven, para crear proyectos de gran impacto social que mejoren el mundo y la vida de las personas.

Los ganadores han sido los siguientes:

Premio El Corte Inglés (proyectos que contribuyan a la construcción de un entorno más saludable, sostenible y próspero para el planeta): Fibras Naturales Canarias, primera Spin Off de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria para la obtención de fibras naturales a partir de los residuos de los plataneros, siendo proveedores del sector textil, packaging y automovilístico entre otros. Además, con la pulpa realizan pienso para peces de acuicultura o aislamiento en viviendas.



Premio Bankinter (proyectos destinados a mejorar la calidad de vida y la integración de personas vulnerables): Hera Technology, startup innovadora de salud mental que integra soluciones tecnológicas para personas con ansiedad y depresión, a través de una plataforma de monitorización constante de los pacientes, y de algoritmos de inteligencia artificial, para desarrollar la mejor estrategia de tratamiento para cada uno de ellos.

Premio Fundación máshumano (Proyectos que contribuyan al cumplimiento de los Objetivos

de Desarrollo Sostenibles): Lazzaro, SaaS que permite a pequeñas ONG crear una plataforma web, con todas las herramientas que existen para la captación de fondos, en menos de 15 minutos, de forma sencilla y con tecnología BlockChain para una mayor transparencia. Este premio fue entregado por el subdirector general Tomás Pereda, que aprovechó para poner en valor el talento de todos los jóvenes participantes, haciendo alusión a Ray Bradbury "este escritor afirmó que Oz es ese lugar diez minutos antes del sueño, donde decidimos que la humanidad, por muy maliciosa, mezquina y tonta que sea, merecerá otra oportunidad al amanecer. Y eso es lo que hemos vivido hoy aquí, porque gracias a vosotros, hemos recuperado la confianza y la fe en que con vuestro talento vais a dejar un gran legado para la humanidad"

Estos 3 equipos ganadores han recibido un capital semilla de 2.000€ para invertir en su proyecto, así como el Premio de Emprendimiento Innovador de Arrabe Integra, por el que recibirán un servicio de asesoría, gestión y consultoría empresarial.

Por otro lado, ganadores y finalistas han optado a otros accésits de empresas que apoyan el emprendimiento social, siendo estos los ganadores: Reconocimiento especial IBM al "Uso innovador de la tecnología al servicio de las personas y la sociedad", que ha sido para Opentabs; Reconocimiento especial Ayuntamiento de Madrid, para el proyecto "que mejor contribuya al desarrollo de las Smart Cities", para Grap and Tap; Reconocimiento especial EMPATHÍA al "Talento Femenino", para Plant on Demand. Además, Socios Inversores han entregado el premio "Plan emprendedor mashumano" orientado a la búsqueda de capital económico, a Medicsen.

Además, todos los jóvenes que han participado en la convocatoria 2021, podrán solicitar asesoramiento personalizado por parte de profesionales senior de SECOT.

GESTIÓN EMPRESARIAL

Rubén Mancera Arcos
(Senior SECOT Jaén)

Cómo preparar tu tienda online para aprovechar al máximo no solo el Black Friday...

29-11-2021



Aunque ya hemos pasado el conocidísimo y más que publicitado Black Friday, creemos interesante reseñar este artículo ya que vas a poder

ponerlo en práctica no sólo en Noviembre con motivo de esta campaña, ya que las recomendaciones que nos expone en el artículo Rubén Mancera son de gran utilidad para gestionar con éxito campañas específicas de venta online.

Para muchos comercios digitales, el **Black Friday**, entre otras fechas especiales, es una oportunidad de oro que puede tener una influencia muy significativa en los números de todo el año.

Voy a desvelarte algunas de las estrategias que podrás aplicar para obtener el mayor rendimiento a este periodo (sí, sí, periodo, ya no es un día y casi ni una semana), situado estratégicamente en el calendario para ayudarte a ahorrar (y consumir) de cara a los regalos navideños.

Pre-campaña (3-4 semanas antes)

Es recomendable empezar las 3 o 4 semanas previas al inicio del Black Friday para intentar aplanar los picos. Espaciándolos en el tiempo, evitaremos cuellos de botella en otras áreas como operaciones, logística, o stock.

Si vas a crear una página específica, landing, pop up, mailing, ads, etc, debes preparar cuanto antes textos y diseños específicos de la campaña.

