emplea y emprende

Nº 34 - 2021

INDESIA
consorcio para la inteligencia artificial

TELEFÓNICA
impulso al turismo

ADECCO MEJORA EL EMPLEO

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

CAMINO de la recuperación

Las cifras positivas para el empleo en este recién llegado verano son realmente positivas como lo confirma Adecco, es cierto que de momento es el turismo nacional. Nos queda el turismo internacional las vacunas funcionan ya queda menos para superar esta lamentable pandemia.

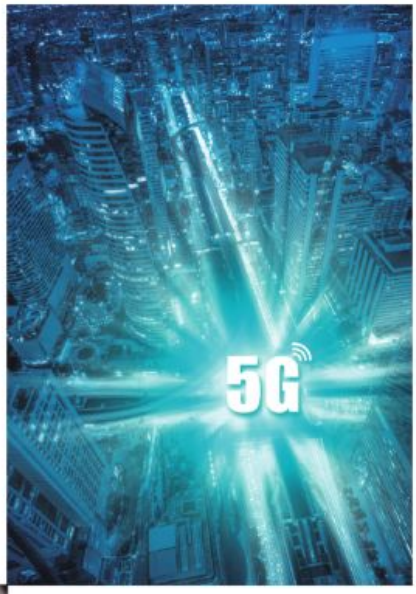
La creación de INDESIA el primer consorcio de economía del dato e inteligencia artificial del sector industrial en España, una extraordinario iniciativa que lideran Repsol, Gestamp, Navantia, Técnicas Reunidas, Telefónica y Microsoft

Entre los numerosos y apasionantes contenidos que nuestros lectores encontrarán en este número, destacamos que el impacto en la economía de las criptomonedas, deuda y la inflación. Además, desvelamos los requisitos para incorporarse a la Jubilación Activa, modalidad muy interesante y de poca práctica en España.

El camino a la recuperación es una realidad, las vacunas funcionan, ya queda menos para superar esta penosa pandemia que tanto dolor por las pérdidas humanas ha supuesto para todos. Ahora toca recuperar la economía.

umario

Nº34 - 2021



INDESIA
El consorcio de la inteligencia artificial

TELEFONICA
Impulso al sector turístico

NUVIX
Claves de la economía post Covid-19

VERSE
Líder del crecimiento Fintech

ADECCO
El empleo reacciona en verano

DOOFINDER
Vender más con las RRSS

HOTMART
Revoluciona el mercado digital

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: Martina Sánchez
info@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 Ale&Co S.L. y están protegidos de conformidad con la normativa de propiedad intelectual. Reservados todos los derechos.

SUNMEDIA, LA ADTECH ESPAÑOLA, apuesta por el talento y aumenta su plantilla un 25%

SUNMEDIA CONTINÚA CRECIENDO Y AUMENTANDO EL EQUIPO HUMANO. LA ADTECH ESPAÑOLA, QUE CUENTA CON PRESENCIA EN NUEVE PAÍSES, HA GENERADO 16 NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO EN SUS SEDES DE LATAM Y 34 EN ESPAÑA, APOSTANDO EN AMBAS POR TALENTO LOCAL.

SUPONE UN AUMENTO DEL 25% de una plantilla que ya contaba con 200 miembros a nivel internacional, tras un crecimiento del 20% durante 2020 a pesar de la crisis del Covid-19. No obstante, la incorporación de estos 50 profesionales entre enero y mayo supone un aumento frente a la media general de crecimiento de SunMedia, dibujando una curva ascendente en el crecimiento y las expectativas. Además, 12 de estos nuevos empleados se incorporan al departamento de tecnología, reforzando así la base fundamental de la compañía por la innovación tecnológica en el sector de la publicidad digital.
Se trata de apostar por el talento, tal y como ha explicado Fernando García, CEO de SunMedia: "Somos una compañía tecnológica, pero tenemos claro que nuestro principal asset es nuestro equipo humano, sin lugar a duda. Desde su creación, SunMedia ha dedicado esfuerzo y recursos a captar el mejor talento y a construir una cultura de trabajo en equipo, apoyo y compromiso".

NOVICAP LANZA DYNAMIC DISCOUNTING, un programa de descuentos por pronto pago a proveedores capaz de mejorar el margen de EBITDA hasta en un 12%

El programa de la 'fintech' especializada en soluciones de financiación y optimización del circulante, está dirigido a empresas con una facturación superior a 40 millones de euros (con más de 1 millón de euros en caja o líneas de crédito disponibles por ese importe) y no supone un riesgo al tratarse de facturas pendientes de pago de la propia empresa, además de proporcionar una mejora del margen del EBITDA de hasta un 12%.

ENTRE OTRAS VENTAJAS del programa, se encuentran: la mejora de la relación con los proveedores, el impacto positivo en la cadena de suministro, así como la mejora del margen bruto de las ventas, con un impacto directo en el margen del EBITDA.
"En Novicap siempre consideramos las necesidades de las empresas y de los directores financieros. Nos anticipamos a las limitaciones que sufren y ponemos a su alcance todos los métodos disponibles para mejorar su circulante, gracias a nuestra tecnología aplicada a las finanzas para adaptarnos de forma personalizada a cada cliente. Este producto es solo el principio de nuestro objetivo de crear un conjunto de soluciones para que las empresas puedan financiar y optimizar su circulante", asegura **Marc Antoni Macià, cofundador y COO de Novicap.**

Fundación Telefónica

FORMARTE EN 42 TE ABRE LAS PUERTAS AL MERCADO LABORAL.

<El campus de programación más innovador. Gratuito, sin límite de edad, sin formación previa>

Descubre nuestros campus

Madrid, Urduliz, Barcelona y Málaga

Regístrate ya

fundaciontelefonica.com

Con la colaboración:

Bizkaia foru aldundia diputación foral

Generalitat de Catalunya Departament de Recerca i Universitats

Ajuntament de Barcelona · Barcelona Activa

Ayuntamiento de Málaga

KNOX MEDIA HUB:
la plataforma que revoluciona la gestión de contenidos audiovisuales con más de 90.000 transferencias al mes

Knox Media Hub, la plataforma de distribución y gestión de contenidos para medios de comunicación y empresas de entretenimiento, está acelerando la Transformación Digital del sector audiovisual a través de una solución tecnológica en la nube para distribuir contenido en cualquier formato, en tiempo real y de manera global.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En la actualidad la empresa gestiona al mes más de 90.000 transferencias de material audiovisual con contenidos que van desde eventos deportivos, noticias, entrevistas hasta otros formatos para televisión como cine, series y mucho más.

"Todos los sectores se están digitalizando y es muy interesante ver cómo la industria de los medios y contenidos está viviendo su revolución justo ahora. En Knox Media Hub lo hemos visto claro desde el principio, existe una gran oportunidad para la industria del entretenimiento de mejorar sus procesos gracias a los beneficios de la nube y la digitalización. Esto no sólo aporta flexibilidad y eficiencia en los costes, si no que permite probar y abordar nuevas oportunidades de negocio basadas en la innovación tecnológica que proponemos", afirma Santiago Miralles, CEO y fundador de Knox Media Hub.

