emplea y emprende

Nº 25 - 2019

BRECHA DE GÉNERO

MOVISTAR CAR
el auto conectado

TECNOLOGÍA
éxito de
FUTURO

PROYECTO ELLA
el liderazgo de la MUJER

DECISIVO PARA TI, CLAVE P

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donc
y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adqu
de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás direct
de primera mano el Executive MBA y a vivir la experiencia IESE asistiendo a una clase

Ven a nuestro próximo Open Day en Madrid o Barcelona y vive la experiencia IESE.

PROGRAMA DE EXECUTIVE MBA
BARCELONA - MADRID - SÃO PAULO

IESE: BARCELONA · MADRID · MUNICH · NEW YORK · SAO PAULO

de te propongas: es una transformación personal
uirirás conocimientos sólidos, trabajarás más
tamente en tu empresa. Te invitamos a que conozcas
e magistral.

IESE
Business School
Universidad de Navarra

Executive
MBA

www.iese.edu/emba

editorial

ELLA,
Liderazgo femenino y mucho más

Emplea y Emprende dedica el espacio que merece ELLA, una extraordinaria iniciativa liderada por la Fundación Brito, que dirige e impulsa Luciana Brito, nuestro apoyo incondicional. Además, informamos del éxito de Movistar Car y de algo muy importante como debería ser el invertir en herramientas tecnológicas que impidan utilizar el móvil al volante, Telefónica ya está en ello. La transformación digital de la pyme, compliance officer, las tecnologías con mayor impacto en los próximos años esperan, entre otros contenidos de gran calidad, a nuestros lectores.

Y cuidado con los viajes, disfrutar y descansar en vacaciones siempre pero seguros.

umario

Nº25 - 2019

MOVISTAR CAR
El vehículo conectado

FORMACIÓN
La brecha de género

PROYECTO ELLA
Apoyo al liderazgo de la mujer

MÁSTER
Perfil del estudiante

PYMES
Transformación digital

COMPLIANCE OFFICER
Autocontrol empresarial

MERCADO
Tecnologías con mayor impacto

Edita
Ale&Co - SL
Miguel Hidalgo, 5
28043 Madrid, España.
www.empleayemprende.com

Director editor: José Luis Prado
jlprado@empleayemprende.com

Redacción:
info@empleayemprende.com

Directora de arte: Ariana Prado
aprado@empleayemprende.com

Directora general: Carmen García-Blanco
cgblanco@empleayemprende.com

EMPLEAYEMPRENDE y la empresa editora no son responsables de la opinión de sus colaboradores y firmas invitadas. Los contenidos son propiedad de CARMEDIA Comunicación, S.L. y están protegidos de conformidad con la normativa de propiedad intelectual. Reservados todos los derechos.

NACE 'INVEST IN INNOVATION', EL PROGRAMA DE ACELERACIÓN CORPORATIVA DE STARTUPS, QUE PONE EN MARCHA LA RED DE INVERSORES DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

EL PROGRAMA DE INNOVACIÓN y aceleración corporativa, Invest In Innovation, desarrollado e impulsado por la **Red de Inversores UFV,** da el pistoletazo de salida, a nivel nacional, en colaboración con grandes compañías de los sectores: Edtech, Proptech, Fintech y Legaltech.

Dirigido a las empresas que quieran involucrarse, en profundidad, en el ecosistema emprendedor y liderar procesos de innovación dentro de las mismas, Invest In Innovation ofrecerá una fase de incubación y aceleración para startups enfocadas en los cuatro sectores señalados en los que los proyectos seleccionados podrán contar con un espacio físico, formación exclusiva, consultoría y asesoría, así como la capacidad de acceder al tejido de contactos de la Red de Inversores UFV. Además, el Fondo de Coinversión UFV dispondrá de una cuantía anual, destinada a la posible inversión en los proyectos participantes.

El programa arranca con el foco dirigido a startups del sector Edtech, que sean capaces de integrar la educación, la tecnología y la innovación, con especial atención a las posibilidades abiertas en el campo de los sistemas de medición del proceso de aprendizaje y la generación de comunidades de conocimiento apoyadas en el uso de la tecnología.

Los proyectos interesados en participar en el proceso de selección deberán presentar sus propuestas hasta el el 15 de octubre. Todas las bases legales para la participación en el programa se podrán consultar en la página web **www.investininnovation.es**

ESIC, IE, IESE Y ESADE, EN EL TOP 100 DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA

Según el ranking MERCO Empresas y Líderes, ESIC es por cuarto año consecutivo, no sólo la 3ª escuela de negocios con mejor reputación corporativa de España junto a ESADE, IESE y Universidad de Navarra, sino además la 64ª empresa de más prestigio de nuestro país entre las 100 empresas del citado ranking.

ASIMISMO, Eduardo Gómez Martín, su director general, ha sido reconocido como el 2º líder del sector de las escuelas de negocios con mejor reputación en España. Además MERCO sitúa al director general de ESIC entre los 100 líderes empresariales con más reputación al obtener el puesto 67º.

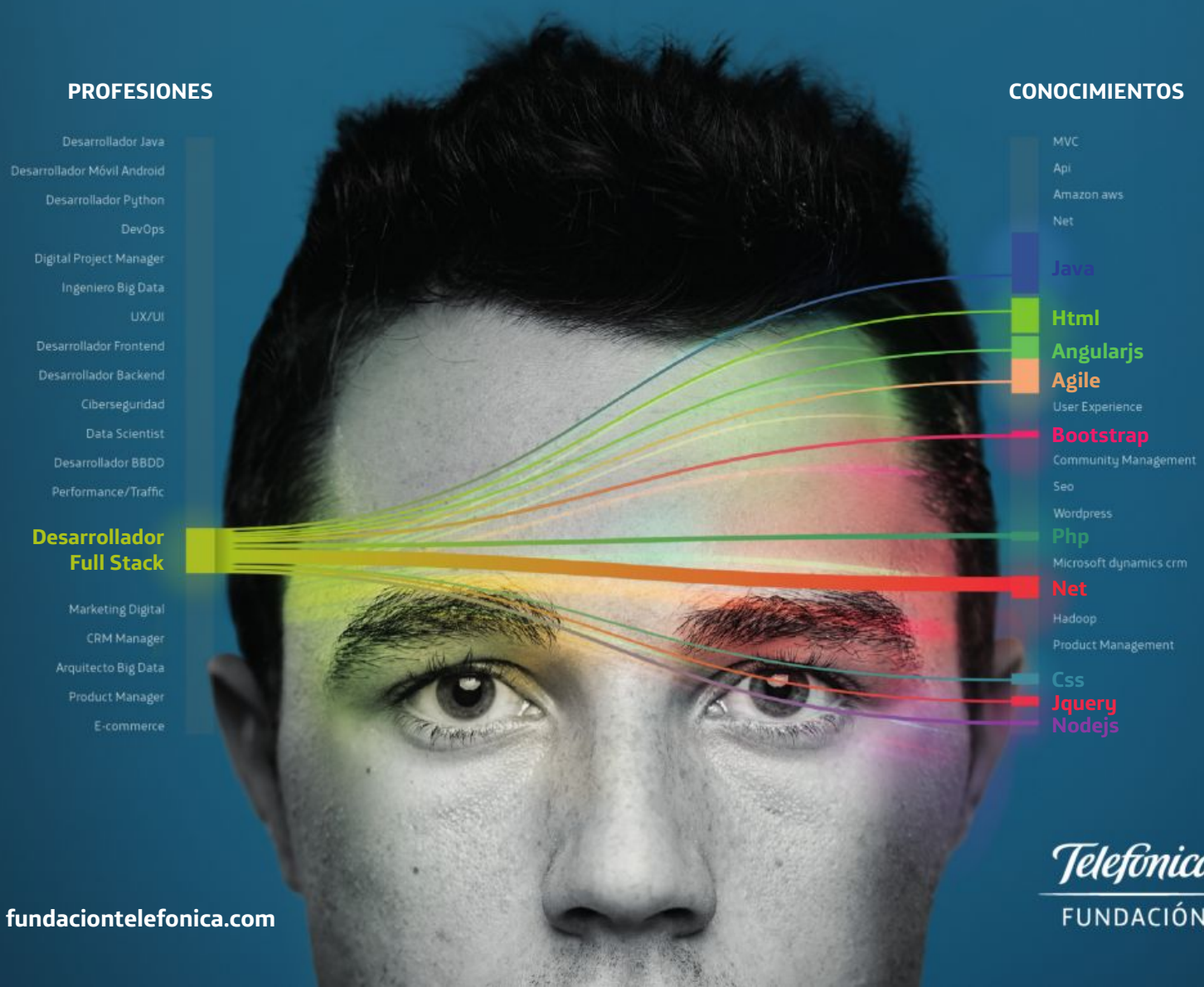
Este año, el ranking ha incorporado tres novedades: un nuevo grupo de expertos, las agencias y consultoras de comunicación y relaciones públicas; nuevas variables de análisis para los sindicatos: la apuesta por la igualdad de género y el compromiso de inversión y empleo en el país de las empresas MERCO.

PROGRAMA DE FORMACIÓN DIGITAL

CONECTA EMPLEO

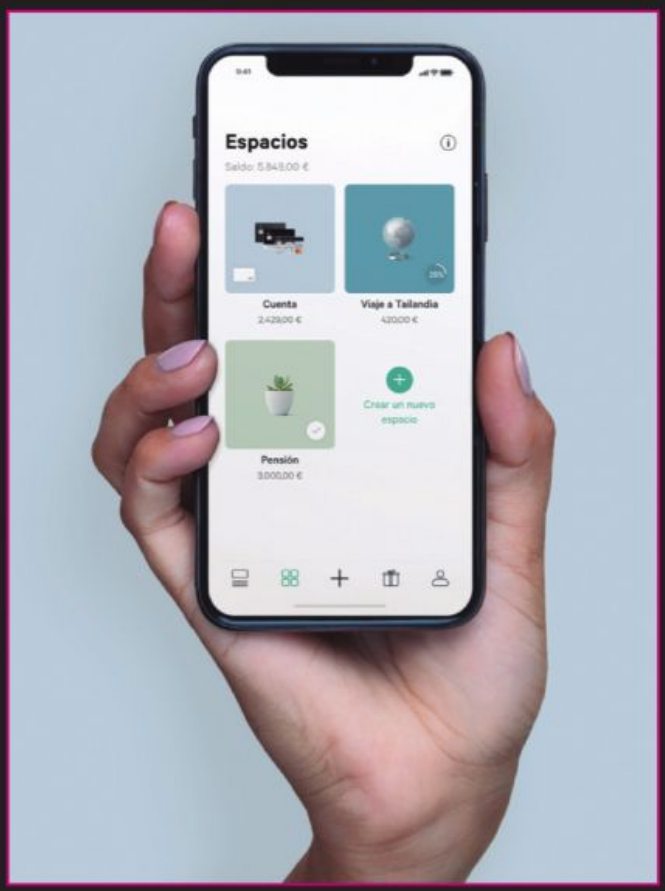
Si lo tuyo es el futuro, lo nuestro es conectarte con él

Usamos Inteligencia Artificial para formarte y conectarte con las profesiones del futuro.



fundaciontelefonica.com

Telefónica FUNDACIÓN



N26 SUPERA LA META
de los 3 millones y medio de clientes

N26 consolida su crecimiento y ya cuenta con más de 3 millones y medio de clientes en sus 24 mercados europeos. The Mobile Bank ejecuta más de 16 millones de transacciones mensuales, lo que supone unas 400 transacciones por minuto.

EL RITMO DE CRECIMIENTO actual confirma a N26 la preferencia de los usuarios por un modelo bancario móvil, simple y transparente. N26 iguala este rápido crecimiento de su base de clientes con la ampliación progresiva de su plantilla: la compañía cuenta ya con más de 1300 empleados, que en total superan las 60 nacionalidades. El banco móvil tiene su sede central en Berlín, un Tech Hub global en Barcelona y pronto un segundo en Viena, y oficinas en Nueva York y Sao Paulo.

Los clientes de N26 pueden abrir su cuenta desde el smartphone, enviar dinero de forma instantánea, pagar desde el móvil con sus tarjetas y pagar en cualquier rincón del mundo sin comisiones por cambio de divisa.

Casi la mitad de los clientes de The Mobile Bank se han unido por recomendación de sus familiares y amigos, que eran ya clientes de N26. "Nuestro ratio de recomendación de alrededor del 50% muestra que nuestros clientes se sienten cómodos con el producto y quieren compartir este nuevo concepto de banco", explica Valentin Stalf, co-fundador y CEO de N26.

Ahora que N26 consolida su éxito en Europa, la compañía está preparada para lanzar sus productos en nuevos mercados. "El lanzamiento en EEUU es el siguiente paso lógico para convertirnos en un banco global y ofrecer una respuesta a toda esa gente que busca una experiencia bancaria simple y móvil. A día de hoy somos una de las Fintechs mejor valoradas y con mayor inversión de Europa, y seguiremos construyendo un banco global con raíces europeas", asegura Maximilan Tayenthal, co-fundador de N26.

CITIBOX CIERRA UNA RONDA DE FINANCIACIÓN DE 11 MILLONES DE EUROS

- **La empresa planea aumentar su red de buzones inteligentes a 40.000 edificios residenciales en Madrid que darán servicio a seis de cada diez madrileños.**
- **Con la inyección de capital, va a consolidar su expansión nacional y comenzar su despliegue internacional. París acogerá la primera filial de la startup.**

CITIBOX HA LEVANTADO 11 MILLONES DE EUROS en su ronda de inversión Series A, a la que han acudido inversores de la talla de Santiago Fernández Valbuena (ex CFO de Telefónica y actual co-propietario del Banco EBN), José Manuel Martínez (propietario de la Corporación HMS), José Miguel Gilpérez (ex presidente de Telefónica de España), Javier Rubió (fundador de Nauta Capital y Galdana Ventures), Bernardo Hernández (fundador de Idealista) y Richard Alden (ex CEO de ONO). Este último además se incorpora como presidente de Citibox.
Citibox nació hace tres años con el objetivo de dar una solución a la última milla y resolver el problema de la entrega y recepción de los paquetes de ecommerce a domicilio. Lo hacen a través de buzones inteligentes instalados dentro de edificios residenciales, donde conectan a las personas que reciben sus compras online con las empresas de transporte que hacen los repartos, dando confort a los primeros e incrementando radicalmente la productividad de los segundos.