Una vez los tengas, puedes empezar cuanto antes con campañas de pago (SEM) en Google o redes sociales (depende de donde esté tu cliente), antes de que el coste por clic se dispare.

2 o 2 semanas previas

Realiza promociones pre-BF temporales (24/48 horas) de artículos por categorías al precio que estarán en el BF. Además de conseguir aplanar esos picos, sirve para ir calentando el dominio de tu sitio web. Puedes ofrecer un 5% extra mediante un cupón por pre-reserva.

Intenta activar a tus mejores compradores. Quizás regalándoles un 10% extra para premiarles por su fidelidad, ya sea para ellos o para que los repartan con sus conocidos.

Así tendrás a tus mejores clientes como prescriptores de tu negocio.

Revisar botones de compra para que estén accesibles al pulgar y que todos los enlaces funcionen.

Durante la campaña

Como norma general, en las épocas con mucha actividad comercial, se deben reforzar ciertos departamentos (Logística, Servicios de Atención Técnica y al Cliente, etc.). Es buena práctica advertir en el proceso de compra (por ejemplo en la confirmación de pedido) que, debido al volumen de operaciones de esa campaña, los envíos pueden sufrir retrasos de 24/48h (es un periodo razonable para un cliente). Si quieren consultar sobre el estado de su pedido, podrán hacerlo en el link de tracking de envío de la empresa de logística. En general los clientes entienden que se dilatan un poco más los plazos de entrega, pero son menos comprensivos con la desinformación.

Exprime las comunicaciones (Email, chat, SMS, etc.) segmentando al máximo por categoría, producto, cliente, etc.

Destaca que se mantienen las mismas condiciones de siempre, protocolo de envío anticovid, envío gratuito, pago seguro, garantías, devoluciones, etc.

Recuerda que no solo se pueden hacer descuento en precio, funcionan también muy bien implementar acciones de gamificación e interacción:

%u25CF Promociones de 2x3 (compras dos y te regalamos un tercero, el de menos valor del carrito) para productos seleccionados.

Promociones de segunda unidad al 50%

Rasca y gana

Ruletas de la suerte

Packs de productos con grandes descuentos conjuntos. El cliente percibe un mayor valor añadido. Podemos jugar con los márgenes de tres variables y diferentes sesgos según lo que busquen los clientes: sabor, limpieza, precio, relación calidad precio, productos premium, etc.

No caigas en la tentación de sacar productos que ni tú comprarías, los clientes no son tontos por muy Black Friday que sea.

Si además quieres trabajar la recurrencia y fidelización, puedes crear descuentos incrementales durante un periodo:

1. Primera compra: 15% y desbloqueas el siguiente cupón del 20%
2. Segunda compra: 20% y desbloqueas el siguiente cupón del 30%
3. Tercera compra: 30% y recibe un regalo de valor por traer a un amigo o por una reseña.

También funciona muy bien adelantarse a las compras de navidad. Por ejemplo ofreciendo un descuento del 10% por cada compra en realizada en el Black Friday para consumir antes del 6 de enero. Si se han registrado para recoger este cupón, podemos hacer envíos de email, WhatsApp o SMS para recordarles que aún lo tienen disponible.

Si estás haciendo anuncios, es buena opción incrementar pujas en los dos últimos días, sobre todo entre las 19:00 y las 23:00. Los compradores que no han encontrado nada empiezan a sentir el FOMO (Feel Of Missing Out) de quedarse sin conseguir descuentos y están más receptivos. Juega siempre con la escasez, ya sea de productos o de tiempo.

Post Campaña.

Podemos alargar un poco más la campaña con subastas de últimas unidades de algunos productos a los que quieras darle salida donde los clientes puedan ofrecer sus pujas (partiendo de un precio muy bajo de salida).

Hay mucha gente que no entiende por qué puede la competencia hacer descuentos tan

agresivos en el BF, en algunos casos casi a coste. Uno de los motivos es que para ellos es una acción de marketing, no de ventas, donde intentan captar el máximo número de clientes para trabajar después la recurrencia o fidelización. En esas segundas y sucesivas compras es donde encontrarán la rentabilidad del esfuerzo realizado para el Black Friday.

Por lo tanto, la cosa no termina con el cybermonday, debes establecer una estrategia que

te ayude a fidelizar a esos clientes.