MODELO IN CLOUD

El sector broadcast y media ha iniciado una transformación en los últimos años, producir contenido es cada vez más complejo y caro, lo que disminuye los márgenes de las grandes productoras afectando a su competitividad. Para muchas empresas el cloud se ha convertido en una herramienta clave gracias a la flexibilidad, seguridad y escalabilidad que les ofrece para gestionar sus productos audiovisuales. Grandes grupos de producción como Dorna Sports, propietarios de los derechos comerciales y televisivos del Mundial de Motociclismo, Rakuten TV o All3media son algunos de los clientes que han visto en la plataforma de Knox Media Hub la solución para administrar los altos volúmenes de contenidos que manejan.

VIEJENNIALS:
los nuevos compradores online enamorados de lo tradicional

Es evidente que España lleva décadas haciendo frente a un desafío demográfico importante, ya que, después de Japón, es la sociedad más envejecida del mundo. Durante el último año, los mayores de 50 o viejennials se han convertido en un nuevo nicho de mercado ya que tienen un mayor poder adquisitivo, más tiempo libre y son más fieles a las marcas que otros colectivos como los millennials.

Y AUNQUE LOS MAYORES DE 60 son la generación que menos gasto destina a las compras online, desde 2017 sus compras en Internet han experimentado un incremento del 78%, de acuerdo con un Informe elaborado por Bankintercard.

Además, esta generación ha vivido una gran trasformación digital que se ha visto impulsada, en gran parte, por la pandemia. La necesidad de seguir en contacto con amigos, familiares y, sobre todo, con sus nietos en la distancia ha provocado que se pongan manos a la obra con el mundo online. Tanto es así, que el INE destaca que el uso de Internet ha crecido en todos los grupos de edad respecto a 2019, pero que el mayor aumento se sitúa entre los colectivos de 54 a 64, llegando al 72,7%, y el de 65 a 74 años, que alcanza el 50,7%.

"Estamos ante una revolución. Las empresas enfocan sus acciones de marketing a un grupo que es prácticamente nativo digital y dejan olvidadas a generaciones de edades más avanzadas. Colectivos que han hecho del ámbito digital su aliado en los últimos años y que solo se diferencian de los millennials en la edad. Además, las marcas no podemos obviar que para 2050 va a haber más mayores que niños y adolescentes. Se han convertido en un target que demanda servicios que las compañías debemos ser capaces de satisfacer", comenta Igor Negueruela, CEO y fundador de **Esto es Comer.**

SMART TOURISM:
6 beneficios del Big Data para el sector turístico

DESDE SMARTPHONES HASTA ELECTRODOMÉSTICOS, PASANDO POR BUSCADORES O ASISTENTES VIRTUALES, SON MUCHOS LOS SOFTWARES Y DISPOSITIVOS QUE DEPENDEN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, UNA HERRAMIENTA QUE TIENE UN GRAN POTENCIAL PARA LAS EMPRESAS Y LA SOCIEDAD PERO QUE DESDE EL PUNTO DE VISTA ÉTICO HA LEVANTADO UN DEBATE: ¿PUEDE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL REPLICAR TODOS LOS ASPECTOS DE LA MENTE HUMANA, HASTA SUS SESGOS INCONSCIENTES? LA RESPUESTA ES SÍ.

PARA HACER FRENTE A ESTA SITUACIÓN, desde Aiwin han analizado las claves que influyen en la adopción de comportamientos discriminatorios por parte de la IA, definiendo las 5 posibles soluciones para afrontar este problema:

1. Contar con equipos diversos. Una de las principales razones por las que la IA no reconoce rostros de personas no blancas, como sucede con el ejemplo de Joy Boulamnwini, es que la mayoría de los equipos que hacen algoritmos son mayoritariamente hombres blancos que inconscientemente crean los programas a partir de los parámetros que conocen sin darse cuenta de a quién dejan fuera. Para hacer algoritmos que no caigan en estos errores es necesario contar con un equipo diverso y multidisciplinar, que sepa manejar y programar la tecnología siendo consciente de incluir todo el entorno social. La clave, en este sentido, es que estos desarrolladores sean conscientes de que la tecnología que desarrollarán no solo la van a usar personas que se parezcan a ellos física e intelectualmente. Lo que parece una obviedad, no es siempre tan sencillo de tener en cuenta.

2. Uso de datos no sesgados para formar a la IA. Otro ejemplo muy sonado de discriminación por parte de la Inteligencia Artificial se dio con Amazon, que hace unos años tuvo que retirar un software de reclutamiento de trabajadores por discriminar de sus ofertas en puestos técnicos a las mujeres. La razón de este comportamiento se debía simplemente a que el sistema de IA aprendió de los perfiles de solicitantes de empleo en los últimos años, que eran predominantemente masculinos. También es fundamental contar con una base de datos actualizada, representativa de todos los perfiles y que no esté sesgada, pues de ella se alimentará y aprenderá la Inteligencia Artificial.

3. Revisión periódica de los algoritmos. Al igual que es clave tener una base de datos actualizada y sin sesgos, también es muy importante monitorizar y analizar con cierta frecuencia la actividad de la IA para revisar que no está cayendo en posibles sesgos contra personas y/o colectivos concretos. Es decir, es más beneficioso que las personas tengan un control sobre los algoritmos a que la tecnología se regule a sí misma.

4. Mayor entendimiento de lo que implica la Inteligencia Artificial. Los principales expertos en IA consideran que el público general no tiene la suficiente confianza en esta tecnología, no solo por el efecto que pueden tener los sesgos en ella sino por el desconocimiento. Y es que las propias empresas y sus empleados no son realmente conscientes de sus beneficios y de sus riesgos. Por ello es clave revertir esta situación, y con una mayor comprensión del funcionamiento de la Inteligencia Artificial entre los altos directivos se promoverá un mejor entendimiento de las ventajas, de cómo aplicarla más efectiva y productivamente en el día a día, y las implicaciones morales de esta tecnología y cómo aplicarla efectiva y productivamente en el día a día.

Continúa leyendo ▸▸

Telefónica

6 GRANDES EMPRESAS CREAN INDESIA
el primer consorcio de inteligencia artificial de
LA INDUSTRIA EN ESPAÑA

EMPRESAS FUNDADORAS
REPSOL, GESTAMP, NAVANTIA, TÉCNICAS REUNIDAS, TELEFÓNICA Y MICROSOFT HAN CREADO INDESIA, EL PRIMER CONSORCIO DE ECONOMÍA DEL DATO E INTELIGENCIA ARTIFICIAL DEL SECTOR INDUSTRIAL EN ESPAÑA, CON VOCACIÓN EUROPEA Y VOLUNTAD DE INTEGRAR A OTRAS EMPRESAS Y SECTORES.

INDESIA

EL SECTOR INDUSTRIAL EN ESPAÑA se enfrenta a retos, como la necesidad de incrementar la competitividad mediante la automatización y optimización de los procesos industriales y mejorar la sostenibilidad mediante la eficiencia energética, el desarrollo de nuevos materiales con menor impacto ambiental y la apuesta por la economía circular. Para ello, va a necesitar escalar el uso de los datos y la inteligencia artificial en toda su cadena de valor.