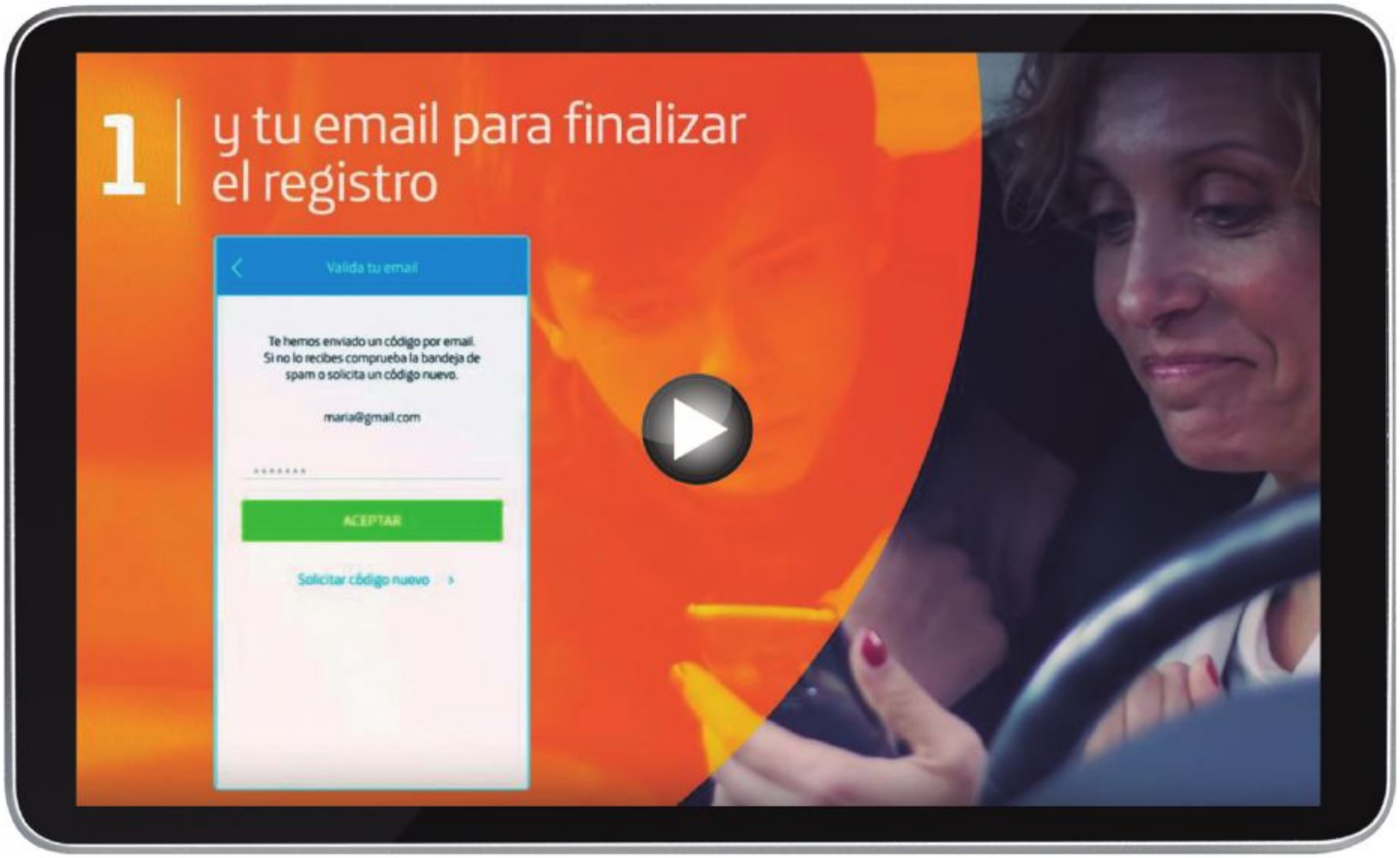
LA FUNDACIÓN ADECCO INVIERTE 300.000 € en becas para ayudar a estudiantes universitarios y de formación profesional con discapacidad

- **El objetivo de estas becas es impulsar la formación superior y de calidad de las personas con discapacidad con el fin de favorecer su futura incorporación al mercado laboral.**
- **Los beneficiarios serán estudiantes con el certificado de discapacidad igual o superior al 33% y que tengan entre 16 y 30 años a 31 de diciembre de 2019.**
- **Se destinarán hasta 4.000 euros por cada beca, dependiendo de su modalidad: movilidad internacional, de grado, de máster, de FP (ciclo grado superior y medio), de inglés y de estancia en países de habla inglesa.**
- **El plazo de inscripción estará abierto hasta el 30 de septiembre de 2019.**

ESTA CONVOCATORIA SE ENMARCA en el proyecto #EmpleoParaTodos, que la Fundación Adecco lleva a cabo junto con más de 400 empresas comprometidas con la inclusión laboral de personas con discapacidad. El objetivo de las becas es promover la formación cualificada de los jóvenes con discapacidad para que en un futuro puedan acceder al mercado laboral de manera normalizada y en igualdad de condiciones. Todas aquellas personas que cumplan con los **requisitos** de las becas podrán conocer todos los detalles y enviar su candidatura a través de la web: www.fundacionadecco.org
Para dar a conocer esta convocatoria la Fundación Adecco ha diseñado una campaña de comunicación protagonizada por Desirée Vila, deportista paralímpica, Juan Manuel Montilla, "El Langui", y la colaboradora y guionista de los 40 principales Carolina Iglesias. Representando a 3 generaciones diferentes hablan de lo que les "mola a los jóvenes" y de cómo las personas con discapacidad persiguen lo mismo que los demás, "aprender movidas nuevas". Con humor y tratando de trasladar un mensaje que ayude a normalizar la discapacidad, el claim principal de la campaña dice: "si lo que te mola es aprender movidas nuevas: estudia hijo, estudia".

telefónica

Telefónica lanza Movistar Car
PARA CONVERTIR EL VEHÍCULO EN UN COCHE CONECTADO



Telefónica ha comenzado a comercializar Movistar Car, el servicio que conecta el coche para hacerlo más seguro e inteligente y que está disponible para todos los usuarios de telefonía móvil, independientemente de que sean o no clientes Movistar. Funciona de forma sencilla gracias a un dispositivo de fácil instalación y a una aplicación que se gestiona desde el teléfono móvil.

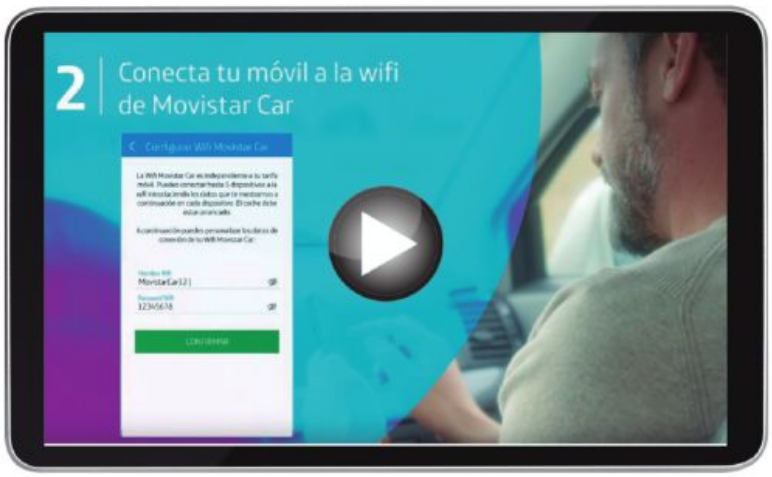
Movistar Car tiene un precio de alta de 20 euros y una cuota mensual de 3 euros (IVA incluido) y se puede contratar a través de la web www.movistar.es/movistarcar, del 1004 o en cualquier establecimiento de la red de tiendas movistar.
Aquellos que lo contraten antes del 31 de diciembre no tendrán que pagar el alta ni la cuota mensual los 3 primeros meses y podrán disfrutar de todas las funcionalidades del servicio durante ese tiempo totalmente gratis y sin compromisos de permanencia.
Una vez contratado el servicio, el cliente recibirá en la dirección que desee un dispositivo que incorpora una tarjeta SIM y que el usuario debe instalar en su vehículo siguiendo las instrucciones de la App que previamente se ha descargado en el móvil, desde donde el cliente gestionará el servicio.

MOVISTAR CAR

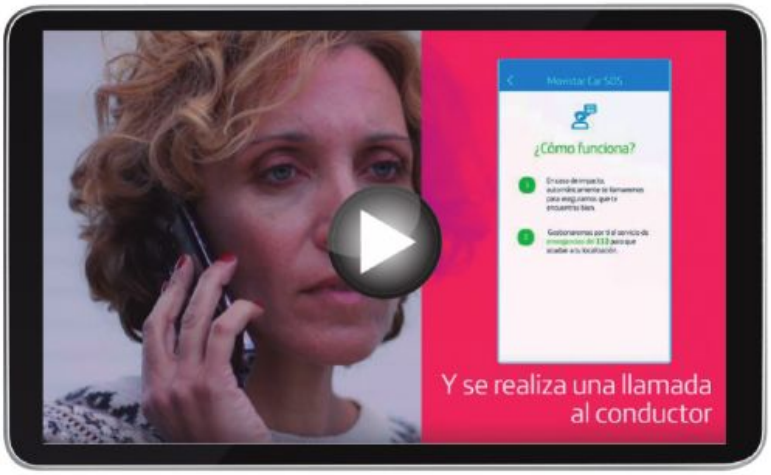
Estará disponible para todos los usuarios de telefonía móvil, independientemente de que sean o no clientes Movistar, es compatible con los coches de gasolina fabricados a partir de 2004 y los de diésel fabricados desde 2005.

MOVISTAR CAR CUENTA CON LAS SIGUIENTES FUNCIONALIDADES:

- **Conectividad:** La SIM que incorpora el dispositivo crea una red wifi exclusiva sobre 4G para el coche (con 3GB al mes, incluidos en el precio), a la que pueden conectarse hasta 5 dispositivos a la vez para navegar sin consumir datos de la tarifa móvil del cliente.



- **Seguridad:** en caso de impacto, Movistar Car llama automáticamente a una plataforma que inicia el protocolo de asistencia, incluida la gestión del servicio de emergencias 112 si es necesario.



- **Estado del coche:** permite programar revisiones de mantenimiento y recibir alertas relacionadas con posibles fallos del vehículo.

- **Localización y Navegación:** puede localizar el vehículo en todo momento y configurando alertas de movimiento, o accediendo al histórico de viajes. Además, el conductor podrá dirigirse a los destinos que seleccione o tenga almacenados como favoritos a través del navegador que incluye la aplicación, evitando situaciones de tráfico difíciles o incómodas.

"MOVISTAR LANZÓ LA WEB DE RESERVAS DE MOVISTAR CAR EN DICIEMBRE DE 2018 Y HASTA AHORA HA RECIBIDO MÁS DE 15.000 RESERVAS"

LA TENDENCIA A CONECTAR coches es una de las áreas de mayor crecimiento de Internet de las Cosas (IOT). Con el servicio Movistar Car, Telefónica amplía su experiencia en IOT --ya conecta más de un millón de vehículos en todo el mundo-- a su oferta de servicios para personas. De esta manera, cualquier automóvil puede ser un coche conectado, con funcionalidades que hacen la experiencia de conducción más segura, digital y eficiente, al mismo nivel de los últimos modelos de gama alta.

- **Ahorro:** ofrece al conductor ofertas exclusivas de combustible, talleres, seguros recursos de multas y más ventajas asociadas al coche y sus desplazamientos, gracias a acuerdos alcanzados con terceros.

PROYECTO ELLA

COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO, APOYO Y VISIBILIDAD DE LA IMPORTANCIA DE LA MUJER LÍDER

"PROYECTO ARTÍSTICO Y SOCIAL QUE ENFATIZA LA PRESENCIA DE LA MUJER Y SU FACETA PROFESIONAL, SU LABOR Y SU MANERA DE ENTENDER EL MUNDO COMO LÍDER"

¿QUÉ ES?

ELLA es un proyecto de la Fundación BRITO que propone la realización de acciones conjuntas con el enfoque de las mujeres líderes, promoviendo la visibilidad de sus logros y una formación continuada de excelencia para que la mujer pueda alcanzar de manera más rápida sus metas profesionales.

A través de actividades socioculturales y formativas incardinadas en los programas de desarrollo comunitario y de cooperación internacional, el proyecto cuenta con 3 fases y ocurrirá en su primera edición en España y Brasil buscando avanzar de la retórica a la acción, concentrando los esfuerzos en iniciativas de desarrollo en términos de transformación productiva y equidad social y de género, y también que sean capaces de construir las nuevas bases de la participación democrática para el ejercicio de la ciudadanía por parte de las mujeres y los hombres.

