

EMPRENDEDORES

Así son las empresas realmente disruptivas

Los beneficios económicos no son el objetivo, lo que se persigue es revolucionar

PAZ ÁLVAREZ - MADRID 18-02-2017 16:11



START-UP



(Thinkstock)

La Real Academia Española define el término **disrupción como rotura o interrupción brusca**. Llevado al mundo empresarial, un modelo de negocio disruptivo puede definirse como una nueva forma de dar valor a los clientes utilizando enfoques tecnológicos que difieren profundamente de los empleados previamente por la empresa o sus competidores. “Se trata de hacer las cosas radicalmente diferente dentro de un sector, aportando algo distinto en producto, enfoque o servicio”, señala Beatriz Cerrolaza, de 36 años e ingeniero de telecomunicaciones y fundadora de la startup [Alise Devices](#).

Es una de las empresas analizadas como modelo de disrupción e inspiradora de un cambio del sistema productivo en España, dentro de un estudio elaborado por el

LO MÁS LEÍDO >

Deoleo se desploma en Bolsa tras declararse en disolución

Estas son las fechas de cambio de hora de verano hasta 2021

Cuánto pagará por IRPF este año en función de su comunidad autónoma

La banca quiere que el 4% del salario vaya a pensión privada

El Defensor del Pueblo denuncia las cláusulas suelo

SEGUIR A CINCO DÍAS

Recibe más contenido de Cinco Días. Suscríbete a nuestras newsletter [aquí](#)

Centro de Apoyo a la Innovación Tecnológica (CAIT) de la Universidad Politécnica de Madrid, la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la consultora Opipno.

“Una compañía que empieza, si desea competir con otras empresas ya consolidadas, tiene que plantear un servicio o producto totalmente distinto, no puede hacer lo mismo”, explica esta emprendedora, que decidió diseñar una medida innovadora de seguridad para billetes y documentos de identidad.

Esto solo pudo hacerlo en equipo, asegura Cerrolaza, pero también gracias a otro elemento diferenciador, como es la frescura que puede aportar la inexperiencia en un determinado sector. “Somos gente experta en tecnología pero no pertenecíamos al ambiente para el que desarrollamos nuestro trabajo, por tanto lo pensamos como usuario”, explica.

Pero se debe diferenciar entre la existencia de un cambio disruptivo en los modelos de negocio del éxito empresarial, entendido como la capacidad de generar beneficios económicos. Como advierten los autores de la investigación del citado informe, la puesta en marcha de una nueva iniciativa empresarial de carácter disruptivo también tiene como fin convertirse en un éxito que incremente los beneficios económicos de la empresa, pero eso no está garantizado, aún menos a corto plazo. Entre otras razones, porque en muchos casos el propio fenómeno disruptivo obliga a crear un nuevo mercado, o al menos transformar sustancialmente el ya existente, y su asentamiento socioeconómico requiere de un tiempo durante el que no será posible conseguir los beneficios pretendidos, en caso de que los consiga. Porque fracasos hay muchos.

Lo recuerda Alberto Tejero, responsable de formación y desarrollo en emprendimiento e innovación dentro del Centro de Apoyo a la Innovación Tecnológica de la Universidad Politécnica de Madrid: “Yo fui un joven emprendedor con veintipocos años y como ingeniero informático monté una consultora, con la que aprendí lo que es pegarse una torta. Me afectó la crisis y también tuve un problema con los socios, ya que no supe elegirlos bien. Esta experiencia me ha servido de mucho”. Ahora sabe lo que hay que hacer e intenta evitar que otros cometan sus errores del pasado, aunque también afirma que hay empresas que desde el comienzo ya emiten señales tempranas de que están generando un cambio o necesidad. “Y hay muchos ejemplos, que no tienen que ver solo con la tecnología, también de servicios tradicionales, que le dan la vuelta al mercado con creatividad”, añade Tejero.