PARA DAR RESPUESTA a estos retos, ha nacido INDESIA como proyecto tractor puesto en marcha con el objetivo de posicionar a España como referente en el uso de los datos y la inteligencia artificial en el ámbito industrial e impulsar el desarrollo de una nueva economía que genere crecimiento económico en el país.

INDESIA cuenta con el apoyo y la experiencia de organismos de referencia, como el Basque Artificial Intelligence Center (BAIC), y trabajará para dinamizar la empleabilidad, reduciendo la brecha de formación existente en las disciplinas denominadas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, en sus siglas en inglés), generando nuevos puestos de trabajo de alta cualificación y facilitando la atracción y la retención del talento tecnológico en España.

"EL OBJETIVO ES POSICIONAR A ESPAÑA COMO REFERENTE EN EL USO DE LOS DATOS Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL ÁMBITO INDUSTRIAL E IMPULSAR EL DESARROLLO DE UNA NUEVA ECONOMÍA QUE GENERE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN EL PAÍS"

OBJETIVOS Y DIMENSIONES

- Identificar casos de uso en el ámbito industrial que puedan ser resueltos mediante el dato y la inteligencia artificial, demostrando el valor que pueden aportar estas tecnologías y su transversalidad.

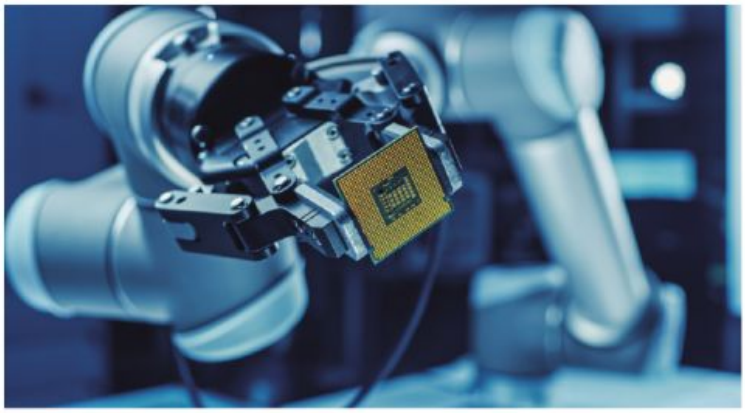
- Crear unos mecanismos aceleradores que agilicen el proceso de desarrollo de soluciones basadas en big data e inteligencia artificial, facilitando el acceso a los recursos técnicos y económicos necesarios para implementarlos.

- Generar un ecosistema de start-ups, centros tecnológicos y universidades especialistas en la investigación y el desarrollo de soluciones de inteligencia artificial aplicadas al ámbito industrial que permitirá compartir y aplicar los conocimientos y las soluciones más eficientes.

- Impulsar la creación de una gran plataforma interoperable de datos industriales que promueva el desarrollo y consumo de soluciones de inteligencia artificial.

- Alcanzar acuerdos para facilitar el acceso a tecnologías de vanguardia (IoT, 5G, cloud, supercomputación, quantum, edge computing…) que habilitarán el desarrollo de los casos.

- Crear una Escuela de Datos & Inteligencia Artificial para poder involucrar y capacitar a los profesionales del sector industrial en el uso y la analítica del dato mediante itinerarios de formación adecuados, que además se focalicen en el fomento de la diversidad, la igualdad de género y la apuesta por los perfiles STEM.



BIBLIOTECA DE CASOS INDUSTRIALES

HAN SIDO IDENTIFICADOS más de 60 casos de uso basados en inteligencia artificial y analítica de datos que ayudarán a traccionar las cadenas de valor de cinco grandes ámbitos industriales y su tejido empresarial: energía, automoción, naval, telecomunicaciones e ingeniería. INDESIA creará una biblioteca de casos industriales transversales y funcionales, debidamente documentados y con acceso a los datos que han permitido resolverlos, que reducirá las barreras de entrada a la tecnología de inteligencia artificial para las empresas y para las más de 100 pequeñas y medianas empresas que ya están en proceso de adhesión al consorcio.

"EL CONSORCIO TAMBIÉN TRABAJARÁ CON UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS PARA POTENCIAR LA EMPLEABILIDAD MEDIANTE EL UPSKILLING (PERFECCIONAMIENTO) Y RESKILLING (RECAPACITACIÓN)"

PLATAFORMA INTEROPERABLE

EL PROYECTO TRACTOR impulsará la creación de una gran plataforma interoperable de datos industriales que facilite el desarrollo y el consumo de soluciones de inteligencia artificial y analítica de datos.

La plataforma permitirá acelerar la ingesta de datos desarrollando conectores con los principales proveedores de software y hardware industriales, garantizando la captación de datos en tiempo real de la actividad de las distintas empresas.

Toda la gestión de los datos se hará garantizando los principios europeos de protección y soberanía del dato, proporcionando mecanismos para que el propietario del dato controle dónde se almacena, quién accede a él y qué tipo de procesamiento se realiza sobre el mismo, garantizando un tratamiento seguro de esos datos. La seguridad y privacidad del dato industrial y personal será un principio de diseño básico para la tecnología, las plataformas y los casos de uso que desarrolle y promocione el consorcio.

Para desarrollar estos casos de uso se está formando un ecosistema de empresas, start ups, centros tecnológicos y universidades especializadas en la aplicación de la inteligencia artificial en el ámbito industrial que permitirá rápidamente extender los conocimientos y prácticas más eficientes, además de adaptarlos a las necesidades particulares de cada sector.

El consorcio también trabajará con universidades públicas y privadas para potenciar la empleabilidad mediante el upskilling (perfeccionamiento) y reskilling (recapacitación) de los empleados en STEM, con foco en la inteligencia artificial.

CRIPTOMONEDAS, DEUDA E INFLACIÓN:
tres claves a entender en la economía post COVID

¿Cómo ha afectado la pandemia al sistema económico internacional y nacional? ¿Qué escenario financiero se vislumbra? ¿Qué opinan los principales actores económicos? ¿Son las criptomonedas un activo refugio seguro? ¿Cómo es el nuevo panorama regulatorio? ¿Cuáles son los nuevos retos del sector?

NUVIX CONSULTING, ha dado la respuesta con su White Paper 'Las claves del escenario post COVID en la economía y en el sector financiero'. Sus expertos han analizado el entorno macroeconómico actual tras la pandemia y en él exponen los posibles escenarios para la recuperación económica, en función de variables como la deuda, los tipos de interés o la inflación.

IMPACTO DEL COVID-19 EN LA DEUDA

Si antes de la crisis sanitaria el nivel de deuda global era alto, a día de hoy asciende a 232 billones de euros, nueva cifra récord debido a la pandemia. Esto supone un incremento de 24 billones con respecto a 2019. En relación al ratio deuda sobre PIB, supera el 355% del PIB mundial. Esto se debe al incremento del gasto público para paliar la caída de ingresos y la falta de actividad, además de a la ampliación de las moratorias de deuda para evitar las quiebras empresariales.

IMPACTO GEOGRÁFICO

ESTE AUMENTO se produce sobre todo en economías desarrolladas, especialmente en la zona euro, siendo muy llamativo los casos de Francia, España y Grecia (por encima de los 50 puntos porcentuales). En la zona emergente, destacan China, Turquía y Corea del Sur.