"MI FILOSOFÍA ES QUE NO SOLO ERES RESPONSABLE DE TU VIDA, SI NO QUE HACER LO MEJOR EN ESTE MOMENTO TE PONE EN LA MEJOR POSICIÓN PARA EL SIGUIENTE" OPRAH WINFREY

FASES

El proyecto ELLA contiene distintas acciones que buscan dar visibilidad y apoyo a la mujer desde la perspectiva de su éxito profesional. Para lograr el objetivo propuesto el proyecto está dividido en 3 fases fundamentales:

1. Sensibilización. Fase donde el proyecto pasa a ser conocido por el público en general, dando visibilidad a las mujeres homenajeadas en el proyecto y a sus logros como una mujer líder.

"Échame tierra y verás como florezco" Frida Kahlo.

2. Información. Fase donde empiezan las conferencias informativas y destinadas a la discusión sobre la formación profesional y él éxito.

Puede que sea el gallo el que canta, pero es la gallina la que pone los huevos" Margaret Thatcher.

3. Formación. Fase donde se hacen efectivos los cursos destinados a la formación continuada en liderazgo femenino.

Debemos decir a nuestras jóvenes que sus voces son importantes" Malala.

ACCIONES

EXPOSICIONES

La primera acción de impacto social será la una exposición fotográfica titulada "ELLA hace la diferencia" donde mujeres con éxito en distintas áreas profesionales serán fotografiadas y sus fotos serán expuestas en el Ateneo Mercantil de Valencia y en el aeropuerto de Valencia.

CHARLAS

En esta fase se celebrarán charlas y conferencias sobre liderazgo femenino, empoderamiento de la mujer, oportunidades en el ámbito laboral y formación continuada.

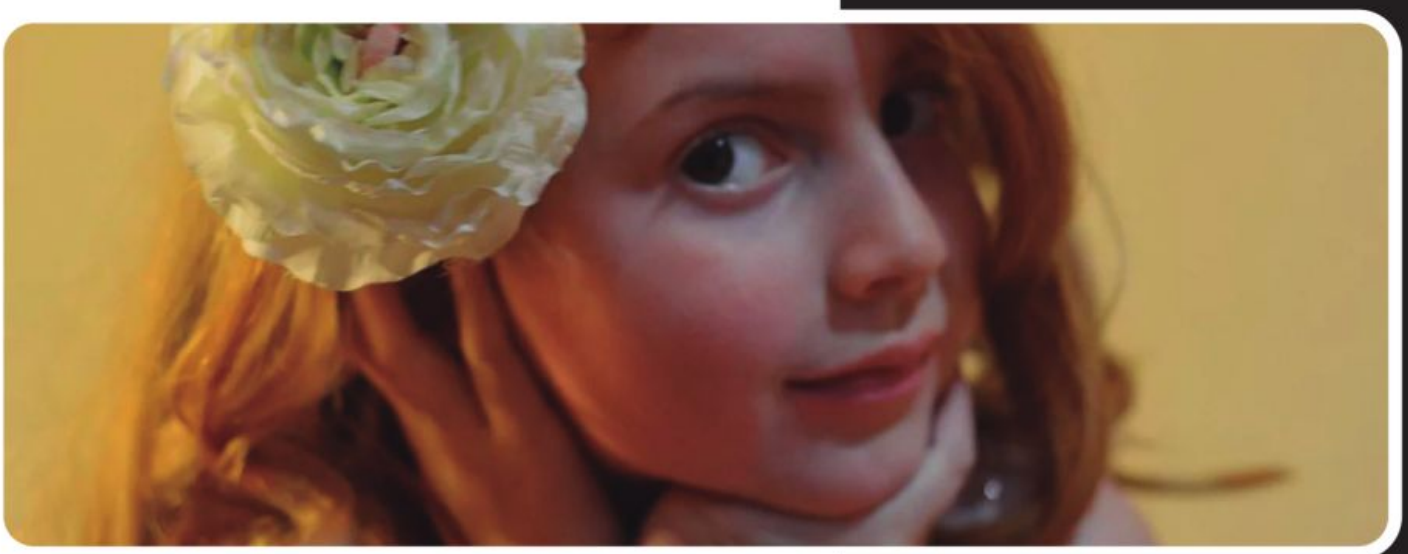
CURSOS

Es la fase más importante del proyecto donde serán ofertados los cursos de formación continuada. Entre ellos destacan:

Leader Woman. Curso de poca duración dirigido a mujeres emprendedoras.

Máster en Liderazgo Femenino. Curso destinado a mujeres que buscan una formación continuada de excelencia.

"MANTÉN LA CABEZA, LOS TACONES Y LOS PRINCIPIOS ALTOS" COCO CHANEL



LA EXPOSICIÓN: ELLAS

"ELLA HACE LA DIFERENCIA" es el título de la exposición de fotografías de una treintena de mujeres líderes que a lo largo de sus vidas han marcado la diferencia.

Ellas son científicas, catedráticas, empresarias, artistas visuales, cantantes, políticas, productoras de cine, diseñadoras de moda, empresarias, médicas, educadoras, gestoras, rectoras...

Ellas son hijas, madres, abuelas, tías....

Ellas han vencido desafíos, han luchado contra viento y marea, han llorado, han sufrido pero han creído en sus sueños y han cambiado la realidad, han transformado vidas...

¡Ellas son mujeres líderes!

Porque toda mujer es una líder por naturaleza...

<< NO SE NACE MUJER: SE LLEGA A SERLO" SIMONE DE BEAUVOIR >>

EL EVENTO

La presentación oficial se celebró el pasado día 19 de junio en el Ateneo Mercantil de Valencia. Una puesta de largo única en un evento que congregó a multitud de rostros conocidos que con su presencia quisieron apoyar un proyecto ÚNICO.

VICTOR CUCART

es el fotógrafo de la exposición y ELLAS son:

Amparo Lacomba. Colaboradora del programa "Revista de Sociedad" de Levante Tv.
Amparo Chordá. Diseñadora de Alta Costura.
Amparo Urdiel Fontana. Directora del Hospital Monográfico de Cirugía Plástica y Estética en la Comunidad Valenciana. Clínica Fontana.
Ana Lluch. Médica e Investigadora en Oncología.
Arantxa Botella. Empresaria de Moda.
Begoña Clérigues. Directora de Comunicación de la Cámarade Comercio de Valencia y Cronista de Sociedad de Las Provincias.
Bisila Bokoko. Empresaria, Oradora y Filántropa.
Carmen De Rosa Torner. Presidenta del Ateneo Mercantil de Valencia.
Carolina Ferre. Periodista y Creativa.
Clara Esmeralda. Fundadora y Vicepresidenta de "La Casa del Artista".
Cuchita Lluch. Embajadora de la Gastronomía Valenciana. Presidenta Ejecutiva de Gastrónoma.
Dalia Quintero Loor. Médico Estético. Directora Médico de Iem Clinic.
Elena Menéndez. Periodista y Guionista. Escribe en medios como Las Provincias y Telva. Directora Creativa del Departamento Audiovisual en Ediciones Elca.
Ines Ballester. Periodista y Presentadora de Televisión.
Isabel Cosme. Empresaria de Moda y Representante Empresarial.
Judith Más Fenollar. Influencer y Bloguera de Moda.
Lina Lavin. Empresaria y Diseñadora de Alta Peletería.
Lola Fernández. Empresaria, Productora de Cine, Políglota, Gestora Cultural Licenciada en Arte.
María José Duart. Directora General de Dugarhome.
Marisa Marín. Docente y Cofundadora de los colegios Iale y Elian's en Valencia, Dublín, Concord, Boston y Londres.
Mavi Maestre. Rectora en la Universidad de Valencia.
Mayren Beneyto. Empresaria Valenciana.
Monica Duart. Directora General de Dormitienda.
Pilar Mateo. Científica, Empresaria y Emprendedora Social.
Presen Rodríguez. Diseñadora de Alta Costura.
Rocío Cibrán. Directora General del Westin Valencia.
Sandra Cervera. Actriz, Cantante, Productora y Empresaria.
Sara Navarro. Empresaria, Diseñadora de Calzado.
Sole Giménez. Cantante, Compositora y Productora Musical.
Sonia Fernández. Presentadora de Televisión y Comunicadora.
Susana Remohí. Directora de Levante Tv y la 97.7 Radio Levante.
Teresa Cháfer Bixquert. Catedrática de la Universidad Politécnica de Valencia y Artista Visual.

Fotografía: Víctor Cucart.

<< SOLO HACE FALTA PONERSE DOS SEGUNDOS EN EL LUGAR DEL OTRO PARA ESTAR DISPUESTO A AYUDAR>>
VICTOR CUCART

ELLOS Victor Cucart

Responsable por eternizar la belleza a través de sus aclamadas fotografías, Victor Cucart (Gandía, Valencia, España) es un conocido y apreciado fotógrafo en Madrid, New York y México, el preferido de los iconos de la moda española y de la "Jet Set" de Madrid, colabora con las revistas más conocidas de España como Hola, Vanitatis, Interviú, FHM, MAN entre otras. Antes de instalarse en New York, un sin fin de Estrellas de cine, de Teatro, Actores y Actrices quisieron posar delante del objetivo de Cucart. Trabajador incansable, desde sus 23 años fue testigo de la vida de grandes mujeres de éxito profesional como Sara Montiel, Tita Cervera, Rocío Ducal o Sophia Loren, entre tantas otras, y por esto acredita que valorar la mujer en su faceta profesional es primordial pues muchas veces desconocemos la difícil andadura de cada de ellas una hasta el éxito.

> SOY UNA FÁBRICA DE SUEÑOS QUE NO PARA HASTA CONVERTIR CADA UNO DE ESTOS SUEÑOS EN REALIDAD
> LUCIANA BRITO

Luciana Brito

Después de muchos años trabajando como académica y empresaria en Brasil, Luciana Brito en 2007 decide hacer un doctorado en España y desde entonces vive en Valencia donde ha nacido su hija y donde desarrolla su trabajo al frente de la Fundación BRITO.

Amante del arte, de la cultura y la educación ha dedicado toda su vida a la investigación, formación académica y apoyo al arte, pero en los últimos años ha encontrado el sentido de la felicidad en la cooperación internacional con la realización de proyectos que contribuyen al desarrollo de la sociedad en ambos continentes. Luciana ha ideado el proyecto ELLA con el objetivo de invitar a la mujer a luchar por sus sueños a pesar de todas las dificultades, pues como ella misma defiende la hora más oscura siempre precede el nacer del sol.

Llegar de aquí...

Ayudamos a tu negocio en **correosdirecto.es** o en el **902 197 197**

...hasta aquí, es más fácil con Marketing Directo de Correos.

Soluciones de Captación y Fidelización para Pymes.

Correos

ADE • ADE BILINGÜE • MARKETING • GASTRONOMÍA • DERECHO • CRIMINOLOGÍA • MEDICINA • BIOTECNOLOGÍA • BIOMEDICINA • FARMACIA • PSICOLOGÍA • ENFERMERÍA • FISIOTERAPIA • PERIODISMO • COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL • PUBLICIDAD • BELLAS ARTES • DISEÑO • CREACIÓN Y NARRACIÓN DE VIDEOJUEGOS • ARQUITECTURA • INGENIERÍA INFORMÁTICA • EDUCACIÓN INFANTIL • EDUCACIÓN PRIMARIA • CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE

Consulta nuestros dobles grados en la web

Universidad Francisco de Vitoria
UFV Madrid

Ctra. Pozuelo - Majadahonda, Km. 1,800
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)

LA BRECHA DE GÉNERO empieza en la elección DE LA FORMACIÓN

Si bien es cierto que los empleos relacionados con la tecnología crecerán seguramente de forma exponencial durante los próximos años, lo es también que la mayoría de estos puestos de trabajo serán ocupados principalmente por hombres.

Desigualdad de GÉNERO

Y es que la desigualdad de género en este contexto no solo no cesa, sino que no para de crecer. De hecho, según datos publicados y recogidos por la academia de programación **uTech Academy,** en líneas generales, en España, las mujeres representan únicamente el 18% de los profesionales del mundo "tech".

> "LAS MUJERES REPRESENTANTAN SOLO EL 18% DE LOS PROFESIONALES DEL MUNDO TECH"

¿Cómo FACILITAR la entrada de la mujer en el mundo tecnológico?

HAY MENOS MUJERES en este sector y además han de esquivar otros obstáculos como la brecha salarial. En España, solo una de cada cien adolescentes quiere dedicarse a las tecnologías de la información y la comunicación, según los datos del último informe PISA de 2015. Para dar respuesta a esta situación y fomentar la presencia femenina en carreras tecnológicas, desde la academia de programación insisten en la importancia de que, por un lado, la formación se adapte a la evolución del sector, y que por otro, se incentive a la mujer para que se forme en carreras STEM, con el objetivo de atraer talento femenino a las empresas.

LAS CLAVES: educación y formación

Para que las mujeres puedan tener un mayor acceso al mundo tecnológico son claves la educación desde la infancia, y la elección de formación o estudios en la adolescencia. De ahí la necesidad que se les facilite las herramientas imprescindibles para no dejar de motivarlas e incentivarlas. "De esta manera, las mujeres de hoy se convertirán en referentes del sector y serán un ejemplo para las próximas generaciones. Y es que, la tecnología, también es cosa de mujeres. Y por ello, es importante empoderarlas para que el sector tecnológico pueda contar con el talento de la mujer para atender la demanda del mercado" afirma Alberto Moya, Director de la consultora de software Ulbe Group y la uTech Academy.

