



Daniel González de Vega, uno de los fundadores de Smartick, junto a un niño trabajando con la aplicación diseñada para aprender matemáticas. / J. DOMÍNGUEZ

Enseñar matemáticas a los niños en 15 minutos diarios

La empresa malagueña Smartick propone una metodología rápida y eficaz en una aplicación adaptada a cada alumno

PILAR MACÍAS / Málaga
Aprender matemáticas en 15 minutos. La empresa malagueña Smartick nació en 2009 con el objetivo de mejorar el conocimiento en matemáticas de los niños españoles, mejorando además la capacidad de concentración y su hábito de estudio. «Estábamos hartos de ver los malos resultados que obtenían los chavales en los informes PISA y se nos ocurrió que podríamos buscar una forma de mejorar su rendimiento valiéndonos de las nuevas tecnologías», explica Daniel González de Vega, fundador de la compañía junto a Javier Arroyo.

Como ingeniero industrial y tras años dedicado a la consultoría y al capital riesgo, González de Vega reconoce que su relación con las matemáticas siempre fue muy intensa, lo que le sirvió como base para el desarrollo de su idea. «Nos propusimos construir nuestro método inspirándonos en las últimas tecnologías, las mejores prácticas en la enseñanza de las matemáticas y el aprendizaje distribuido y la esencia del método Kumon», una metodología de aprendizaje elaborada por el japonés Toru Kumon, que se fundamenta en la repetición de ejercicios básicos de matemáticas que gradualmente se hacen más complejos hasta que el estudiante alcanza un nivel avanzado de destreza. El propósito es generar un alto nivel de autoconfianza en el alumno y la habilidad de aprender por él mismo.

Sin embargo, Smartick quiso ir un

paso más allá. «Hasta ese momento todos los modelos de aprendizaje parecidos al nuestro se desarrollaban en soporte papel y obligaban al alumno a desplazarse a un lugar físico. Buscamos dar un salto de calidad y creamos una aplicación online, que permitiera al alumno realizar sus ejercicios a través de un ordenador o una tablet en cualquier lugar y a cualquier hora, recibiendo corrección en tiempo real a cada problema realizado», prosigue González de Vega.

Tras una inversión de un millón de euros y un año para desarrollar el producto, la primera versión beta de Smartick estuvo lista a finales de 2010. Entonces pusieron en marcha una primera ronda de contactos que fructificó en una prueba piloto en 35 colegios públicos de Madrid en marzo de 2011, que dio excelentes resultados. A finales de agosto de ese mis-

3.500 alumnos ya lo han probado

> El sector privado es ahora mismo el que está dando alas a la compañía. «Ya han pasado más de 3.500 alumnos por Smartick y tenemos continuamente entre 300 y 500 en la fase de prueba (ofrece 15 días gratis para todo que se quiera dar de alta)». La compañía facturó el año pasado 600.000 euros y espera explotar definitivamente en 2014.

mo año, salió la primera versión como producto comercial, si bien, «se trata de un sistema vivo y cada cuatro o seis semanas sacamos una versión nueva y actualizada que mejora la anterior», apunta uno de los fundadores de la compañía malagueña.

En el último año, la Comunidad de Madrid ha vuelto a confiar en Smartick con la puesta en marcha de un proyecto en tres centros públicos por el que más de medio millar de alumnos de entre 6 y 12 años realizan a diario una sesión de quince minutos de ejercicios matemáticos online que se adaptan al perfil de cada alumno. «Es un producto que atiende la diversidad que existe en el aula sin la necesidad de separar a los menores por niveles, porque se adapta al rendimiento y capacidades de cada niño. Cada chico está con su tablet y no percibe si va por delante o por detrás del resto del grupo, evitando así cualquier posible estigmatización», abunda Daniel González de Vega.

Los resultados son muy positivos. Estos alumnos han logrado mejorar un 30% sus resultados en matemáticas en las pruebas de conocimientos y destrezas indispensables y un 40% en lectura, escritura y aritmética.