LA ESPIRAL DE ENDEUDAMIENTO en la que nos encontramos necesita buscar una solución a largo plazo ya que no es sostenible en el tiempo si no se quiere recurrir a drásticos recortes, sobre todo en el gasto público.

En España, el ratio deuda sobre PIB ha alcanzado el 117%, un aumento que se debe al mayor endeudamiento de la Seguridad Social, +55,1%, debido a los numerosos ERTEs. Según estimaciones de la Comisión Europea, en 2021 la deuda pública española podría alcanzar el 124% del PIB. Sin embargo, contamos con la "red protectora" del Banco Central Europeo y su política activa de compra de bonos del Estado, que ha permitido, al menos de momento, controlar el coste de la deuda.

La gestión del endeudamiento debe ser prioritaria para favorecer el crecimiento e incentivar la inversión. De hecho, las previsiones señalan finales de 2022 como posible fecha de la recuperación. Sin embargo, una de las propuestas planteadas al Banco Central Europeo (BCE) para paliar la situación es condonar la deuda contraída y sustituirla por una inversión en sostenibilidad. Iniciativa que tanto la Comisión Europea como el BCE han rechazado.

Inflación: su efecto en las materias primas y activos refugio

El incremento de precio de varias materias primas como el cobre, la madera o el petróleo puede llevar a una inflación con cierta persistencia en el tiempo. La duda es si será algo pasajero o más estructural.

El panorama actual aumenta la incertidumbre en la sociedad. En ese caso, una reacción natural es buscar valores refugio como el oro o los bonos de EE.UU. y Alemania para proteger los ahorros frente a posibles pérdidas de valor adquisitivo o, incluso, aumentar sus cotizaciones.

"EL INCREMENTO DE PRECIO DE VARIAS MATERIAS PRIMAS COMO EL COBRE, LA MADERA O EL PETRÓLEO PUEDE LLEVAR A UNA INFLACIÓN CON CIERTA PERSISTENCIA EN EL TIEMPO. LA DUDA ES SI SERÁ ALGO PASAJERO O MÁS ESTRUCTURAL"

NUEVO PANORAMA
regulatorio para el sector financiero

SE PREVÉ QUE AUMENTE el control a las entidades financieras, por ser las canalizadoras de las ayudas europeas y por su rol crucial en la prestación de los préstamos ICO o en las moratorias de deuda. A diferencia de 2008, la banca debe ser la solución y no el problema.

Por otro lado, aumenta la competencia en este sector con el auge de las Fintech, que tratan de resolver algunas de las debilidades de los proveedores financieros más tradicionales. A lo que se suman las Bigtech, operadores financieros que han irrumpido en el negocio desde sectores diferentes al financiero, como Amazon, Google, Apple y Facebook, y los neobancos, intermediarios financieros que operan de forma 100% digital, como Bnext, N26 o Revolut.

"LA GESTIÓN DEL ENDEUDAMIENTO DEBE SER PRIORITARIA PARA FAVORECER EL CRECIMIENTO E INCENTIVAR LA INVERSIÓN. DE HECHO, LAS PREVISIONES SEÑALAN FINALES DE 2022 COMO POSIBLE FECHA DE LA RECUPERACIÓN. SIN EMBARGO, UNA DE LAS PROPUESTAS PLANTEADAS AL BANCO CENTRAL EUROPEO (BCE) PARA PALIAR LA SITUACIÓN ES CONDONAR LA DEUDA CONTRAÍDA Y SUSTITUIRLA POR UNA INVERSIÓN EN SOSTENIBILIDAD"

RETOS DEL SECTOR: DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

La pandemia ha impulsado la digitalización, siendo la segunda preocupación de las empresas españolas, solo por detrás de la situación económica.

Se ha producido un aumento significativo de los medios electrónicos de pago, un 15% más en otoño de lo que lo que había antes de la pandemia. Y es que la digitalización ha puesto en valor el servicio de la empresa por encima de sus productos, además de llevar su relación con los clientes a una situación de omnicanalidad.

CAMBIO CLIMÁTICO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Las entidades financieras pueden ofrecer financiación verde y sostenible (FVS) a los proyectos y empresas que combatan contra el cambio climático, defiendan los Derechos Humanos y preserven el planeta y sus recursos. Dentro de esta FVS se encuentran los bonos verdes, muy utilizados en España. Solo en 2021 aumentó en un 54% las emisiones de bonos verdes (15 mil millones de euros), mientras que los préstamos sostenibles aumentaron en un 45% (18 mil millones de euros).

Fundación Telefónica

Nuevo número
TELOS 116
Ya disponible

Descárgatelas gratis en:
telos.fundaciontelefonica.com

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

Telefónica

TELEFÓNICA IMPULSA AL SECTOR TURÍSTICO con la tecnología más avanzada

Ante la relevancia que el sector turístico tiene para la recuperación económica, **Telefónica** ha presentado en el **Mobile World Congress de Barcelona** casos de éxito y transformadores, expuestos en la demo Turismo Inteligente, que ayudan a revolucionar la experiencia turística apalancándose en las últimas tecnologías.

TURISMO INTELIGENTE

PARA UNA INDUSTRIA con tanto peso en la reactivación económica como la turística, Telefónica se sitúa como un aliado en la excepcional oportunidad que ofrece la transformación digital, con la que el sector podrá dar respuesta a las nuevas demandas de los clientes en un contexto en el que exigen soluciones y modelos innovadores tras la irrupción de la pandemia.

DESTINOS TURÍSTICOS

TELEFÓNICA APUESTA por crear destinos turísticos inteligentes que sean espacios más seguros para los visitantes. También por revalorizar el destino gracias a la aplicación de la tecnología y propiciar un mayor conocimiento del turista para ofrecer cada vez servicios más personalizados e individualizados. Estas experiencias servirán para mostrar las soluciones y los servicios que ya se están aplicando, y que constituyen los mejores embajadores de lo que Telefónica puede hacer por el sector para acompañarle en su digitalización.