Radiografía del perfil del estudiante de máster y postgrado en España

<< ¿QUIÉN HACE UN MÁSTER EN ESPAÑA? MUJER, CON ESTUDIOS, MENOR DE 28 AÑOS Y EMPLEADA POR CUENTA AJENA >>

¿VOLVER A LAS AULAS UNA VEZ LICENCIADO? ¿FORMACIÓN ADICIONAL PARA LOGRAR UN ASCENSO PROFESIONAL? ¿REINVENTARSE A LOS 40? ¿EL AUGE DE LA DIGITALIZACIÓN EXIGE MÁS PREPARACIÓN? MUCHAS DE ESTAS CUESTIONES NO PARECEN DESCABELLADAS EN UN MOMENTO EN EL QUE EL NÚMERO DE MATRICULADOS EN MÁSTERS OFICIALES HA AUMENTADO UN 77,7% EN LOS ÚLTIMOS SIETE AÑOS, SEGÚN CIFRAS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

FORMATOS Y MÉTODOS de formación

Formación presencial, online, electronical learning, mobile learning, executive, semipresencial o blended… los formatos y métodos de formación no solo se han multiplicado en los últimos años, sino que han evolucionado. Pero ¿quién estudia un máster y postgrado en España?

Para poder elaborar una radiografía del perfil en España, **IMF Business School** ha realizado un estudio a partir de 1.130 encuestas a estudiantes que han concluido la carrera y profesionales que están pensando en realizar un máster o postgrado, con edades comprendidas entre los 23 y los 45 años, a nivel nacional y regional.

De acuerdo con este análisis, el 52% de los alumnos de postgrado es mujer, tiene entre 23 y 27 años, estudios y trabaja por cuenta ajena. A nivel regional, los datos revelan que Navarra, Cataluña y Comunidad Valenciana son las comunidades con la mayor tasa de mujeres matriculadas en másters o cursos de postgrado, situándose hasta 3 puntos por encima de la media nacional. En el otro extremo se encuentran Castilla-La Mancha y Galicia como las comunidades con la tasa de mujeres más baja.

OTRO DATO SIGNIFICATIVO tiene que ver con las motivaciones a la hora de realizar un máster o postgrado. Pese a ciertas creencias establecidas, el acceso al mercado laboral no es la razón más común a la hora de optar por este tipo de formación. Así, conseguir un aumento de sueldo es el principal motivo para 5 de cada 10 encuestados, seguido del acceso al empleo (39%) y la reorientación laboral (12%).
Los resultados del estudio, además, desmienten la teoría de que los desempleados son los que más se forman. De hecho, se ve que el perfil más común entre los estudiantes que optan por esta formación son empleados por cuenta ajena.

"EN ESPAÑA EL 52% DE LOS ESTUDIANTES DE POSTGRADO ES MUJER. NAVARRA Y CATALUÑA SON LAS COMUNIDADES CON LA MAYOR TASA DE MUJERES MATRICULADAS"

BÚSQUEDA Y REFERENCIAS

SI HABLAMOS DE LAS HERRAMIENTAS más comunes de búsqueda de máster y postgrado, 6 de cada 10 españoles destacan Google. En segundo lugar, se encuentran las redes sociales, la opción favorita para un 16% de los encuestados. El tercer puesto lo ocupan los medios no especializados (12%), seguido de cerca por los medios y blogs especializados en temas de formación (11%).
Extremadura, Canarias y Andalucía son las CCAA donde más se utilizan las redes sociales como herramienta de búsqueda para obtener información, mientras que La Rioja, Navarra y País Vasco son las comunidades con las cifras más bajas.
Al preguntarles sobre cuáles son sus referentes a la hora de elegir un máster o postgrado, los españoles señalan a los antiguos alumnos como primera opción, seguido de familiares y amigos. A más distancia, les siguen la prensa, la radio, la publicidad exterior y, aunque parezca sorprendente, la televisión, que ocupa el último lugar.

EL MOMENTO de la elección

PARA LOS ESTUDIANTES ESPAÑOLES existen tres aspectos clave a la hora de decantarse por uno u otro máster o curso de postgrado: metodología, horarios y profesorado.
En cuanto a la metodología, la opción preferida por el 55% de los encuestados es la formación mixta o blended, modalidad que une la formación presencial con las ventajas del uso de las nuevas tecnologías. Al preguntar por los horarios, 4 de cada 10 estudiantes eligieron la opción del fin de semana, dato que viene a confirmar que la mayoría de ellos se encuentran trabajando. Por último, en cuanto a qué es lo que más valoran del profesorado, el 51% de los estudiantes españoles señala que su trayectoria profesional, seguido de su formación académica (37%) y, como última opción, el prestigio mediático (12%). Una cifra esta última que dice mucho del peso que la profesionalidad y la seriedad de los profesores tiene a la hora de elegir un máster o curso de postgrado.

"GOOGLE Y RRSS SON LAS HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA MÁS UTILIZADAS POR LOS ESPAÑOLES PARA ENCONTRAR EL MÁSTER O POSTGRADO IDEAL Y LOS ANTIGUOS ALUMNOS, LAS MEJORES REFERENCIAS"

Hacemos crecer tu negocio en **Internet.**

Creamos
tu Página Web en
sólo 5 días.

Armamos
tus campañas de
Email Marketing.

Montamos
tu Tienda Online
lista para vender.

CONTÁCTANOS

Llamándonos al +34 917 610945
www.donweb.com/porti

donweb by **web.com**

DESPEJANDO DUDAS: El convenio de prácticas y el contrato en prácticas

<< El contrato en prácticas es un contrato laboral para titulados mientras que el convenio de prácticas se dirige a estudiantes >>

Anabel Conesa, Directora de Recursos Humanos de **Spain Business School,** nos explica las diferencias en cuanto a definición, firma, duración y remuneración ya que, a menudo, se confunden. Lo primero es tener claro que no debemos confundir los contratos en prácticas para titulados con el convenio de prácticas para estudiantes. La principal diferencia es que el contrato en prácticas es un contrato laboral para titulados mientras que el convenio de prácticas se dirige a estudiantes y no establece ninguna relación contractual laboral.

REQUISITOS

CONTRATO EN PRÁCTICAS

Podrás ser contratado en prácticas cuando hayas finalizado tus estudios oficiales (título universitario, FP o certificado de profesionalidad) y durante los siguientes 5 años a su obtención (7 si tienes discapacidad) o seas menor de 30 años.

Este contrato podrá concertarse con quienes estuvieren en posesión de título universitario o de formación profesional de grado medio o superior o títulos oficialmente reconocidos como equivalentes, de acuerdo con las leyes reguladoras del sistema educativo vigente, o de certificado de profesionalidad, de acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, que habiliten para el ejercicio profesional.

CONVENIO DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS O BECA DE PRÁCTICAS

Los universitarios, como parte de su formación, realizan prácticas externas en empresas que pueden ser de 2 tipos:

- **Prácticas externas curriculares:** que forman parte del programa de estudios y son obligatorias para los estudiantes.
- **Prácticas externas extracurriculares:** no forman parte del plan de estudios, pero los estudiantes pueden hacerlas para adquirir experiencia.

LAS PRÁCTICAS EXTERNAS no suponen en ningún caso una relación laboral, por lo que, aunque el becario pasase a formar parte de la empresa una vez finalizado su periodo de prácticas, no tendrá validez como antigüedad en la empresa ni como periodo de prueba (salvo que se indique algo distinto en el convenio colectivo oportuno).

Para poder firmar este convenio, el becario deberá estar matriculado en una Universidad o un centro de formación autorizado para la firma de convenios de prácticas con empresas y que la actividad de las prácticas esté relacionada con la formación del estudiante.

Todo becario deberá contar con un tutor académico del centro de estudios y un tutor en la empresa que le oriente y evalúe.

FIRMA

MIENTRAS QUE EL CONTRATO EN PRÁCTICAS se firma solo entre el titulado y la empresa, en el caso del convenio de prácticas, la firma se realiza entre el estudiante, la empresa y el centro de estudios. El primero es un contrato, mientras que el segundo es convenio de cooperación educativa. En ambos casos se recogen las condiciones exactas de los mismos.

"LAS PRÁCTICAS EXTERNAS NO SUPONEN EN NINGÚN CASO UNA RELACIÓN LABORAL, POR LO QUE, AUNQUE EL BECARIO PASASE A FORMAR PARTE DE LA EMPRESA UNA VEZ FINALIZADO SU PERIODO DE PRÁCTICAS, NO TENDRÁ VALIDEZ COMO ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA NI COMO PERIODO DE PRUEBA"

DURACIÓN

CONTRATO EN PRÁCTICAS

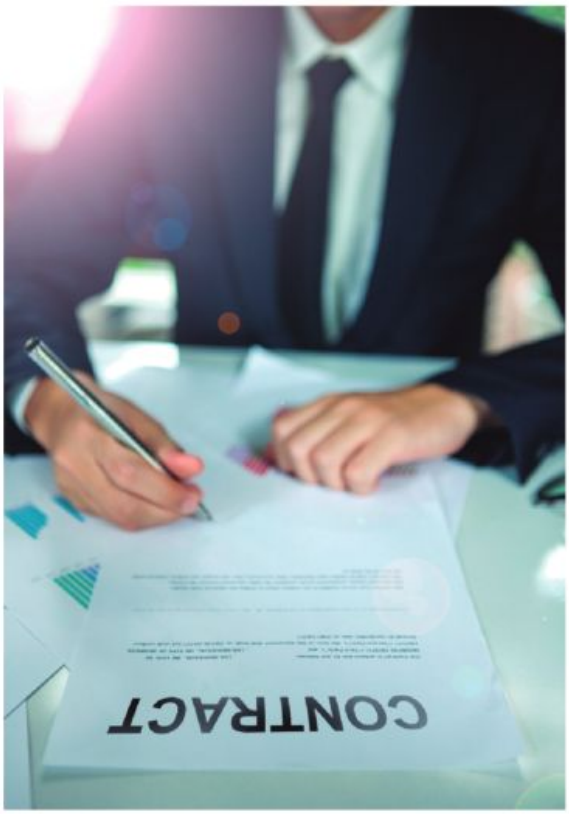
Su duración no podrá ser inferior a seis meses ni exceder de dos años; dentro de estos límites los Convenios Colectivos de ámbito sectorial podrán determinar la duración del contrato. Si el contrato en prácticas se hubiera concertado por tiempo inferior a dos años, se podrán acordar hasta dos prórrogas, con una duración mínima de seis meses.

El periodo de prueba no podrá ser superior a un mes para trabajadores que estén en posesión de título de grado medio o certificado de profesionalidad de nivel 1 o 2, ni a dos meses para los trabajadores que estén en posesión de título de grado superior o de certificado de profesionalidad de nivel 3, salvo convenio colectivo.

Ningún trabajador podrá estar contratado en prácticas en la misma o distinta empresa por tiempo superior a dos años en virtud de la misma titulación.

A la terminación del contrato, el empresario deberá expedir al trabajador un certificado en el que conste la duración de las prácticas, el puesto o puestos de trabajo ocupados y las principales tareas realizadas en cada uno de ellos.

Si al término del contrato el trabajador continuase en la empresa, no podrá concertarse un nuevo periodo de prueba, computándose la duración de las prácticas a efectos de antigüedad en la empresa.



"A LA TERMINACIÓN DEL CONTRATO, EL EMPRESARIO DEBERÁ EXPEDIR AL TRABAJADOR UN CERTIFICADO EN EL QUE CONSTE LA DURACIÓN DE LAS PRÁCTICAS, EL PUESTO O PUESTOS DE TRABAJO OCUPADOS Y LAS PRINCIPALES TAREAS REALIZADAS EN CADA UNO DE ELLOS"

CONVENIO DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS O BECA DE PRÁCTICAS

La duración del convenio de prácticas suele estar entre el mes y los seis meses, pero siempre quedará establecido por lo que indique el plan de estudios. Cuando se trata de prácticas extracurriculares (no obligatorias), no deben superar el tiempo máximo del 50% del curso académico.

En el caso del convenio, una de las exigencias es que la jornada debe ser compatible con la actividad académica permitiendo al estudiante acudir con normalidad en las clases y actividades formativas.

"La duración del convenio de prácticas suele estar entre el mes y los seis meses"

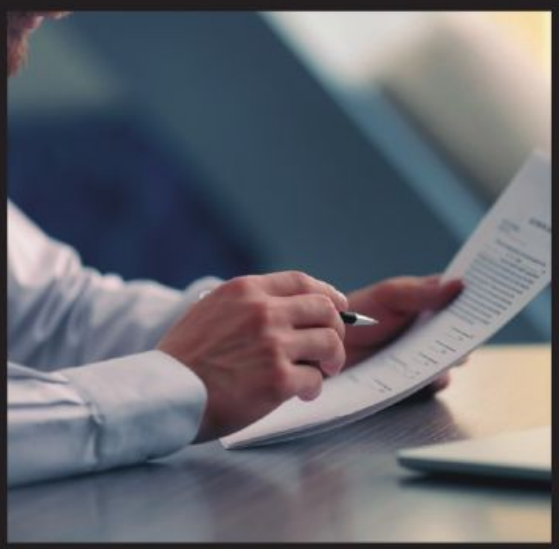
RETRIBUCIÓN

CONTRATO EN PRÁCTICAS

La retribución del trabajador será la fijada en convenio colectivo para los trabajadores en prácticas, sin que, en su defecto, pueda ser inferior al 60% o al 75% durante el primero o el segundo años de vigencia del contrato, respectivamente, del salario fijado en convenio para un trabajador que desempeñe el mismo o equivalente puesto de trabajo.
En ningún caso el salario será inferior al salario mínimo interprofesional. En el caso de trabajadores contratados a tiempo parcial, el salario se reducirá en función de la jornada pactada.

CONVENIO DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS O BECA DE PRÁCTICAS

La obligación de remunerar o no a un becario depende del marco legal nacional donde se realicen las prácticas. En el caso de España, las empresas no están obligadas a ofrecer una remuneración a los becarios.
El establecer una "ayuda económica al estudio" durante el periodo de prácticas es opcional, a no ser que esta condición se incluya dentro del convenio de cooperación educativa del centro de formación.