Soy un hombre al que le gusta tomar decisiones basadas en datos objetivos pero, durante el BF, los clientes se mueven por unos parámetros excepcionales que hacen que, a priori, no debamos sacar conclusiones extrapolables a todo el año. Sin embargo, sin entrar mucho en profundidad, algunas métricas que debes tener en cuenta para saber que ha ido bien son:

El tráfico a tu sitio web

La conversión de tráfico a cliente

Nº de pedidos en ese periodo

El valor medio del pedido

Nº de nuevos clientes

Mailing: entregados, abiertos, con clic.

Son solo algunos ejemplos con los que ilustrar la cantidad de cosas que se pueden hacer en una ecommerce para dejar a la suerte la mínima capacidad de decisión. Si planificas con tiempo obtendrás mejores resultados, en eso el Black Friday no es una excepción.

AL DÍA...

¡No te quedes sin ella!

Comunicación
(Dpto. Comunicación)

29-11-2021



Una vez más queremos compartir con todos nuestros Socios el número que ha reservado SECOT para el próximo Sorteo de Navidad del día 22 de diciembre:

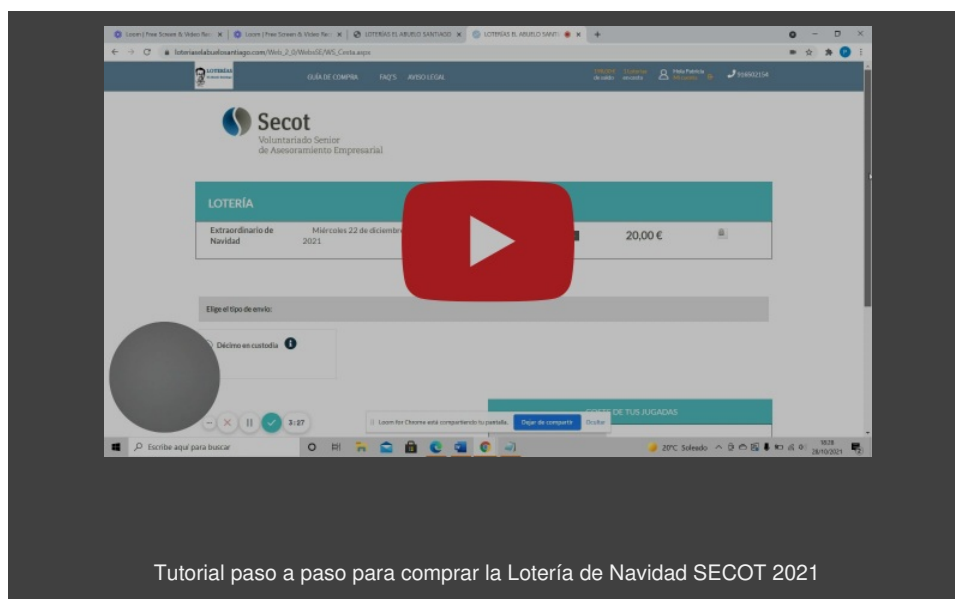


¿Cómo puedes adquirir tu lotería?

[Accede a la web](#) e identificate con tu nombre, apellidos, DNI, correo electrónico y todos los datos que se piden en el alta de nuevo usuario (es imprescindible realizar este paso para poder comprar la Lotería). Si no funciona el link anterior te recomendamos que copies y pegues la siguiente dirección en la barra de direcciones de tu ordenador:

https://www.loteriaselabuelosantiago.com/Web_2_0/loteria-SECOT/

No obstante, este año Patricia Pérez-Cejuela, responsable de LOTERÍAS EL ABUELO SANTIAGO nos lo ha puesto muy muy fácil y ha elaborado un video en el que explica paso a paso cómo comprar nuestro décimo de Lotería de SECOT:



También puedes acceder aquí a la [guía con la explicación detallada para la compra de la Lotería](#).

Y por supuesto puedes dirigirte a la Administración y adquirir el número personalmente. La Administración se encuentra en:

Paseo de Alcobendas,10. C.C. El Bulevar de la Moraleja, 28109 - Alcobendas
(Madrid)

Horario: L-V 10:00 a 14:00 y de 17:00 a 20:00 horas

Sábados 10:00 a 14:00 horas

Tlf de contacto para dudas: 91 650 21 54

Nota importante: Los Certificados de compra de la Lotería no se generan automáticamente. La Administración tiene que autenticar el proceso de compra, por lo que el certificado suele tardar unas horas en estar operativo para su descarga.



¡Activemos momentos juntos!