Es el caso de la firma Legálitas, un concepto que surgió en 1999 a raíz de un informe del Consejo General de la Abogacía en el que aseguraba que el 80% de los españoles no había visitado nunca un despacho de abogados. El objetivo fue precisamente democratizar los servicios de la abogacía, acercar la figura del letrado al ciudadano las 24 horas del día. A día de hoy cuentan con 400 trabajadores, un equipo de 250 abogados y una red de 277 despachos con 700 abogados repartidos en 200 localidades. Registran unos 300.000 clientes y ocho millones procedentes de empresas que formulan más de 100.000 consultas mensuales.

Su disrupción, según el director comercial de [Legálitas](#), Ignacio Díaz-Pinés, “significa salirte de la línea y acercarte al cliente de otra forma a como se ha estado haciendo hasta ahora”. En su caso, esta ruptura se ha producido al eliminar la barrera existente entre abogados y clientes. “Hay que romper clichés para encontrar nuevas formas de hacer las cosas. En un mundo en plena transformación, sin fronteras e interconectado, lo que funcionó ayer no es garantía de que funcione mañana”, señala. En esta línea también relacionan la disrupción con el riesgo. “Una compañía lo es cuando se sale de lo convencional a nivel social. Es sentir que te sales de la línea de la norma, es decir, te arriesgas a salir de la zona de confort”, añade este ejecutivo.

Otras empresas han nacido en el fragor de la crisis, “ha sido un acicate para las

DESTACAMOS >



Café con titulares - Arriba España - (01/03/17)



Los ingenieros, ese perfil escaso y deseado



¿Son seguros los fondos de renta fija?



Qué es y por qué hay que salir (o no) de la zona de confort

recomendado por Outbrain

Buscar

[Booking.com](#)

Ej. ciudad, región, zona o nombre d...

Fecha de entrada

1 marzo '17

Fecha de salida

2 marzo '17

Buscar

BLOGS >



¿Cuáles son los puestos más difíciles de cubrir en España?
EL BLOG DE TRABAJO Y EMPLEO

Euribor empleo



Atentos al M&A sobre empresas europeas
EL COLOR DE LOS MERCADOS

Renta 4



OHL, reestructuración y oportunidad en el valor
EL BLOG DE LA BOLSA

Euribor bolsa



Warren Buffett afirma que la bolsa está barata... ¿Seguro?
EL BLOG DEL EURIBOR

Euribor

startups, para la gente que tenía conocimientos se haya lanzado y hayan dado una vuelta al mercado con creatividad”, señala Tejero. Hay casos, como el de [Cabify](#), que han irrumpido con fuerza pero intentando llegar a acuerdos con el sector. El caso de la empresa española era sencillo. A través de una aplicación móvil, los usuarios pueden contratar un vehículo con chófer privado, definir el trayecto y obtener un precio cerrado. “La disrupción llega cuando ese cambio hace que las cosas empiecen a hacerse de una forma completamente distinta”, explica Juan García Braschi, director de Cabify.

Y lo ilustra con el siguiente ejemplo: “Un cambio que haga mejor la conducción se trata de innovación, porque sigue siendo la misma funcionalidad, pero la conducción autónoma es disruptiva, porque cambia la industria por completo”. Es lo que hizo también el equipo de Alise Devices cuando detectó la oportunidad de sacar provecho a la tecnología que venían desarrollando en áreas de investigación en la Universidad Politécnica de Madrid, para crear una alternativa infalible a los actuales métodos de autenticación destinada a usuarios no expertos, que hasta entonces se habían basado en técnicas como los hologramas. Sin embargo, estos métodos estaban en entredicho porque son replicables y las falsificaciones son motivo de preocupación, recuerda su consejera delegada y coinventora, Beatriz Cerrolaza. “Cualquier persona puede verificar la autenticidad de un documento que incluya su medida de seguridad con solo colocarlo delante de una pantalla de uso cotidiano”, añade esta emprendedora, que dice que “la disrupción es romper con lo que se ha hecho hasta ahora para llegar al mismo objetivo de una forma diferente”.