COTIZACIÓN

CONTRATO EN PRÁCTICAS

Los contratos en prácticas están regulados por el artículo 11.1 del estatuto de los trabajadores y, al ser un contrato laboral, conlleva los mismos derechos que el resto de trabajadores, incluidas las vacaciones y el derecho a prestación por desempleo.

CONVENIO DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS O BECA DE PRÁCTICAS

Con la entrada en vigor del Real Decreto-ley 28/2018 del 28 de diciembre, para la revalorización de las pensiones públicas y otras medidas urgentes en materia social, laboral y de empleo, todos los estudiantes que comiencen su periodo de prácticas, tanto remuneradas como no remuneradas, tendrán que estar dados de alta en la seguridad social. Por otro lado, si la empresa decide remunerar al becario, las prácticas externas curriculares remuneradas tendrán una bonificación del 100% en la cotización a la seguridad social, mientras que las extracurriculares remuneradas no disponen de ningún tipo de bonificación.
Un becario que cotice a la Seguridad a través de este convenio tiene derecho a prestaciones de jubilación, invalidez e incapacidad temporal por accidente laboral o enfermedad común, pero NO tiene derecho a prestación por desempleo. La base de cotización es la mínima del Régimen General para los contratos para la formación y el aprendizaje.
Si no tienes claro si estás contratado en prácticas o realizando prácticas académicas, lo que puedes hacer es solicitar tu vida laboral y fíjate en la columna bajo el epígrafe C.T. Si estás contratado en prácticas, aparecerá el código 420 si estás a jornada completa y 520 a jornada parcial. Si estás realizando prácticas académicas no aparecerá ningún código.

KeepCoding

TRANSFORMACIÓN DIGITAL en la pyme española

MÁS DEL 50% DE LOS PROYECTOS CONTRATADOS POR PYMES SON DESARROLLOS DE APLICACIONES PARA DISPOSITIVOS MÓVILES QUE UTILIZARÁN LOS PROPIOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA, SEGÚN LOS DATOS DE LOS PROYECTOS CONTRATADOS EN LA PLATAFORMA EN LO QUE VA DE 2019

Hablar de digitalización y mejoras de procesos internos es sinónimo de empresas más eficaces y productivas, pero también de empleados más motivados.

APGB

OPTIMIZAR Y MEJORAR

EL TIPO DE PROYECTO QUE MÁS DEMANDA la pyme española para avanzar en sus procesos de transformación digital responde a dos tipos de necesidad: optimizar un proceso interno, a menudo mecánico y repetitivo, donde el trabajador no aporta valor real y se convierte por tanto en un coste; o para brindar una mejor experiencia de usuario al cliente a través de interacciones digitales innovadoras, lo que en el argot digital se conoce como 'generar momentos guau'. Así lo asegura **Yeeply**, la plataforma que facilita la contratación online de equipos de desarrollo de software en remoto.

Continúa leyendo ▸▸

Digitalización y MEJORAS

HABLAR DE DIGITALIZACIÓN y mejoras de procesos internos es sinónimo de empresas más eficaces y productivas, pero también de empleados más motivados. Un buen ejemplo son los juegos de motivación para su fuerza comercial que promueve el trabajo en equipo para la obtención de los objetivos y bonus comerciales.

En este tipo de proyectos que revierten la forma en la que se ha venido realizando un proceso durante años, involucrar el rol de un Product Owner (Responsable de Producto) cotiza al alza. Tanto es así que antes de iniciarse los trabajos de programación propiamente dichos, este profesional analiza los 'problemas' y 'dolores' por lo que pasan los operarios al realizar determinados procesos para así entender cómo aplicar la tecnología para resolverlos, eliminando la acción humana allí donde se gana velocidad o no se aporta valor diferencial.

INTERACCIÓN con el cliente

A diferencia de los proyectos que buscan mejorar aspectos internos, la transformación digital también es una oportunidad para cambiar la forma en la que las marcas conectan con sus clientes. En este apartado, las empresas del retail han tomado la delantera y son conscientes de que deben proporcionar experiencias innovadoras a sus usuarios si quieren vencer la batalla digital. Por esto, son más habituales en este sector los proyectos que involucran tecnologías menos comunes, como la Realidad Virtual, los asistentes conversacionales (chatbot), las dinámicas de gamificación (juegos)... En este sentido, destacan los productos que tratan de involucrar a los consumidores in situ en la propia compañía a través de una aplicación móvil tipo 'audioguía' que hace más didáctico los tours por fábricas, plantas industriales, museos...

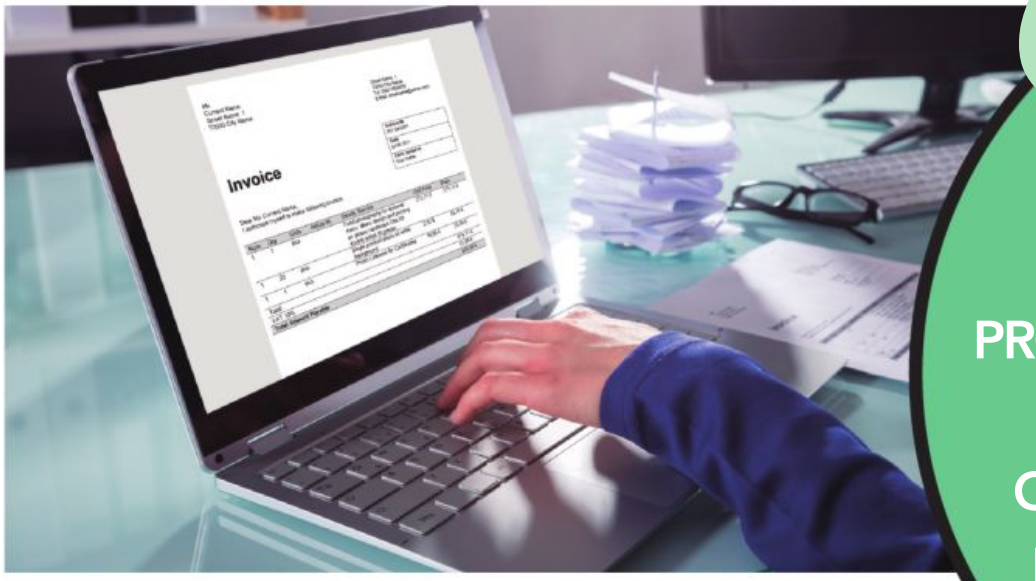
Se trata de desarrollos en los que los profesionales creativos llevan la voz cantante, es el caso del Director de Arte o Diseñador UX/UI que planifica de antemano toda la interfaz del producto digital antes de que éste pase a manos de los desarrolladores.

Tratándose de experiencias destinadas al consumidor final, es habitual que también se involucre a un experto en marketing digital que ayude a posicionar el producto resultante del desarrollo para maximizar su visibilidad y aumentar el número de usuarios que interactúe con la herramienta.

Continúa leyendo ▸▸

5 CONSEJOS para cobrar facturas impagadas y evitar la morosidad

Cobrar facturas se ha convertido en un arte para muchas empresas. Disponer de un buen producto o servicio, además de una atención envidiable y una amplia cartera de clientes ya no son sinónimos de éxito empresarial si no se presta atención a una correcta gestión de cobros. **APGB**



> LA CLAVE DEL ÉXITO ES ACTUAR CON RAPIDEZ Y PROFESIONALIDAD A LA HORA DE CONTACTAR CON EL CLIENTE PARA RECLAMAR LA DEUDA

Buenos conocedores de esta situación son las pequeñas y medianas empresas españolas. Según refleja el Informe Europeo de Pagos de **Intrum**, compañía líder en prevención y gestión de impagos, las pymes españolas esperan 109 días para entregar sus facturas pendientes a empresas especializadas en recobro. Todo ello a pesar de que el 21% de estas empresas de menos de 250 trabajadores aseguran sufrir problemas de liquidez como consecuencia de los impagos.

CINCO CONSEJOS A TENER EN CUENTA

Ante esta realidad, los expertos exponen cinco consejos a tener en cuenta para cobrar facturas impagadas:

1. Anticiparse y prevenir. Ningún retraso en los pagos se soluciona solo. Por eso, es conveniente contar con una estrategia de anticipación en la gestión de impagos y no una política meramente pasiva que arranque cuando el retraso en el pago ya sea un hecho. Es decir, lo más idóneo es tomar medidas como, por ejemplo, realizar recordatorios de pago antes del vencimiento de la factura.

2. Aplicar técnicas de análisis y clasificación: Una vez implementadas las técnicas de prevención de impagos es hora de centrarse en la gestión de los cobros. Para ello, se recomienda aplicar métodos de análisis y clasificaciones que permitan hacer un seguimiento de las facturas y estar informado en todo momento de la situación. Lo fundamental, y precisamente lo que más cuesta a las empresas que no disponen de asesores en gestión de crédito, es tener a mano información actualizada que permita tomar decisiones teniendo en cuenta la situación jurídica del deudor.

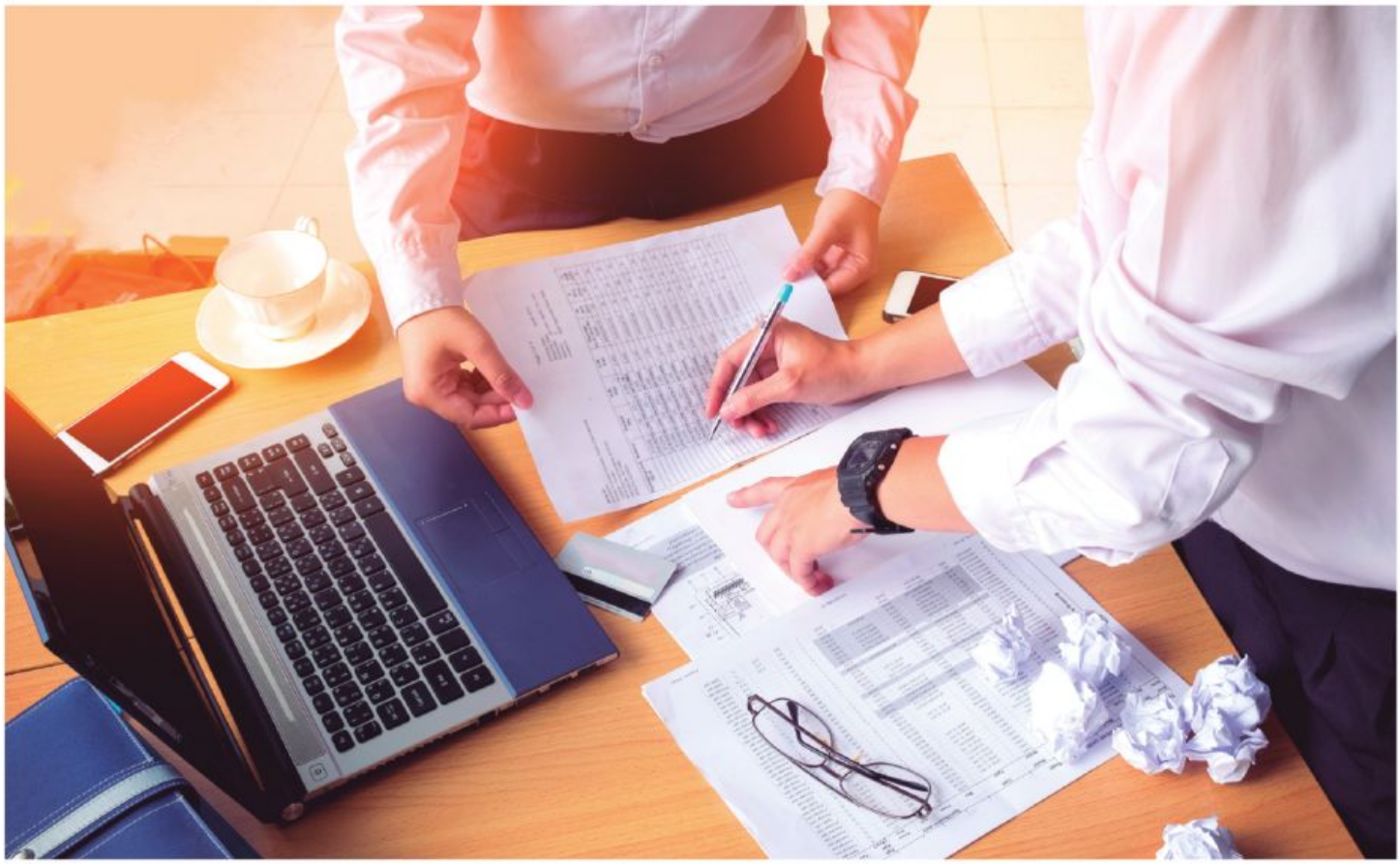
3. Reaccionar sin dañar la relación con el cliente: La clave del éxito es actuar con rapidez y profesionalidad a la hora de contactar con el cliente para reclamar la deuda. Tras estudiar su situación es imprescindible comprobar la viabilidad de un acuerdo amistoso en el que todas las partes salgan beneficiadas. Para ello puede ser de gran ayuda contar con el asesoramiento de una empresa especializada en gestión de cobros que tramite las facturas impagadas sin que la relación con el cliente se vea afectada.

"COMPROBAR LA SITUACIÓN JURÍDICA DEL DEUDOR, CATEGORIZAR A LOS IMPAGADOS O REACCIONAR SIN DAÑAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE, IMPRESCINDIBLES PARA RECUPERAR LA DEUDA"

4. Realizar una gestión rápida y personalizada: La insistencia y la gestión personalizada son la mejor solución para afrontar un impago. La visita al deudor y la negociación directa permiten cobrar el 85% de las deudas comerciales. De hecho, las estadísticas indican que, si se actúa antes de 6 meses desde el vencimiento, se puede recuperar el 90% de los impagados.