No obstante, la compañía se encuentra con muchas dificultades a la hora de asentar el producto en el sector público educativo. «Es muy complicado que las Consejerías apuesten por nuevas fórmulas y, aunque estamos muy agradecidos a la Comunidad de Madrid por probar nuestra

tecnología, desconocemos qué pasará en el futuro».

La internacionalización de Smartick es el siguiente paso en su estrategia de negocio. Actualmente, cuentan con clientes en treinta países del mundo, pero reconoce que esperan dar el salto de calidad definitivo abriéndose un hueco en el mercado latinoamericano. Para ello, preparan una versión en español latino, así como otra en inglés para lanzarse al mercado americano.

Smartick sirve tanto para los niños que necesitan refuerzo como para aquellos que buscan ampliar conocimientos, ya que cada uno avanza en su aprendizaje de las matemáticas a su propio ritmo, de manera totalmente personalizada. En general, es apta para cualquier niño de entre 4 y 14 años y está dando muy buenos resultados con menores con dificultad de aprendizaje por trastorno de déficit de atención e hiperactividad.

La tecnología utilizada por Smartick, ideada por matemáticos, ingenieros, psicólogos, psicopedagogos y educadores, permite que se pueda realizar tanto en el ámbito escolar como particular. Proporciona las herramientas idóneas para facilitar un seguimiento pormenorizado del aprendizaje del alumno y permitir así una interacción tutor-alumno eficiente y productiva sin obligarle a estar presente durante las sesiones ya que el niño puede hacerlo solo.

Todas estas ventajas, hacen pensar a los creadores de Smartick en sus posibilidades de éxito a largo plazo. «En estos momentos el método Kumon cuenta con once millones de alumnos en todo el mundo, a pesar de ser un sistema anticuado y más caro (unos 65 euros por niño, al mes). Nosotros ofrecemos un producto mejor y más barato», propone Daniel González de Vega, que ofrece Smartick por un precio que oscila entre los 25 y los 39 euros al mes por alumno.

Brico Depôt desembarca en Sevilla y crea 65 empleos

Sevilla

El Grupo Kinsfisher, compañía líder en Europa y tercer grupo a nivel mundial en el sector del bricolaje y la construcción, inaugurará el día 26 de febrero su primera tienda Brico Depôt en Sevilla (en el centro comercial Montequinto), la número 25 en España y la cuarta en Andalucía.

Brico Depôt Montequinto, que dará trabajo a un equipo de 65 personas, cuenta con una superficie total de 6.400 metros cuadrados, divididos en 4.400 metros cuadrados de venta interior y 2.000 metros cuadrados de venta exterior para los materiales de construcción. El nuevo centro ofrece además a sus clientes un parking gratuito con capacidad para más de 330 vehículos.

Una de las novedades del nuevo centro de bricolaje de Montequinto son sus horarios comerciales adaptados especialmente a las necesidades de los clientes profesionales. La tienda permanecerá abierta ininterrumpidamente de lunes a sábado desde las 7.00 horas hasta las 21.30 horas.

Brico Depôt prevé además inaugurar próximamente otra tienda en la ciudad.

Cuarto año de récord en exportaciones en Andalucía

Sevilla

Andalucía ha alcanzado en 2013 un cuarto año de récord histórico en las exportaciones, que se han situado en 25.970 millones de euros, un 2,9% más que el año anterior y un 79,4% más que en 2009, lo que supone hasta 33 puntos más que la media nacional. De esta forma, se consolida como la tercera comunidad en ventas al exterior, con el mayor crecimiento en este periodo de las siete grandes exportadoras, un 79,4%, hasta 20 puntos más que la siguiente.

Estos datos reflejan, igualmente un importante crecimiento del 85% del peso de las exportaciones en la economía andaluza, que ya significan el 18,3% del PIB regional, lo que supone una importante contribución a la recuperación.

Los datos estadísticos elaborados por el Observatorio para la Internacionalización de la Economía Andaluza de Extenda reflejan igualmente importantes crecimientos tanto en los sectores tradicionales como en los ámbitos más tecnológicos.