

>ÁREA COMERCIAL

La consultora ActitudPro integra en sus cursos tecnología Actlight

La firma ha desarrollado Crystal Learning, un aula virtual donde escribir e ilustrar en una pizarra sin perder el contacto visual con los alumnos. Por **Maria Teresa Coca**

La formación es, junto a la consultoría, la selección y el *coaching*, una de las áreas en las que ActitudPro interviene para ayudar a las empresas a tener un equipo comercial de excelencia que contribuya a su éxito económico. La compañía, fundada por los hermanos Fede y Jose Martrat en 2005, ha desarrollado Crystal Learning, un aula virtual donde escribir e ilustrar en una pizarra sin perder el contacto visual con los alumnos al revertirse el sentido de las palabras. Se trata de conseguir una formación lo más interactiva posible y para ello se ha integrado la tecnología Actlight, soluciones en iluminación led, *software* de producción vídeo y plataformas de *streaming*. «Es una herramienta más dentro de los formatos metodológicos disruptivos para las formaciones que ofrecemos a los profesionales de los equipos comerciales de nuestros clientes, empresas de diversos ámbitos y tamaños», explica Fede Martrat.

En este caso, la técnica permite «romper la barrera de la distancia» sólo en el ámbito formativo, pero los comerciales del presente y los de futuro han asimilado que las herramientas de transformación digital ya son indispensables para poder y saber vender cualquier producto. «El comercial que tendrá éxito será el que sabrá combinar la transmisión emocional que aún es primordial a la hora de captar la atención e interés del cliente a través de la tecnología porque las negociaciones comerciales han dejado de ser cien



por cien presenciales», manifiesta Jose Martrat. «El comercial analógico debe incorporar las herramientas necesarias para ser excelente también en el mundo digital», añade.

Ello ligado a que las empresas ya reclaman que su equipo comercial esté formado por profesionales «plurifuncionales y versátiles», que sepan trabajar con emails, llamadas telefónicas, vídeo conferencias... a pesar de que

Los hermanos Jose y Fede Martrat fundadores de ActitudPro.
EL MUNDO

«el proceso comercial de vender es el mismo que en los años setenta». «El 80% de las ventas de una empresa dependen de sus vendedores, de su conocimiento de los productos y de que sepan explicarlos», añade Fede Martrat y sostiene que «la maquinaria comercial siguen siendo el motor de la empresa».

De ahí que desde la consultora ActitudPro se recomiende al tejido industrial y de servicios que si-

gan apostando por sus redes comerciales invirtiendo en ellos la mitad de los recursos que destinan habitualmente a I+D, porque «hay que mejorar la excelencia comercial y la relación entre márketing y ventas».

El equipo multidisciplinar de 40 profesionales que trabajan en ActitudPro en Barcelona y Madrid desarrollan soluciones a medida para cada cliente en cualquiera de sus áreas de actuación. «No hay una metodología única que pueda

dar cobertura a cualquier necesidad. La formación siempre debe adaptarse a las necesidades y características de cada organización», concreta Fede Martrat. Desde las soluciones más tradicionales hasta las más disruptivas como Talented MS, Docebo o Lego Serious Play.

Y entra en juego también el *coaching*, y más en entornos de estrés y situaciones emocionales complejas. «Hay que lidiar con el día a día en las empresas industriales y de servicios más tradicionales, pero también en aquellas en las que su actividad es ya de por sí muy específica, por ejemplo, en las funera-

«La maquinaria comercial es el motor de la empresa y debe llevarse parte de la inversión en I+D»

rias», explican los hermanos Martrat. De ahí, que uno de sus clientes haya sido una de las principales funerarias de España o, en los años de la crisis económica, algunas entidades financieras. De ahí, la *Mindfulness* que consiste en prestar atención a pensamientos, emociones, sensaciones corporales y al ambiente circundante. «Su aplicación revierte de forma muy positiva no sólo en los resultados de los trabajadores sino en su vida personal», apostilla Jose Martrat.

Además, de las oficinas en Barcelona y Madrid, la firma dispone de una red propia de *partners* en Alemania, Francia, Portugal, Suiza, México, Uruguay, Brasil, Australia y Turquía, de manera que en la actualidad el 20% de su facturación ya proviene del negocio internacional.

La compañía ha cerrado 2018 con una facturación de 1,6 millones de euros, consolidando los crecimientos anuales de dos dígitos registrados en los últimos años, y que espera aumentar en un 10% en 2019 para alcanzar los 1,8 millones de euros.

OTROS INNOVADORES



UN TREN DE HIDRÓGENO

Alstom y Eversholt Rail han presentado el diseño de un nuevo tren de hidrógeno destinado al mercado británico. El tren, que ha recibido el nombre de *Breeze* (Brisa), será una adaptación de los trenes regionales de la Clase 321. Estos trenes, que podrían circular por todo el Reino Unido a partir de 2022, emitirán vapor de agua, eliminando casi por completo las emisiones de gases contaminantes. Alstom llevará a cabo la adaptación del modelo, en colaboración con Eversholt Rail. Las dos compañías llevan ya 15 años trabajando juntas en diferentes flotas de material rodante. Probada y fiable, la clase 321 es idónea para este tipo de conversión a hidrógeno, por sus características técnicas, tamaño de flota y disponibilidad.

MÁS SOBRE EL CEREBRO

Un equipo de investigación dirigido por científicos de la Universidad Nacional de Singapur ha empleado con éxito el aprendizaje automático para descubrir nuevos conocimientos sobre la arquitectura celular del cerebro. El equipo demostró un enfoque que calcula de forma automática los parámetros del cerebro usando datos de la resonancia magnética.



EL AMBIENTADOR QUE INCENTIVA EL TRABAJO

Spaces, oferta internacional de espacios de trabajo, y la marca *lifestyle* Marie-Stella-Maris lanzan un ambientador para espacios profesionales que mejora la productividad en el entorno de trabajo. La fragancia, llamada No.10 Spirit de Travail, se ha creado a partir de una investigación de Gary E. Schwartz, de la Universidad de Arizona, que muestra que sensaciones negativas como irritación, molestias o estrés pueden ser contrarrestadas a través del olfato, que puede estimular emociones positivas como la felicidad, la relajación y la productividad.