5. Recurrir a la justicia. Si pese a buscar alternativas el impago persiste, puede que haya que recurrir a la justicia. Dependiendo del origen, cuantía y documentación acreditativa de la deuda, siempre que esta sea dineraria, líquida, vencida y exigible se podrá recurrir a un proceso judicial u otro. El procedimiento monitorio es el más común para deudas de menos importe, aunque también se podrá acudir a la vía declarativa o ejecutiva. No obstante, e independientemente de la opción escogida, lo más recomendable es apoyarse en un socio especializado en recuperación de deuda que pueda aportar soluciones no solo en este punto, sino a lo largo de todo el proceso, y que tenga la estructura, conocimiento y capacidad de llevar a cabo una gestión conjunta y paralela, amistosa y judicial.

"LAS PYMES ESPAÑOLAS ESPERAN 109 DÍAS PARA ENTREGAR SUS FACTURAS PENDIENTES A UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN RECOBRO"



Directivos líderes del cambio.
Empleados más motivados y con menos estrés.
Organizaciones más eficientes y competitivas.

Mindfulness # Coaching # Liderazgo # Motivación

Pº Castellana, 135. Madrid
Tel: +34 91 297 54 65
e-mail: execoach@execoach.es
www.execoach.es

execoach
DESARROLLO DEL TALENTO

COMPLIANCE OFFICER: la figura de 'autocontrol' empresarial

Las noticias sobre empresas de mayor o menor tamaño que han incurrido en algún tipo de ilegalidad fiscal o económica, de forma involuntaria o predeterminada, es más común de lo deseado.

De hecho, según el Consejo General de Economistas (REAF) estima que cada año el Estado pierde 26.000 millones de euros a causa del fraude fiscal. En la mayoría de los casos debido a la debilidad de los sistemas de control interno. Concretamente, un estudio de KPMG Forensic cifra en 6 de cada 10 las irregularidades e ilegalidades que se dan por esta ausencia de control.

Conscientes de las consecuencias no solo legales sino también en cuanto a la imagen de la marca, cada vez más empresas optan por contar con una figura que revise que el funcionamiento de la compañía se adecua a la ley. Se trata del Compliance Officer o Director de Cumplimiento Normativo.

> "6 DE CADA 10 IRREGULARIDADES E ILEGALIDADES EMPRESARIALES SE DEBEN A CONTROLES INTERNOS DÉBILES, COMO ASEGURA UN ESTUDIO DE KPMG FORENSIC"

IMF Business School analiza cuáles son las características que definen esta figura de 'autocontrol' empresarial:

Responsabilidades

SU DEBER ES ESTABLECER e implementar el programa de cumplimiento legal en la empresa, haciendo que los empleados lo conozcan y lo cumplan. Además, gestionan las denuncias internas de los trabajadores y tienen el poder para dar a conocer estas irregularidades ante las autoridades. Precisamente, este último punto puede generar conflictos de intereses con la empresa en el caso de que se tenga que denunciar una irregularidad.

Control e independencia 100%

ES VITAL QUE LA PERSONA o departamento responsable de este puesto conozca toda la información empresarial respecto a: buen gobierno, fiscalidad, penal, y cualquier otro aspecto que pueda suponer un riesgo para la empresa. Sin embargo, la autonomía e independencia frente a otros departamentos es esencial para ello.

Toma de decisiones

EN NINGUNO DE LOS CASOS, el cumplimiento normativo debe confundirse con un servicio de consultoría, ya que se trata de un puesto de responsabilidad en las decisiones de las empresas. De hecho, ya hay compañías en las que se habla de Chief Compliance Officer, un directivo más con los mismos poderes de decisión. Y junto a estos poderes y deberes los acompañan responsabilidades legales que pagar si se omiten.

¿Interno o externo?

ESTA RESPONSABILIDAD de prevención puede recaer sobre un empleado específico de la compañía o un órgano que cumpla el mismo servicio de forma externa. Muchas pymes suelen apostar por ésta segunda opción ya que puede ser más económica.

Marco legal español

LA REFORMA DEL CÓDIGO PENAL de 2015 estableció que las empresas deben contar con un órgano con poderes de supervisión y vigilancia para no infringir la legalidad, aunque no se establece explícitamente que las empresas deban tener en plantilla a un trabajador llamado Compliance Officer ni se especifica una regulación sobre sus responsabilidades y relación legal con la empresa, lo que genera mucha ambigüedad.

7 TIPS PARA GESTIONAR una crisis en redes sociales

Una situación de crisis en redes sociales puede aparecer en el momento que menos te lo esperas y ocurren más habitualmente de lo que piensas. Para gestionar una crisis hay que elaborar un plan antes de que está llegue a nosotros, como un plan de evacuación ante un incendio, es algo que ya debe estar elaborado con anterioridad. Si tenemos un plan de acción definido, podremos evitar "quemarnos" durante la crisis o ante cualquier dificultad que pueda aparecer en tu marca.

Sara Aguilar Blasco. Community Manager. Web.com España.

Por eso te dejamos estos consejos para que puedas manejar un momento de crisis en tu comunidad social

1. CREAR UN PLAN DE ACCIÓN

Como hemos dicho antes, este proceso debe prepararse mucho antes de que la situación delicada ocurra con tu marca. Las redes sociales son un medio que cambia de forma rápida y es muy común que coja a las marcas por sorpresa. Ten un plan de acción listo para afrontar una crisis.

2. PENSAR ANTES DE ACTUAR

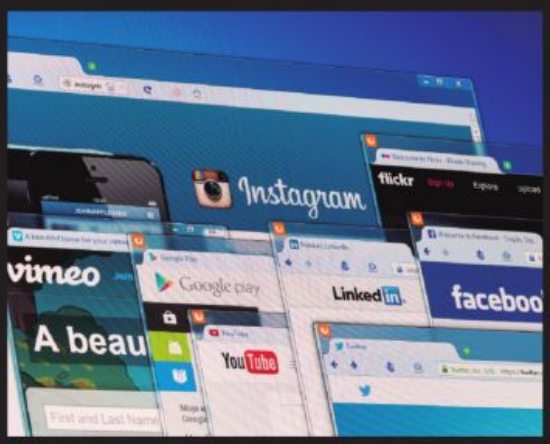
Muchas veces una situación de crisis puede prevenirse si las marcas dan un paso atrás y analizan lo que están haciendo. Al planear tu contenido, pon a un miembro del equipo a jugar el papel de abogado del diablo durante las sesiones creativas, de esta forma podrá criticar y apuntar que podría salir mal.

3. PRESTA ATENCIÓN A LAS CONVERSACIONES EN REDES

Aprovecha el directo, aprovecha el instante donde ves la comunicación real y activa que están teniendo en tu comunidad. De esta forma podrás conocer lo que se está hablando sobre tu empresa y los temas que interesan a tu público objetivo.

4. ANALIZA LA CRISIS

Algo muy importante a tener en cuenta es que debes saber en qué se basa exactamente la crisis. Debes preguntarte ¿cómo se ha originado?, ¿cómo ha podido afectar a mi público? y ¿por qué otros usuarios han decidido involucrarse? Conocer estos factores te ayudará a elaborar una respuesta satisfactoria.



6. OBSERVA Y RESPONDE

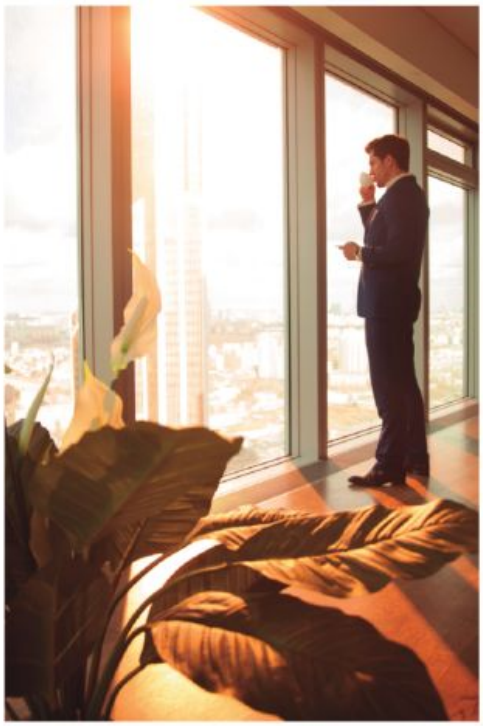
Si estas en medio de una crisis en redes sociales, lo más importante es escuchar a tus fans y clientes.
Respóndeles a cada uno de una forma personal e individual de forma que el público note tu esfuerzo y que de verdad el cliente es lo más importante para ti.
Si por el contrario haces un copia y pega de respuesta institucional, lloverá sobre tu tejado, ya que no personalizar ante una crisis, hará ver que solo te importa tu marca y no tus clientes..

7. SÉ "LIKEABLE"

Ponerte en los zapatos de tus seguidores y clientes te ayudará a ver la crisis desde otra perspectiva. Decir "lo siento" puede tener un efecto muy positivo en situaciones difíciles. ¡Cuida tus modales y reconoce tus errores!
El ingrediente clave en toda la estrategia es la comunicación. Una crisis en redes sociales puede dañar tu reputación, sobre todo ten comunicación tanto interna como externa ante una situación de crisis.
Tampoco les va a gustar a ninguno de tus empleados, o equipo de trabajo, estar envuelto en una situación así, ya que pueden llegar a tener vergüenza de su propia compañía.
Así que tu mejor herramienta es la comunicación con tus clientes, con tus seguidores y con tus empleados.

¡Asumir errores es asumir victorias!

Jornada intensiva y vacaciones:
CLAVES PARA PROMOVER UNA GESTIÓN ÓPTIMA DE LA JORNADA LABORAL EN VERANO



PRODUCTIVIDAD, implicación y motivación

Cada vez son más las empresas que apuestan durante la época estival por la jornada intensiva, un modelo de racionalización de horarios cuyo objetivo es facilitar la conciliación laboral y personal durante el verano, al mismo tiempo que mejora el descanso y la gestión del tiempo de los empleados. Así, este modelo de jornada laboral tiene grandes ventajas, como son una mayor productividad, implicación y motivación, pero también implica que las tareas se tengan que realizar en menos tiempo, en comparación con la jornada habitual.

A este hecho se suma la redistribución de la plantilla durante el verano para disfrutar del periodo vacacional. Por estas dos razones, la organización efectiva del horario de trabajo durante el estío es una de las prioridades a desarrollar por parte de los departamentos de Recursos Humanos en nuestros equipos.

Continúa leyendo ▸▸

De esta manera, algunas acciones que se pueden poner en marcha durante el verano y que ayudarán a los empleados a ser más productivos durante esta época son:

- **Ofrecer formación en las principales técnicas existentes en gestión del tiempo.**

Se trata de unos mecanismos de organización que ayudan a invertir mejor el tiempo y aprender a priorizar. Éstas son las más conocidas:

- **Técnica Pomodoro.** Consiste en dividir la jornada laboral en pequeños tramos de 25 minutos (pomodoros). Durante este tiempo, se deben evitar las distracciones. Cuando finaliza cada tramo, se hace un descanso de 3 a 5 minutos. Cada cuatro bloques de 25 minutos, con sus respectivos descansos, se hace una parada más larga, de entre 15 a 20 minutos.
- **Técnica Eisenhower.** Su efectividad reside en crear un cuadro de tareas que diferencie lo urgente y lo importante de lo que no lo es. Así, se obtendrá lo que hay que hacer, lo que hay que delegar, lo que hay que decidir y lo que se puede posponer o eliminar.
- **Kanban.** Consiste en crear un cuadro donde mostrar el estatus de la tarea en todo momento. Hoy en día hay diversas herramientas tecnológicas que permiten visualizar esto, pero también se puede llevar a cabo este seguimiento mediante pizarras o pegatinas.

Continúa leyendo ▸▸

Fomentar la flexibilidad y redistribución del trabajo

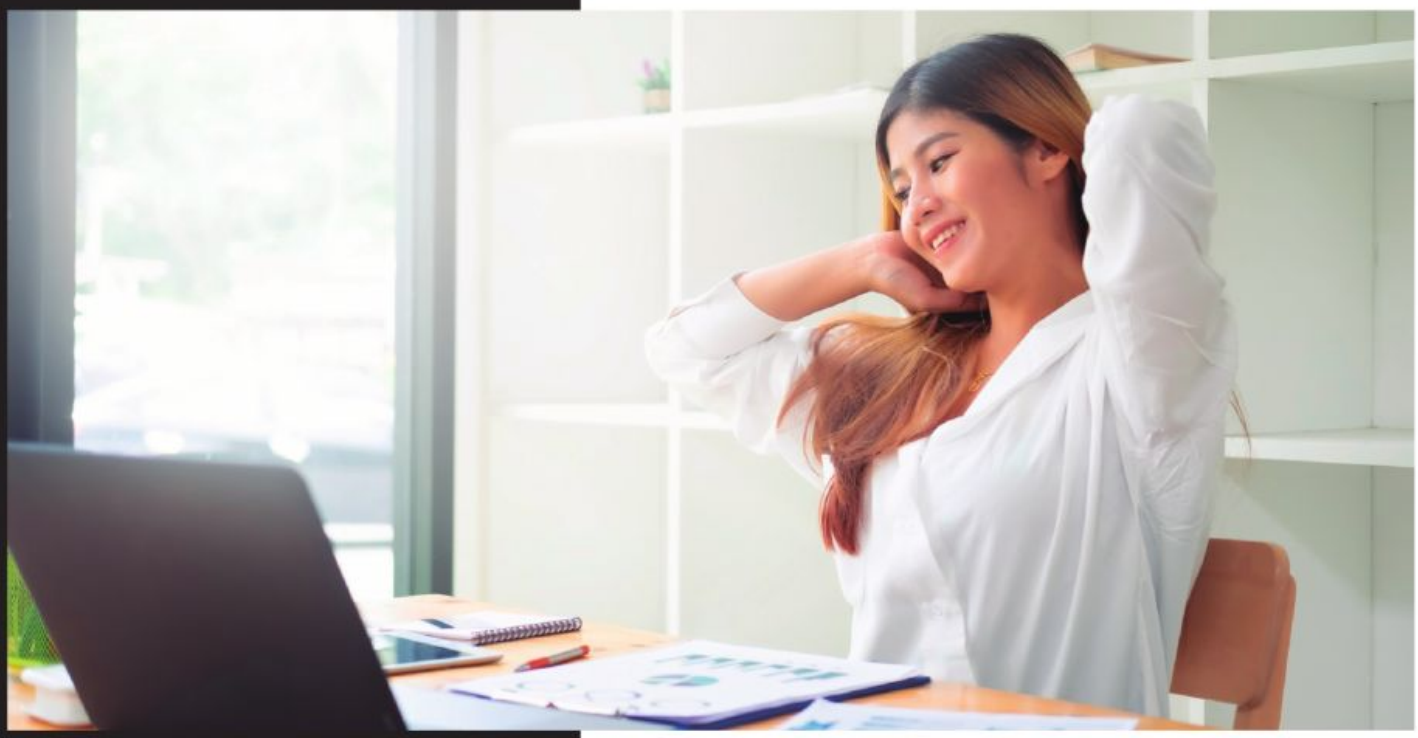
Según el último estudio de Cigna, **'360 Wellbeing Survey 2019: Well and Beyond',** el 25% de los empleados que sufren estrés lo achacan a que tienen demasiada carga laboral (la primera según el estudio). Por ello, estos meses en los que el volumen de trabajo desciende, es un buen momento para fomentar la flexibilidad laboral y para llevar a cabo una redistribución del trabajo. Esto facilitará que, en septiembre, cuando aumente la carga laboral, se retome la actividad con las pilas cargadas y el ánimo necesario para emprender nuevos proyectos.