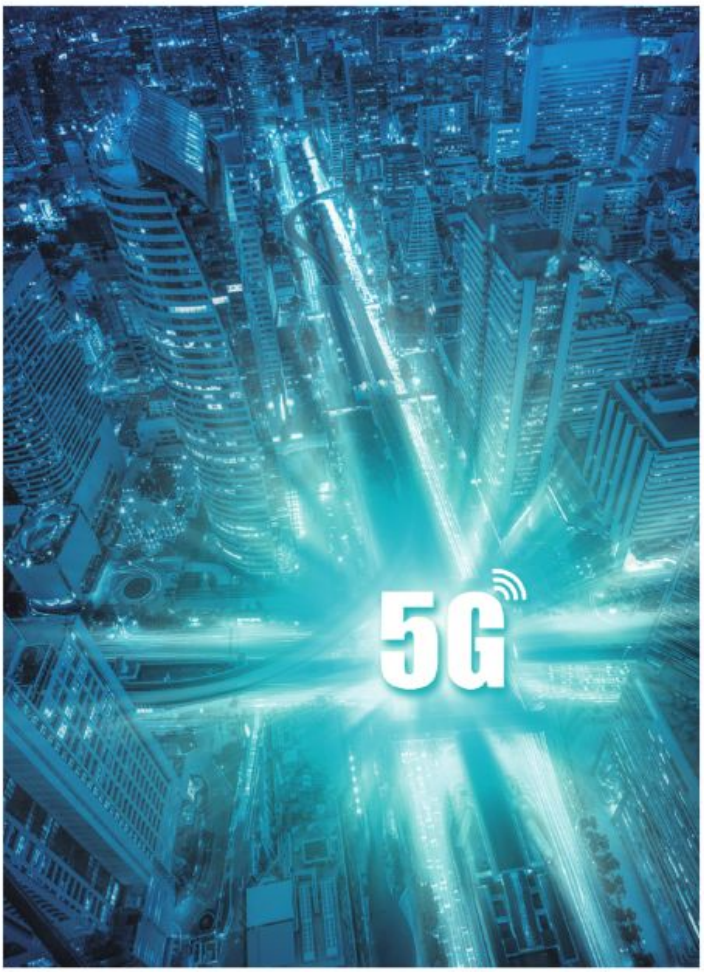
EXPERIENCIA TURÍSTICA

LOS CASOS DE USO podrán verse en el **gemelo digital** creado para acceder al Mobile de manera virtual y en el **cuaderno de transformación** que recoge todavía con más detalle la propuesta de valor que la empresa ofrece al sector. Entre los ejemplos, una solución de traducción simultánea para más de 80 idiomas. Se trata de un proyecto piloto creado en colaboración con Hoteles Meliá mediante el que, a través de una aplicación móvil, y gracias a la baja latencia que el 5G y el edge computing proporcionan, permite la inmediatez suficiente para mantener una conversación en cualquiera de los idiomas disponibles y en tiempo real. Además, y gracias a la tecnología de deep learning, esta solución va mejorando y corrigiendo la conversación para que sea totalmente natural.

Telefónica

COBERTURA 5G

EN PARALELO, TELEFÓNICA ha trabajado otra experiencia con Hoteles Meliá, explorando las capacidades del network slicing. Consiste en proporcionar una cobertura 5G en edificios donde se garantice la capacidad de red necesaria para asegurar el funcionamiento de los servicios críticos sin que afecte la saturación de las redes públicas. Así, en picos de aglomeraciones como eventos o grandes congresos, se garantizan las prestaciones tanto para huéspedes como para los visitantes. Tras la experiencia de ambos proyectos, Tomeu Fiol, Director Technologies International Global en Hotel Meliá, afirma: "El 5G es, sin duda, una de las tecnologías que nos permitirá elevar la experiencia de nuestros huéspedes, el centro de nuestro negocio, y mejorar la eficiencia de nuestro hoteles tanto a nivel de proceso como de consumo de recursos".



<< EL 5G ES, SIN DUDA, UNA DE LAS TECNOLOGÍAS QUE NOS PERMITIRÁ ELEVAR LA EXPERIENCIA DE NUESTROS HUÉSPEDES, EL CENTRO DE NUESTRO NEGOCIO, Y MEJORAR LA EFICIENCIA DE NUESTRO HOTELES TANTO A NIVEL DE PROCESO COMO DE CONSUMO DE RECURSOS >>

Tomeu Fiol, Director Technologies International Global en Hotel Meliá

VISITAS TURÍSTICAS

OTRO CASO DE ÉXITO de turismo inteligente es el creado en colaboración con el Ayuntamiento de Málaga, y que también se podrá experimentar en el marco del MWC. Se ahonda en la mejora de la experiencia turística incluyendo nuevas formas de visitar una ciudad o un pueblo, en este caso permitiendo ver la Semana Santa de Málaga desde diferentes puntos de la ciudad. Utilizando el 5G, el edge computing, junto con la realidad aumentada, cualquier turista puede disfrutar en cualquier época del año de cómo son las tradiciones y las fiestas de España, capilarizando a lo largo del año el empuje que atrae una fiesta popular. Aunque este no es el único caso de uso posible, como comenta Mercedes Fernández responsable de Innovación de Telefónica España, "se pueden recrear escenas históricas en lugares icónicos de la ciudad o ver cómo eran en el momento que se construyeron monumentos que hoy están destruidos".

<< SE PUEDEN RECREAR ESCENAS HISTÓRICAS EN LUGARES ICÓNICOS DE LA CIUDAD O VER CÓMO ERAN EN EL MOMENTO QUE SE CONSTRUYERON MONUMENTOS QUE HOY ESTÁN DESTRUIDOS >>

Mercedes Fernández responsable de Innovación de Telefónica España

ACCIONES
PERSONALIZADAS Y EFECTIVAS

TELEFÓNICA OFRECE ADEMÁS conocimientos avanzados que permiten a las empresas y administraciones públicas optimizar su oferta turística.

Sobre la base del conocimiento del perfil, hábitos de movilidad e intereses de los turistas son posibles múltiples acciones, como personalizar la oferta y dimensionar adecuadamente las infraestructuras, mejorando además la conciliación con los residentes. Otro caso factible es entender el comportamiento de los turistas en el destino para diseñar paquetes y ofertas combinadas que maximicen el retorno, así como para dimensionar las infraestructuras y servicios de una manera acorde con la demanda esperada y diseñar y ejecutar campañas de marketing y publicidad más efectivas. También es posible identificar las zonas y horarios en los que la presión turística es mayor para diversificar la oferta y reducir el impacto en la población residente, pudiendo controlar el aforo en un lugar contribuyendo a garantizar la seguridad.

GONZALO MARTIN VILLA

"Las soluciones que integran tecnología IoT&Big Data y conectividad, son sin duda unas de las palancas clave para reactivar el sector turístico que se ha visto tan afectado por la pandemia. El análisis de la movilidad permite controlar los aforos de localizaciones concurridas y predecir la demanda para adecuar la oferta turística entre otras cosas. La digitalización en este sector es cada vez es más importante" señala Gonzalo Martin Villa CEO de IoT&Big Data en Telefónica Tech.

OBLIGACIONES de trabajadores y empresas para la JUBILACIÓN ACTIVA

Uno de los momentos clave de la vida laboral de cualquier trabajador es la jubilación, sin embargo, llegada la situación, no todos se retiran cuando marca la ley y son muchos los que deciden alargan su vida profesional. En este sentido, existe una modalidad de jubilación prácticamente desconocida por los trabajadores pero que resulta compatible con la actividad laboral, es lo que se conoce como jubilación activa.

JUBILACIÓN ACTIVA

Esta opción permite al trabajador conciliar el cobro del 50% de la pensión con el desarrollo de la actividad profesional. El requisito para acceder a esta modalidad es que el trabajador se jubile una vez que alcance la edad legal de jubilación, y tras haber cotizado los años necesarios para poder cobrar el 100% de la pensión.

OPCIÓN POCO SEGUIDA

Actualmente, la jubilación activa es una opción por la que pocos españoles se decantan. Solo un 0,5% de la población entre 55 y 69 años acepta reducir su jornada laboral y cobrar parte de su pensión antes de jubilarse completamente frente al 6,21% de la media europea. Esto sitúa a España, en el país europeo donde menos habitual resulta que sus trabajadores combinen trabajo y jubilación.