Las 20 magníficas

La innovación disruptiva está basada en cambios rápidos e intensos de innovación en modelos de negocio preexistentes, o en la emergencia de otros completamente nuevos y que afectan profundamente a los mercados. Ejemplo de ello son al menos 20 empresas españolas seleccionadas en un estudio realizado por la Universidad Politécnica de Madrid, la EOI y la consultora Opinno. Estas son: BQ, Cabify, Legálitas, Seabery, Glamping Hub, AC-Gen Reading Life, Reimagine Food, GMV, Irisbon, Bluemove, Alise Devices, Umanick, 24symbols, Reclamador, Airelectronics, Oteara, ElTenedor, peerTransfer, Quobis y Parclick.

Atodas les une un modelo de negocio, cultura empresarial y ecosistema organizativo dirigidos precisamente a la disrupción en sus respectivos mercados. Pero también a fomentar enfoques de competición (colaboración con competidores), adelantarse a los marcos regulatorios y diseñar nuevos modelos de comercialización. La mayoría apuesta además por una estrategia de open innovation, a través de la que comparten tanto riesgos como beneficios con otras compañías para promover el fortalecimiento de un mercado común. Por último, muchas empresas no diferencian su carácter disruptivo como un valor añadido.

TEMAS RELACIONADOS:

Startup 2020 for 2020 · Cabify · UPM · Taxis · Apps · Ciencia · Aplicaciones informáticas · Universidad · Transporte urbano · Educación superior · Telefonía móvil multimedia · Sistema educativo · Software · Telefonía móvil · Empresas · Educación · Informática · Transporte · Tecnologías movilidad · Telefonía · Economía · Tecnología · Telecomunicaciones · Comunicaciones · Industria



La innovación, la inteligencia artificial y la capacidad de predicción
CONVERTIR LA NOVEDAD EN VALOR

Francisco González Bree

< 1 de 3 >

publicidad

ÚLTIMAS NOTICIAS >

La CNMV declara la guerra a los 'chiringuitos financieros'

Se golpeó la cabeza: Trump, de empresario a presidente

Todas las claves de la nueva plataforma YouTube TV

Popular: solo por delante de MPS en solvencia en Europa

ACS se impone un alza del 10% en el beneficio para 2017



Recibe más contenido de Cinco Días.
Suscríbete a nuestras newsletters aquí

publicidad

Cámbiate a la Cuenta NÓMINA de ING DIRECT

publicidad



Lavavajillas Miele.

Lavado y secado en 58 minutos. Ahora con un año de detergente gratis.
<https://www.miele.es/lavavajillas/>



TE RECOMENDAMOS



Compañías de EE UU que suben el 100% con Trump



Los 10 mejores aceites del mundo, y ocho son españoles



Todo sobre la cuota de autónomos tras los últimos cambios



PwC advierte sobre los ratios de capital de Popular

CONTENIDO PATROCINADO



¿Puede usted invertir en la OPV de SNAP? ¡Sí, Usted Puede!

(eToro Blog ES)



Gana Un 5% TAE Sin Riesgos Dejando Tu Dinero En Estos...

(HelpMyCash.com)



Las cinco razas de perros más inteligentes

(Topcinco)



Los españoles nacidos entre 1941 y 1981 son elegibles para una...

(Survey Compare)



Más y mejor calidad de imagen para el Spectre x360 de HP Inc.

(IDG)



Windows 10 adquiere más valor añadido con sus nuevas...

(IDG)



Los cinco autos clásicos más caros del mundo

(Topcinco)



Nueva estación de trabajo ZBook Studio G3 de HP: más ligera...

(IDG)

recomendado por outbrain

¿CONOCES ESTOS PRODUCTOS?



Descubre qué crédito se adapta mejor a **tus necesidades**.
Hasta 15.000€ **sin compromiso**

Teléfono

iTe llamamos!

He leído y acepto la política de privacidad



Cómo encontrar una tarjeta de crédito de **hasta 10.000€**



Un depósito con **hasta 1,35%** de rentabilidad para tus ahorros

recomendado por iAhorro

COMENTARIOS

NORMAS

0 comentarios



Para poder comentar debes estar **registrado** y haber iniciado sesión

Conéctate

Regístrate

¿Olvidaste tu contraseña?

¿Por qué registrarse?

- Comenta las noticias
- Asiste a nuestros eventos
- Participa en concursos
- Gestiona comunicaciones, newsletters y alertas
- Recibe novedades de Cinco Días



Webs de PRISA ▲