Promover la comunicación interna

Una comunicación fluida entre el equipo hace más fácil saber en qué tarea se debe estar en cada momento, si hay algo urgente que haya que reforzar entre más empleados, si se puede dejar para otro momento o eliminarlo de la lista de pendientes.

Controlar la temperatura

La temperatura ambiente en la oficina durante el verano es clave para el confort de los empleados. Según el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, la temperatura óptima en los puestos de trabajo debe encontrarse entre los 23 y los 27 grados, mientras que el RITE (Reglamento de Instalaciones Térmicas en Edificios) recomienda 23-25 grados.



¿QUÉ TECNOLOGÍAS SON LAS MÁS DEMANDAS POR LAS EMPRESAS?

¿Qué tecnologías son las más demandas por las empresas? ¿Cuál será su impacto? ¿Están los equipos preparados para la era digital? ¿Qué acciones garantizarán la empleabilidad?

APGB

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y BIG DATA, LAS TECNOLOGÍAS CON MAYOR IMPACTO EN EL MERCADO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS

BIG DATA, CLOUD Y CRM, las más implementadas

Zigurat Innovation & Technology Business School, en colaboración con la consultora TIC Setesca, han realizado el estudio "Future of Jobs in the Digital era" con el fin de dar respuesta a estas cuestiones. Para llevar a cabo el análisis han participado 307 empresas de España y de otros países como Canadá, Austria, Suiza, Italia, etc.

Según el estudio, la práctica totalidad de las empresas está implementando prácticas de transformación digital (un 85,7%). En el ránking de las soluciones más implementadas, se encuentran, en primer lugar, el Big Data, con un 69,6%. En segundo lugar, se encuentra el cloud (56,5%) y, en tercer lugar, con un 52,2%, el CRM. Es destacable, la poca penetración del Blockchain, pese a haber sido catalogada como una de las tecnologías más demandadas. Solo un 17,4% de las compañías la implanta. En lo que están totalmente de acuerdo la mayoría de los directivos es que la implantación de este tipo de herramientas supondrá una mejora de los resultados a medio y corto plazo. Así lo afirman el 96,3% de las fuentes consultadas. En cuanto a la inversión realizada, el 62,5% de las compañías ha realizado un desembolso de más de 100.000 euros y el 25%, de menos de 50.000 euros.

LAS TECNOLOGÍAS de mayor impacto

Por lo que respecta al tipo de tecnologías y soluciones que tendrán un mayor impacto en el mercado, las compañías sitúan al Big Data (81,5%), a la Inteligencia artificial (77,8%) y a los sistemas predictivos (33,3%), en el pódium. Seguidos del blockchain y los chatbots (22,2%).

¿QUÉ ACCIONES GARANTIZARÁN la empleabilidad en un futuro?

En cuanto a cómo se perfila el futuro del trabajo en relación a la implantación de las nuevas tecnologías, un 50% de los directivos considera que entre el 0% y el 25% de las tareas que realiza, son automatizables. Un 32,1% piensa que lo son entre el 25% y el 50%. Por otro lado, las acciones que podrán garantizar su empleabilidad en el futuro son la formación en gestión (50%), crear un negocio propio (42,3%), participar en startups (30,8%) y la formación técnica (30,8%).

La UFV y el Santander promueven
LA AVENTURA EUROPEA DE LOS 50 ESTUDIANTES MÁS BRILLANTES DE ESPAÑA

Los 50 estudiantes más brillantes de España iniciaron ayer lunes un viaje de tres semanas que los llevará a conocer las universidades más emblemáticas de Europa. Son alumnos seleccionados entre más de 3.000 candidatos de Bachillerato que se presentaron a la **XIV edición del Programa Becas Europa,** una iniciativa que promueve el Banco Santander a través de Santander Universidades y la Universidad Francisco de Vitoria (UFV).

El objetivo del Programa es que los jóvenes conozcan de primera mano el origen y los pilares de la universidad europea como puerta de entrada para formar su compromiso con la sociedad y forjar en ellos su capacidad de liderazgo y ética profesional.

Para alcanzar estas metas, la agenda del viaje de estos estudiantes está repleta de actividades divulgativas pensadas para la excelencia en la formación. Está previsto que asistan a conferencias impartidas por los rectores y académicos de las universidades europeas; tendrán encuentros con destacadas personalidades tales como Stefano Zamagni, economista italiano; Ana Pastor, presidenta del Congreso de los Diputados, Lord David Willetts, miembro del Parlamento; o el poeta Jaime García Maiquez, asistirán a talleres y visitarán organismos estratégicos de la sociedad y cultura del continente. Toda la información recibida será puesta en común en grupos de trabajo dirigidos por formadores del área de Humanidades que orientan a los preuniversitarios y les enseñan las claves del debate y la conversación.

MÁS QUE UN PREMIO

Este viaje es algo más que un premio. Es un recorrido por al corazón del conocimiento de Europa. La aventura se inicia en Madrid donde visitarán la Universidad Alcalá de Henares. Las siguientes paradas serán en las más importantes universidades del mundo occidental como Bolonia, Cambridge, Londres, Heidelberg y Santiago de Compostela. Del medio centenar de destacados estudiantes se espera que aporten a la sociedad el conocimiento y los valores adquiridos y que sigan potenciando sus talentos y capacidades en la Escuela de Liderazgo Universitario (ELU). Estos alumnos no son "brillantes" por casualidad. Han sido seleccionados entre miles de candidatos de Bachillerato de 4.000 colegios de toda España con una nota media de 9,80. Proceden de 12 comunidades autónomas distintas y un 58% (29) son mujeres.

telefónica

LOS ACCIDENTES PODRÍAN REDUCIRSE A LA MITAD SI LA tecnología impidiera usar el móvil al volante

Las conclusiones del estudio realizado por las compañías **Gonvarri** y **Movistar**, son las siguientes:

- Un 85,71%, opina que la tecnología puede aumentar su seguridad en la carretera
- Un 90,58% considera que reduciría los accidentes a la mitad.

Españoles al volante, distracciones y uso del móvil revela que el 54,37% de los conductores admite que una distracción al volante les ha puesto alguna vez en peligro. Y casi 1 de cada 4 españoles asegura haber tenido algún incidente menor o susto por este motivo.

Según 9 de cada 10 españoles encuestados -las mujeres en mayor medida-, el teléfono móvil es la principal causa de distracción al volante.

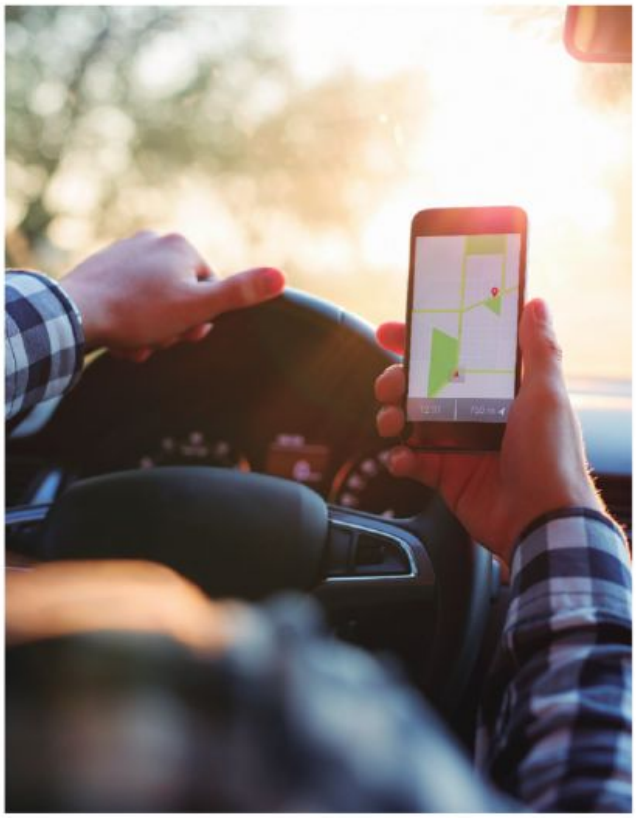
Del estudio se extrae una escala de distracciones con el móvil al volante:

1. Escribir mensajes de texto o Whatsapp
2. Leer noticias mientras se conduce y buscar información
3. Hacer fotos o grabar vídeos
4. Leer mensajes de texto o Whatsapp.

Los conductores no ven tan peligroso:
1. Hablar por el móvil con manos libres mientras conducen
2. Consultar GPS
3. Ir seleccionando la música.

Las personas que hacen menos kilómetros anuales consideran todas las acciones peligrosas en mayor medida que el resto.

2,37 segundos es el tiempo medio que los españoles creen que se puede estar como máximo al teléfono sin perder la atención en la carretera y correr peligro.



Distracción al volante

EN CUANTO A LAS DISTRACCIONES independientes del uso del móvil: un 76,98% de los españoles declara que se suele distraer cuando conduce, siendo los más jóvenes -de 35 a 44 años-, y los hombres, quienes aseguran desatender más la conducción.

Los riesgos ante el volante que los encuestados reconocen son:

1. El teléfono móvil
2. Conducir cansado
3. Conducción irrespetuosa o agresiva
4. Usar el GPS
5. Pensar en otras cosas
6. Comer o beber conduciendo, condiciones climatológicas, rutina o ir fumando

Por el contrario, los aspectos que menos distraen al volante son: llevar mascotas o ir escuchando la radio.

Motivaciones para conducir con más seguridad:

EL 82,49% DE LOS ESPAÑOLES encuestados (sobre todo a las mujeres, los que hacen pocos kilómetros anuales y los que usan coches utilitarios) es el miedo a tener un accidente.

Le sigue muy de cerca la responsabilidad de llevar a gente consigo y pensar en su familia.

Otros motivos que tienen menos peso son: el riesgo a una multa, poder quedarse sin coche y mantener los puntos del carné.

Destaca el alto porcentaje de encuestados, más del 80%, que asegura que nunca ha recibido información o formación sobre seguridad vial después de sacarse el carné.

LOS CICLISTAS

DEL ESTUDIO SE EXTRAE que los españoles al volante respetan la distancia de seguridad al adelantar a los ciclistas. Y señalan que 7 de cada 10 españoles está de acuerdo en que los ciclistas tienen el mismo derecho a circular por carretera que los vehículos a motor, aunque el 40,43% de éstos cree que se juegan la vida al hacerlo y un 28,87% cree que pueden convivir sin problema. Destaca un 30,70% de los encuestados (sobre todo las mujeres) que los ciclistas no tienen los mismos derechos a circular por carretera que los vehículos a motor y que deberían circular por otras vías.

Por otro lado, ante los distintos casos de atropello a ciclistas en carretera, el 60% de los españoles lo tiene claro: son los conductores culpables (59,82%) (hombres principalmente). Sin embargo, la mitad cree que es el estado de las carreteras (51,44%) y un alto porcentaje (44,25%) opina que la culpa la tienen los ciclistas (los de 25 a 34 años en mayor medida). Tan sólo el 11,31% considera que son incidentes puntuales y no hay ningún problema de convivencia.

Continúa leyendo ▸▸

blog

El post de HÉCTOR MERODIO

eCommerce - Analítica Web - Shopify Expert - Marketing Online

CÓMO CONVERTIRSE en una marca Omnicanal

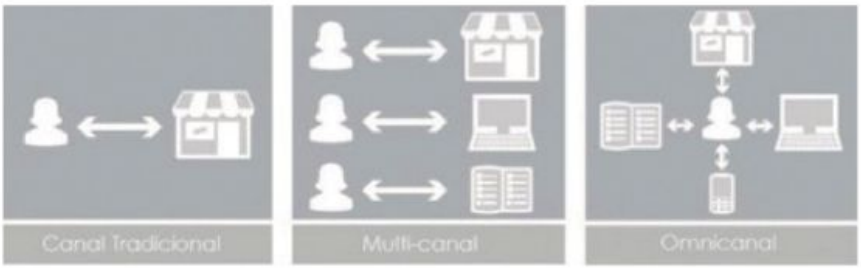
En este post explicamos las diferencias entre Omnicanal y Multi-canal y te explicamos lo pasos para conseguir que una marca pueda vender de forma omnicanal de la mano de Shopify Plus.