REQUISITOS

LOS EXPERTOS DE LEFEBVRE, INDICAN LOS REQUISITOS QUE DEBEN CUMPLIR TANTO EL EMPLEADO COMO LA EMPRESA EN CASO DE QUE UNA PERSONA DESEE ACOGERSE A LA MODALIDAD DE JUBILACIÓN ACTIVA.

El trabajador cobrará el salario de su empresa y el 50% de su pensión

Hoy en día, la edad de jubilación se sitúa en los 65 años, siempre y cuando se hayan cotizado 37 años y 6 meses, o en 66 años. En este momento, los trabajadores por cuenta ajena que decidan acogerse a la modalidad de jubilación activa podrán seguir trabajando, a tiempo completo o parcial, y acceder simultáneamente a la pensión de jubilación, siempre que acredite la cotización del número mínimo de años necesarios para poder acceder a la pensión con el 100% de la base regulatoria. En este caso, el trabajador cobrará el salario de su empresa y, simultáneamente, el 50% de su pensión. Será al finalizar la relación laboral entre ambos cuando el empleado pasará a cobrar íntegramente su pensión de jubilación.

En el caso de los autónomos, éstos podrán seguir ejerciendo su actividad y jubilarse con el 100% de la pensión si tienen contratados empleados por cuenta ajena.

Las compañías pueden ahorrarse casi un 30% de las cotizaciones por trabajador

Para que los empleados puedan acceder a la jubilación activa la empresa debe cumplir con dos requisitos:

- En los 6 meses anteriores a la jubilación activa no debe haber efectuado despidos improcedentes de empleados que pertenezcan al mismo grupo profesional que la persona jubilada.

- Durante el tiempo que dure la compatibilidad, se deberá mantener el nivel de empleo existente antes de su inicio, es decir, sostener el número de trabajadores dados de alta en los 90 días anteriores. Para calcularlo, basta con dividir la suma de trabajadores existentes en cada uno de los 90 días entre 90.

EXCEPCIONES

Como en toda regla, existen excepciones y no se consideran incumplidas las obligaciones de mantenimiento del empleo indicadas cuando un contrato se extingue por despido objetivo o disciplinario procedente por dimisión, fallecimiento, jubilación, incapacidad permanente del trabajador y finalización del contrato temporal.

ADEMÁS, con el sistema de jubilación activa las empresas pueden llegar a ahorrar casi un 30% por trabajador, al tener que cotizar a la Seguridad Social solo por dos conceptos:

- Cuota por incapacidad temporal: la empresa se hará cargo del 1,25%, mientras que el trabajador deberá abonar el 0,25% restante, hasta alcanzar el tipo de 1,50%
- Cuota especial de solidaridad: se deberá ingresar el 9% sobre la base de cotización por contingencias comunes, no computables a efectos de prestaciones. En este sentido, a la empresa le corresponde abonar el 7% mientras que el trabajador deberá hacerse cargo del 2% restante.

Por tanto, la empresa ya no tendrá que abonar la cotización por contingencias comunes (23,60%), desempleo (5,50%), Fondo de Garantía Salarial (0,20%) o Formación profesional (0,60%).

VERSE LIDERA el crecimiento fintech en 2021

<< Verse, el banco de los jóvenes líder en Europa, se afianza como la fintech que más ha crecido en el sector financiero en España en esta primera mitad de 2021 acaparando más de un 27% de cuota de mercado en este segmento >>

BANCO DE LOS JÓVENES

LA APP SUPERA YA LOS 2,5 MILLONES de usuarios en toda Europa y continúa sumando miles de usuarios a diario al ser la única alternativa de pago instantáneo a las plataformas tradicionales del sector bancario. Así, en el último año Verse ha promediado 140.000 nuevos usuarios al mes reforzando su liderazgo como la aplicación con mejor ratio de crecimiento.

USUARIOS EN ESPAÑA

Verse concentra más de un 80% de usuarios en España. Actualmente 1,8 millones de versers en nuestro país son usuarios activos de la aplicación y la utilizan al menos 4 veces a la semana para sus compras semanales y pagos a amigos y familiares.

"La irrupción del sector fintech es imparable. En el futuro toda la banca será digital y no solo en la forma de relacionarse con el cliente, sino en la creación de productos y en la misma definición de lo que significa el dinero. Los usuarios buscan obtener un mejor servicio a través de los canales digitales y solo las apps 100% nativas digitales como Verse pueden ofrecer la máxima calidad en ese sentido", afirma Bernardo Hernández, CEO de Verse.

LA PANDEMIA INCENTIVA EL CRECIMIENTO

El contexto originado por la pandemia ha impulsado definitivamente la relación con la banca tradicional y cada vez más usuarios apuestan por plataformas 100% nativas digitales como Verse. Desde el inicio de la crisis sanitaria del Covid-19 Verse ha sumado más de 1 millón de nuevos usuarios facilitando durante meses a miles de usuarios las gestiones diarias de envío y recepción de dinero de forma rápida y sencilla desde su teléfono móvil.

En este tiempo Verse ha centrado especialmente sus esfuerzos en reforzar el vínculo con la base principal de usuarios, la llamada Generación Z.

LA APP CON MÁS USUARIOS, LA MÁS DESCARGADA Y LA MEJOR VALORADA

Además de su crecimiento orgánico Verse también cuenta con la mejor valoración del sector con una puntación de 4,9/5 y es ya la opción preferida por los españoles para el pago directo a través del móvil al ocupar la primera posición en número de descargas de este segmento en los rankings App Store y Play Store.

Verse se ha convertido en la opción favorita tras reformular el concepto de transferencia y convertirse en una nueva red social. Los usuarios pueden crear grupos dentro de la app, gestionar los gastos comunes, organizar eventos, juegos y concursos integrados en otras redes sociales.

"VERSE CONCENTRA MÁS DE UN 80% DE USUARIOS EN ESPAÑA. ACTUALMENTE 1,8 MILLONES DE VERSERS EN NUESTRO PAÍS SON USUARIOS ACTIVOS DE LA APLICACIÓN Y LA UTILIZAN AL MENOS 4 VECES A LA SEMANA"

LA APP CON
MÁS SEGUIDORES DE EUROPA EN REDES SOCIALES

ADEMÁS DEL LIDERAZGO en cuanto a número de usuarios y valoración de la app, Verse es también la app de finanzas con más seguidores de Europa y la segunda en todo el mundo. La comunidad de versers continúa creciendo diariamente y alcanza ya los 1,3 millones de seguidores en Instagram.
Durante el último año Verse ha doblado su comunidad en esta red social y trabaja frecuentemente con influencers en campañas como el sorteo con Violeta Mangrinyan, que rompió el récord de mayor número de comentarios en un post de Instagram en Europa.

"Apostamos por Instagram ya que es donde nuestros usuarios "viven". Los versers quieren que el dinero trabaje para ellos y que las interacciones con el dinero sean a golpe de clic, tap o un swipe de móvil y no una conversación pesada con un gerente bancario", afirma Bernardo Hernández, CEO de Verse.

