



Alejandro Matoso, en el centro, junto a sus compañeros en su viaje a Estados Unidos para conocer la sede de Google. :: CRÓNICA

«Ganar un reto de Google e ir a su sede me ha servido para ver oportunidades de negocio»

Alejandro Matoso, alumno de ADE, ha viajado a EE UU para conocer la multinacional por dentro tras participar en un concurso en la UMA

ENTREVISTA

JAVIER PACHÓN



✉ cronica.su@diariosur.es

MÁLAGA. Hace unos meses un proyecto de Google llegó a la UMA bajo el título 'Activa tu ciudad'. Al reto, que consistía en posicionar a empresas en el mundo online, acudieron alumnos de múltiples disciplinas universitarias. Uno de los alicientes para participar era el premio para los dos mejores grupos: viajar a la sede de Google en EEUU de forma gratuita.

Alejandro Matoso, alumno de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de 24 años, es uno de los estudiantes que consiguió el objetivo. Junto a Paula Matoso y Karen Cam-



Matoso, durante su estancia en Estados Unidos :: CRÓNICA

pos, entró en el 'top 2' del concurso. Él quiere montar su propia empresa, según dice, y gracias a la influencia de este proyecto de Google, en el sector del marketing digital. Narra su experiencia en un descanso de su jornada en la fábrica de quesos de la familia.

—¿Cómo ha sido la experiencia de ir a la sede de Google? —Muy buena, eso es otro mundo. Nosotros estuvimos de viernes a domingo (18 y 20 de marzo), ya que jueves y lunes fueron para volar. El viernes lo pasamos con el equipo de Google Activate, que fueron

nuestros guías porque allí no podemos ir solos. Por la mañana estuvimos en la sede de la compañía en San Francisco, que es impresionante: su sala de videojuegos, salas de peluquería y pedicura entre oficinas, terrazas con vistas al Puen- te de la Bahía, buffet libre...

Luego, tras salir de la sede de San Francisco, fuimos a la de Mountain View, donde tienen su 'campus'. Es como la de San Francisco, pero multiplicado por cuatro, una especie de Teatinos cuatro veces mayor. También nos reunimos con el gerente de Google My Business, que nos explicó sus novedades y nos agradeció el trabajo.

—¿Qué es lo que más le ha sorprendido?

—Me chocó que tenían una pista de volley playa. También que en todo el campus había bicicletas, tú cogías una bici y te ibas adonde quisieras de las instalaciones y la soltabas allí. Pero lo que más me ha sorprendido es la forma de enfocar el trabajo: allí se trabaja por retos, por objetivos. La gente iba en chándal, vestida normal, aun estando en una compañía tan grande como Google. Y ya, por parte de la ciudad, me llamó la atención que con lo grande que es San Francisco, que me dijeron que era tres veces Madrid, se conduce mejor que en Málaga.

—Y el proyecto que les ha llevado allí, Google Activa Tu Ciudad, ¿en qué consistía?

—El reto está dentro de Google Activate. El objetivo era activar negocios, es decir, meterlos en los mapas de forma que buscaras un bar o una peluquería y encontraras su ficha y sus datos básicos. El que más activase, más posibilidades tenía de irse, ya que los dos primeros ganaban el viaje.

—¿Se veían con opciones?

—Los 'rankings' se actualizaban cada semana, pero sin ver la puntuación. Nosotros fuimos primeros toda la competición. Vimos que íbamos bien, nos relajamos al final y en la última nos adelantaron, pero quedamos dentro de los

«Las carreras deberían enfocarse más a la práctica. En ADE, dedicar más tiempo a la empresa»

«Creo que al espacio Link by UMA-Atech se le puede sacar mucho partido»

ganadores.

—Y tras la experiencia, ¿qué saca para formar su empresa?

—La verdad es que después de esto veo oportunidades de negocio. Tú mismo sales a la calle a ofrecer un servicio gratuito de posicionar a los establecimientos en los mapas y ellos mismos te pagan por eso o te dicen «mira, ¿tú entiendes de páginas web?, ¿tú sabes cómo vender en Facebook?». Te da una motivación: montar una empresa sobre marketing digital o llevar esa parte que las empresas más pequeñas no son capaces de llevar.

—¿Cómo ve el espacio de emprendimiento Link by UMA-Atech?

—No lo conozco mucho, solo he ido para el curso de explicación del reto. Eso sí, es un edificio al que se le puede sacar mucho partido. Tiene zonas como la de 'networking' y para crear 'startups' que tienen muy buena pinta. Están saliendo muchas cosas, aunque no tengo mucha idea. Tengo pensado volver ahora en mayo a un curso de Google sobre marketing digital. Yo creo que le falta autopromoción, te das una vuelta por las instalaciones y aquello está vacío. Le hace falta más movimiento y más actividad, pienso yo.

—¿Qué piensa de estas formas de llevar a la práctica los estudios por parte de la UMA?

—Lo veo interesante, desde mi punto de vista las carreras deberían enfocarse a eso: más tiempo a la práctica que a la teoría. Quizá carreras de cinco años, pero que tuviesen más práctica. En ADE, quizá, dedicar más tiempo a la empresa. La gente sale de una carrera diciendo «no tengo ni idea». Este tipo de iniciativas permite a los estudiantes ver ese mundo más de cerca y formarse de otra forma. Te permite una motivación más, saber que hay más oportunidades de las que parece. Aprendes a organizarte y cumplir objetivos y te ayuda a marcar otras metas y seguir. A mí me ha ayudado bastante. La formación externa a veces vale más que algunas asignaturas.