Experiencia FLUIDA

OFRECER A LOS CONSUMIDORES una experiencia fluida y un proceso de compra unificado sea cual sea el punto de contacto entre la marca y el cliente; es el gran reto de una estrategia omnicanal.

Las barreras entre el comercio físico y digital se han difuminado tanto que los clientes ya no los perciben como cosas diferentes. Sin embargo, aspectos tan sencillos y obvios a priori, como que puedas recoger una compra online en una tienda física que tenga el producto en stock de manera inmediata o que puedas comprar en una tienda física un producto del que no tienen tu talla y lo recibas en tu casa al día siguiente se convierten en verdaderos quebraderos de cabeza para muchas marcas.

La siguiente imagen ilustra rápidamente las diferencias entre el CANAL TRADICIONAL, el MULTI-CANAL y el OMNICANAL.



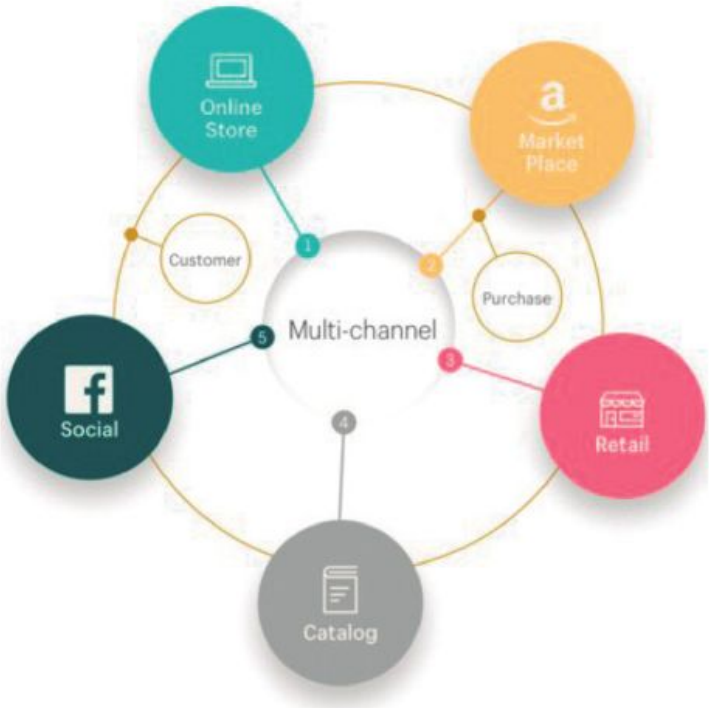
DIFERENCIAS ENTRE Omnicanalidad y Multicanalidad

¿Qué es la Omnicanalidad en el ecommerce?
La Omnicalidad significa todos los canales, en donde se unifican ventas y marketing para crear una única experiencia de compra alrededor de tu marca.

¿Qué es la multicanalidad en el ecommerce?
Multicanalidad significa varios canales, al menos integrados y permitiendo a tus clientes comprar desde estos múltiples canales.
En la actualidad muchas marcas están tratando de convertirse en marcas con capacidad de vender de forma omnicanal sin haber pasado previamente por la multicanalidad. Aunque no es un pensamiento descabellado, si que vemos a diario que las marcas que dieron hace un tiempo el paso previo de pasar por la multicanilidad, llevan bastante ganado.
Por consiguiente, quizás antes de plantearte dar el salto a la omnicanalidad, plantéate sino te interesa primero pasar por la multicanalidad.

¿Qué es el comercio Multicanal?
La palabra principal es "elección". El marketing y las ventas multicanal permiten a los clientes no solo interactuar con los productos de tu marca a través del medio que les sea más natural ... sino también comprar a través de ese medio directamente. Es decir, tu cliente tiene la capacidad de decidir cómo, cuándo y dónde quiere interactuar contigo, pero todos los canales actúan por separado.
En una estrategia multicanal, cada canal existe como una oportunidad de compra por separado.

POR EJEMPLO, LA MARCA DE VENTA DE COLCHONES LEESA VENDE EN SU TIENDA SHOPIFY, POR EMAIL MARKETING, AMAZON Y FACEBOOK Y COMO PUEDES VER EN LAS SIGUIENTES IMÁGENES TIENE UNA BUENA ESTRATEGIA DE MULTICANALIDAD.



¿ATRAER o retener clientes?

Los Directores de Marketing creen que la retención de clientes es más rentable que la atracción de nuevos, pero las inversiones de las empresas se dirigen más hacia la adquisición de clientes. **APGB**

BARÓMETRO DE FIDELIZACIÓN

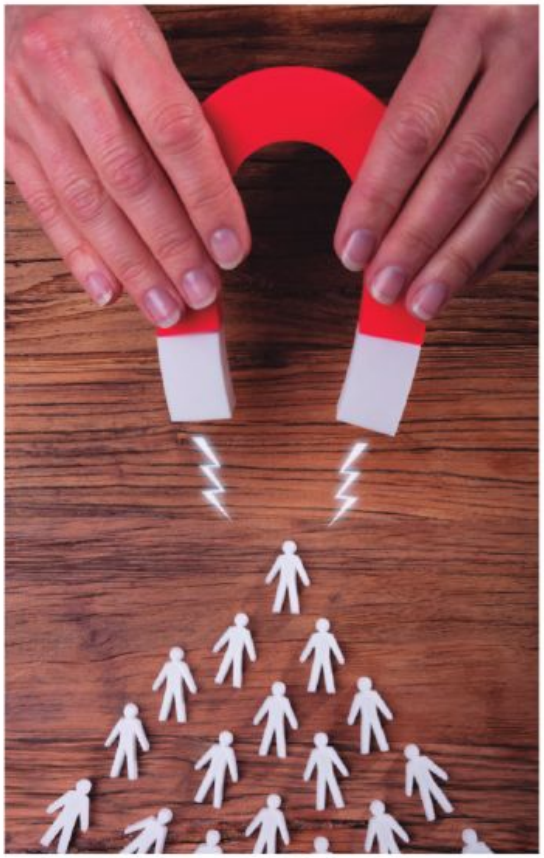
ESTA DISCREPANCIA ENTRE LAS PERCEPCIONES con respecto a la retención de clientes y los esfuerzos reales de las empresas es la principal conclusión del Barómetro de Fidelización, un estudio de la Cátedra de Fidelización de IE UNIVERSITY en colaboración con Inloyalty, compañía especialista en estrategias y soluciones de fidelización, que recogen las tendencias en fidelización desde el punto de vista de las empresas españolas. El informe "Barómetro de Fidelización IE UNIVERSITY-InLoyalty 2018: el Reto de la Fidelización en las Empresas Españolas" es el primer estudio que se realiza en España sobre esta materia y ha sido elaborado a partir de las respuestas de los responsables de marketing de más de 200 empresas pertenecientes a 8 sectores de actividad a una encuesta realizada por Kantar-Millward-Brown. El documento muestra un diagnóstico de la situación de las empresas en relación con la percepción que tienen sobre la fidelización y retención de clientes.

Según el estudio, el 72% de los directores de marketing cree que las compañías que dedican sus recursos a retener clientes son más rentables que las que no. Sin embargo, el 60% de los presupuestos de marketing se destinan a la adquisición de clientes frente al 40% de retención de clientes. Además, cuando se les pregunta qué es más costoso – atraer o retener a un cliente – las empresas creen que es más costoso atraer a un nuevo cliente (79%) que retener uno existente (21%). Por fin, el 80% cree que es más costoso recuperar a un cliente perdido que retenerlo.

Sectores que invierten más
EN RETENCIÓN DE CLIENTES

El estudio también analiza las inversiones de los diferentes sectores dedicado a la retención de clientes. Así, el sector que destina mayor porcentaje de presupuesto de marketing a la retención es el de alimentación y bebidas con un 51,3% seguido de Sanidad y farmacéutico con 49%. Por otro lado, el sector de la automoción es el que menos invierte con un 20,7%

Por último, el Barómetro muestra las tendencias de aumento del gasto en adquisición y retención por sector. En la mayoría de las industrias, la tendencia es aumentar el gasto en la adquisición de clientes y en la retención casi por igual, pero con una pequeña ventaja para la adquisición. Únicamente en el caso de los sectores de finanzas y seguros y el de otros servicios esperan aumentar la inversión en la retención de clientes más que en la adquisición de los mismos.



CARIDAD GUTIÉRREZ-JODRA,
Directora General de InLoyalty

destaca que **"para conocer bien al cliente es fundamental tener un sistema que te permita recoger la mayor cantidad posible de información y tratarla de forma dinámica. Los programas de fidelización son una excelente manera de recoger esa información, tratarla y personalizar así la oferta y la aproximación al cliente".**

Libros

El millonario de Silicon Valley

Empresario, emprendedor y autor del bestseller internacional Diario Emprendedor, publica ahora esta mágica historia que con sus regalos colmará tu vida de sabiduría, alegría y excelentes consejos para triunfar en los negocios.

Autor: Joshua A. Aguilar - Precio: 11,35 €

Recupera tu vida: gestiona tu tiempo y energía

Con este libro, el lector aprenderá a gestionar no solo el tiempo, también la energía de forma eficiente para llegar a alcanzar todas las metas. Permitiendo alcanzar objetivos reales y no metas equivocadas que lleven en su camino a perder aspectos esenciales de la vida.

Autor: Luis Arimany - Precio: 19,99 €

The innovation secrets of Steve Jobs

En este libro encontrarás los 7 secretos de la filosofía empresarial de Steve Jobs: Haz lo que amas, haz una marca en el universo, activa tu cerebro, vende sueños no productos, di "no" a 1000 cosas, crea grandes experiencias y domina el mensaje. Éstas son las claves para potenciar tu emprendimiento.

Bizfit, la app corporativa diseñada para los trabajadores millennials y centennials

Pensada para satisfacer las necesidades de los nuevos trabajadores y empresas digitales, Bizfit centraliza todo el conocimiento, formación, evaluación y comunicación corporativa en una sola app. Con Bizfit, las nuevas generaciones de empleados dispondrán de una app social, colaborativa y gamificada que les permitirá crear, conectar y compartir desde la palma de su mano, igual que lo hacen en su día a día a través de las redes sociales.

Verse, la app fintech para jóvenes

Con Verse puedes enviar, solicitar, transferir o recibir dinero con tu teléfono de forma totalmente gratuita y segura. Verse gestiona las transacciones del día a día de los más de quinientos mil millennials que ya utilizan su plataforma, sin apoyo alguno de su infraestructura en la banca tradicional. Es la primera app española de Pagos P2P en conseguir una licencia de dinero electrónico en Lituania, consolidándose como el disruptor líder en España de las plataformas de pago tradicionales.

Komefy, plataforma que permite luchar contra el derroche de alimentos y disfrutar de su comida favorita

Komefy, una plataforma que permite al consumidor elegir y acceder, a través de la fórmula "Last Minute", a la comida y excedentes de supermercados y restaurantes de manera responsable, con las máximas garantías de calidad y a mitad de precio.

EVENTO DAYS

3 y 4 de julio, Madrid

LA 13ª EDICIÓN DE EVENTO DAYS TENDRÁ LUGAR LOS DÍAS 3 Y 4 DE JULIO EN IFEMA, MADRID.

DURANTE ESTOS DOS DÍAS, se reúnen diferentes profesionales relacionados con servicios y organización de eventos para compartir experiencias y crear relaciones entre ellos.
Síguelo en RRSS con #eventodays

RISE CONFERENCE

8 al 11 de julio, Honk Kong

LA CONFERENCIA TECNOLÓGICA MÁS GRANDE DE ASIA producida por WebSummit, se celebrará en Hong Kong del 8 al 11 de julio, reuniendo a personalidades de todo tipo: desde CEO y CTO de grandes empresas hasta actores.

THE HOP

Inscripciones abiertas hasta el 12 de agosto a través de la web

ESTRELLA GALICIA LANZA LA CONVOCATORIA DE LA 2ª EDICIÓN DE THE HOP, SU PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO COLABORATIVO

THE HOP SELECCIONARÁ A SEIS STARTUPS tecnológico-digitales en fase de crecimiento, que generen un claro impacto social y que aporten valor a Estrella Galicia en alguna de estas áreas: industria 4.0, canales de distribución inteligentes, mercado digital o impacto social.

Los seleccionados tendrán 3 meses de aceleración en los que contarán con asesoramiento personalizado para desarrollar un proyecto piloto, con una valoración de hasta 20.000 euros de Estrella Galicia para ponerlo en marcha y un espacio de trabajo en Madrid.

Este año se pondrá especial foco en que los proyectos seleccionados tengan un claro impacto social o medioambiental y contribuyan a mejorar la vida de las personas, en línea con los objetivos del milenio (ODM).

EXPO FÓRUM DIGITALKS

28 y 29 de agosto, Sao Paulo (Brasil)

LA DÉCIMA EDICIÓN DE EXPO FÓRUM DIGITALKS 2019 aterriza en Brasil los días 28 y 29 de agosto. En ella se congregará a más de 6000 participantes y seguirá con el benchmarking de los principales eventos de marketing a nivel mundial siendo siempre el nexo de unión los negocios digitales.

BIME PRO STARTUP COMPETITION

La convocatoria permanecerá abierta hasta el 12 de septiembre.

Toda la información, bases de participación y formulario de inscripción estarán disponibles a través de **www.bime.net/pro/**
Las propuestas finalistas se presentarán mediante un pitch ante más de 80 inversores.
El premio será una Trade Mission a South Summit México, Colombia y Madrid.

MASS
is
TECHNOLOGY

Suscríbete en
www.massbienestar.com