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**

ESTE VERANO SE FIRMARÁN 1,24 millones de contratos en España

El auge del turismo estival y el consumo en las rebajas, unido a los mejores datos sanitarios, con casi el 50% de la población española vacunada con una dosis, y con medidas de relajación como el fin de la mascarilla al aire libre, crea un escenario muy propicio para la recuperación del empleo.

● Adecco prevé que entre junio y septiembre se experimente un incremento interanual en la contratación del 20,4%, que supone la firma de más de 1.243.000 contratos en nuestro país (210.000 más que en 2020), de los cuales 136.200 estarán vinculados a las rebajas, un 14% más con respecto al año pasado.

● Cataluña se sitúa un año más a la cabeza de las previsiones de la campaña de verano, ya que creará más de 209.500 puestos de trabajo. Tras ella, la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia serán las que más empleo generen, 156.000 y 150.000 contratos respectivamente. La Comunidad de Madrid y Andalucía cierran el top 5 con 145.100 y 129.200 nuevas contrataciones, respectivamente.

● Sin embargo, será Navarra la autonomía que crecerá en mayor medida con respecto a 2020 tras un verano pasado fallido, con un incremento del 60%, seguida de Canarias y Baleares, con un crecimiento ambas del 50% interanual.

"ADECCO, PREVÉ QUE DURANTE LOS MESES DE JUNIO, JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE SE EXPERIMENTE UN INCREMENTO INTERANUAL EN LA CONTRATACIÓN DEL 20,4%"

- Centrándonos únicamente en la campaña de rebajas, se prevé que las cinco autonomías que más contratos firmen sean Cataluña (27.000 nuevos empleos), la Comunidad de Madrid (16.500), la Comunidad Valenciana (16.400), Andalucía (16.150) y Castilla y León, en un siguiente escalón (9.600 firmas).

- Teniendo en cuenta el crecimiento interanual en las rebajas, las comunidades autónomas que despuntan son Madrid, con una subida del 18% con respecto al año anterior, Cataluña, con un 16,7%, y la Comunidad Valenciana, que aumenta la contratación respecto a 2020 un 16,5%.

- Los sectores vinculados al turismo, la hostelería y el comercio, físico y electrónico, son los que más empleo generarán en la campaña de verano y rebajas: la distribución, el retail, la logística, y el transporte serán los más beneficiados.

● Camareros, cocineros, dependientes, cajeros, mozos, preparadores de pedidos, y carretilleros serán algunos de los perfiles más demandados. Además, como sucedió el verano pasado, nuevos profesionales que no existían antes de la COVID-19 tendrán su hueco en algunas regiones: desinfectadores, auxiliares de playa…

CAMPAÑA DE VERANO 2021

EMPIEZA EL VERANO y con él la época de vacaciones, rebajas y un repunte en la contratación. El empleo y la economía se benefician de esta campaña y surgen nuevas posiciones y oportunidades laborales. El auge del turismo estival unido a los mejores datos sanitarios, con casi el 50% de la población española vacunada con una dosis, y con medidas de relajación como el fin del uso de mascarillas al aire libre o la ampliación de horarios para la hostelería, crea un escenario muy propicio para la recuperación y creación de empleo en sectores muy diversos, y afectará positivamente a la campaña de verano y rebajas de 2021.

Adecco, prevé que durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre se experimente un incremento interanual en la contratación del 20,4%, que supone la firma de más de 1.243.000 contratos en nuestro país, de los cuales casi 147.000 estarán vinculados a la campaña de rebajas, un 14,5% más con respecto al año pasado.

En palabras de Rubén Castro, director de Adecco Staffing: "hemos vivido un año muy duro de cara al empleo, alcanzando tasas de paro nunca vistas, un récord de personas afectadas por ERTEs, incertidumbre…, pero es el momento de revertir esta situación y empezar poco a poco a recuperar los niveles de empleo previos al estallido de esta crisis. Sin duda, durante los próximos meses muchas de las personas que siguen acogidas a un ERTE podrán reincorporarse al mercado de trabajo y, además, será el momento en que sectores más castigados como la hostelería y el turismo puedan reactivarse a buen ritmo de facturación y contratación de personal"

LA CAMPAÑA DE VERANO EN LAS CC.AA.

EL NÚMERO DE CONTRATOS que se celebrarán entre los meses de junio a septiembre, un año más Cataluña es la autonomía líder en creación de empleo en la campaña estival, como ya viene siendo habitual, con una previsión de más de 209.500 nuevos contratos de puesta a disposición. Le siguen la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia, que han adelantado a Madrid en el ranking y generarán casi 156.000 y 150.000 empleos respectivamente. La Comunidad de Madrid desciende en la tabla y se sitúa cuarta en creación de empleo, con 145.100 puestos de trabajo y cierra el top 5 Andalucía con 129.200 contratos previstos.

ZONA	Nº CONTR. 2020	INCR. INTERANUAL	Nº CONTR. 2021
Cataluña	177.085	18%	209.593
C. Valenciana	115.042	36%	155.944
Murcia	124.869	20%	149.843
Madrid	129.562	12%	145.109
Andalucía	110.742	17%	129.206
Castilla y León	66.595	14%	75.616
Galicia	54.913	19%	65.543
C. La Mancha	57.614	10%	63.299
Navarra	35.938	60%	57.501
Aragón	46.818	20%	56.341
País Vasco	46.360	12%	51.969
Cantabria	28.078	15%	32.290
Canarias	12.449	50%	18.674
Asturias	10.237	20%	12.284
La Rioja	9.359	10%	10.295
Extremadura	3.942	29%	5.077
Baleares	2.965	50%	4.448
ESPAÑA	**1.032.568**	**20,40%**	**1.243.032**

COMO YA HA OCURRIDO en años anteriores, en esta campaña se espera que en todas las comunidades se incremente la contratación con relación al año anterior. El mayor crecimiento interanual lo experimentará Navarra, donde el número de empleos estivales crecerá un 60% más que en 2020. La campaña de verano 2020 en la Comunidad Foral fue casi inexistente con diferentes brotes a lo largo de los meses de verano que llevaron a tomar medidas más restrictivas y a reducir la contratación notablemente, de ahí ese gran incremento interanual.

Tras ella se sitúan los dos archipiélagos, Canarias y Baleares, con un incremento ambas del 50% interanual, sujeto a la llegada de turistas extranjeros de todas las nacionalidades.

La Comunidad Valenciana y Extremadura verán aumentar el número de empleos un 36% y un 29%, respectivamente, esto es, el cuarto y quinto mayor crecimiento del país. Les siguen la Región de Murcia, Aragón y Asturias, cuya contratación evolucionará a un ritmo del 20% interanual cada una, al igual que la media nacional (+20,4%).

ZONA	Nº CONTR. 2020	INCR. INTERANUAL	Nº CONTR. 2021
Cataluña	23.106	16,7%	26.962
Madrid	14.050	18,0%	16.578
C. Valenciana	14.060	16,5%	16.387
Andalucía	14.398	12,2%	16.148
Castilla y León	8.530	12,9%	9.633
C. La Mancha	7.780	12,3%	8.738
Murcia	7.495	7,0%	8.020
Galicia	6.380	14,2%	7.288
País Vasco	5.972	14,6%	6.844
Aragón	5.537	11,6%	6.179
Navarra	4.077	10,0%	4.485
Cantabria	3.171	10,0%	3.488
Canarias	1.546	10,9%	1.713
Asturias	1.312	10,0%	1.443
La Rioja	980	10,0%	1.078
Extremadura	602	10,0%	662
Baleares	483	15,0%	555
ESPAÑA	**119.479**	**14,0%**	**136.201**

LA CONTRATACIÓN en la campaña de rebajas

"ANDALUCÍA Y CASTILLA Y LEÓN CIERRAN ESTE TOP 5 CON CERCA DE 16.150 Y MÁS DE 9.600 EMPLEOS RESPECTIVAMENTE, UNA SUBIDA DE UN 12,2% Y UN 12,9%, RESPECTIVAMENTE, CON RESPECTO AL 2020"

LAS REBAJAS SIEMPRE suponen un importante repunte del empleo en nuestro país. En esta época, las atractivas ofertas de las diferentes empresas favorecen el aumento del consumo que se traduce en un crecimiento notable en la demanda de trabajadores temporales para hacer frente a esas necesidades. Y como ya hemos comentado, Adecco prevé que estas rebajas generen alrededor de 136.200 contratos, lo que supone un incremento interanual del 14%.

A nivel autonómico, e igual que la campaña estival, Cataluña liderará la contratación con casi 27.000 empleos, lo que supone un incremento del 16,7% respecto a las rebajas de 2020. Tras ella, se sitúa la Comunidad de Madrid, con más de 16.500 nuevos puestos de trabajo, es la autonomía donde se espera el mayor crecimiento interanual en las rebajas (+18%). Muy cerca queda tercera la Comunidad Valenciana, con la previsión de 16.400 contratos (+16,5%).

"Adecco prevé que estas rebajas generen alrededor de 136.200 contratos, lo que supone un incremento interanual del 14%"

EL TURISMO Y EL COMERCIO IMPULSARÁN EL EMPLEO

LA TEMPORADA ESTIVAL en nuestro país es sinónimo de un gran repunte del sector turístico y la hostelería, con especial incidencia en las zonas de costa y las principales ciudades, que son las que concentran la mayor afluencia de turistas,

El aumento de la actividad turística también fomentará el empleo en otros sectores relacionados estrechamente con este, en concreto el aeroportuario, el sector servicios, y el de logística y transporte.

Otros como el comercio electrónico seguirán creciendo y generando empleo. Como es habitual en las rebajas, el comercio físico y el retail serán protagonistas; y el e-Commerce, el gran consumo, la distribución, la logística, y el transporte serán sectores también beneficiados y seguirán generando empleo en esta época.

LOS PERFILES MÁS DEMANDADOS DURANTE EL VERANO

LOS PERFILES MÁS SOLICITADOS durante la campaña estival y las rebajas son diversos y varían en función de la región y el sector.

SE demandarán camareros, cocineros, ayudantes de cocina, camareros de piso, monitores de tiempo libre o animadores y socorristas.

En las rebajas aumentará la necesidad de personal para el comercio físico y se buscarán perfiles como dependientes, promotores comerciales, ayudantes en tienda, cajeros, etc.

Ya no solo se demanda personal para las tiendas físicas, sino que, gracias al comercio online, se ha visto reforzada la incorporación de trabajadores destinados a la preparación y la distribución de los pedidos online: empaquetadores, reponedores, mozos, preparadores de pedidos, responsables de stock, y carretilleros.

"ADEMÁS, SE DEMANDAN PERFILES QUE NO EXISTÍAN ANTES DE LA COVID-19: DESINFECTADORES DE ROPA Y ESPACIOS, RASTREADORES, AUXILIARES DE PLAYA ETC. "

Fórmate en las habilidades clave del futuro laboral, a tu ritmo

Empieza ya a aprender en nuestra
Academia digital de soft skills

Ahora, te regalamos el curso "Autodisciplina y hábitos" valorado en 90 €. ¡Regístrate ya!

www.academy.execoach.es

execoach academy

NOS ENCANTAN LAS PERSONAS.NOS ENCANTA LA TECNOLOGÍA.

Ángel Martínez

SOCIO DE EXECOACH.

www.execoach.es

PREPÁRATE PARA TUS REUNIONES REMOTAS

Hoy en día las reuniones de trabajo por Zoom, Webex o Teams se han disparado. Han llegado para quedarse, aunque ahora más que nunca nos estamos dando cuenta que no son tan fáciles de realizar ya que se necesita cambiar ciertos hábitos a que no estamos muy acostumbrados en el formato presencial.

- **Tómate un tiempo para preparar tu espacio,** sobre todo que la luz no provenga por tu espalda, ya que hará que tu cara esté en la sombra y creará un efecto extraño.
- **Ten en cuenta que la gente podrá ver el resto de tu casa o de tu habitación,** por lo que debes buscar un lugar cuidado y ordenado. Es tu imagen profesional la que estás mostrando. Sin embargo, siempre puedes utilizar un fondo virtual, pero utiliza un fondo neutro y natural como por ejemplo una habitación luminosa y procura evitar fondos de pantalla como la playa o irreales tipo Blade Runner que despistan a la gente de la reunión y no proyectan una imagen profesional.
- **Procura controlar la velocidad de internet.** Aunque no se requiere mucha velocidad, ya que con 10Mb/seg son suficientes, ten en cuenta que debes medir tu velocidad de conexión como por ejemplo con speedtest.net y asegurarte de que tienes una señal estable. Procura no estar lejos del router o si puedes, conéctate con cable. Conseguirás una señal mucho más estable y robusta.

- En la mayoría de plataformas se puede compartir pantalla, chatear, o usar una pizarra electrónica donde poder interactuar con el equipo. Para eso demuestra que usas la tecnología y prepárate previamente con las herramientas que utilices, sobre todo si eres el anfitrión de la reunión.
- Pon la cámara en frente de ti y a la altura de la pantalla. Esto no te preocupará si usas la webcam de tu portátil, pero mucha gente pone la cámara en un lateral y el monitor en otro, creando una sensación en la que la persona nos habla de lado. Raro ¿no?
- El audio debe ser de alta calidad. Aunque tengas un equipo con muy buen micrófono, recuerda que el audio en una videoconferencia no tiene la misma calidad que al hablar cara a cara con una persona, así que no hagas que el resto de compañeros tengan que esforzarse para entenderte, porque lo creas o no, acaba agotando. Para esto, si vas a utilizar el micro interno de tu ordenador procura que no tengas ruidos ambientales porque captan casi todos los sonidos (niños, animales ladrando o un vecino que se pone a taladrar toda la casa) y algunas veces además, se acoplan con los altavoces. De todos modos, haz pruebas de sonido antes de comenzar la reunión (las plataformas te permiten hacer pruebas) y si tienes dudas, utiliza auriculares con micrófono, el resto de gente, te aseguro que te lo agradecerán.

De todos modos, las reuniones presenciales volverán, sin duda, pero también se quedarán las remotas, así que mientras antes nos preparemos, mejor imagen proyectaremos y ya tendremos oportunidad de volver a tomarnos un café en una reunión más distendida.

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)

CLAVES PARA UNA BUENA estrategia de RRSS que aumente los BENEFICIOS EN ECOMMERCE

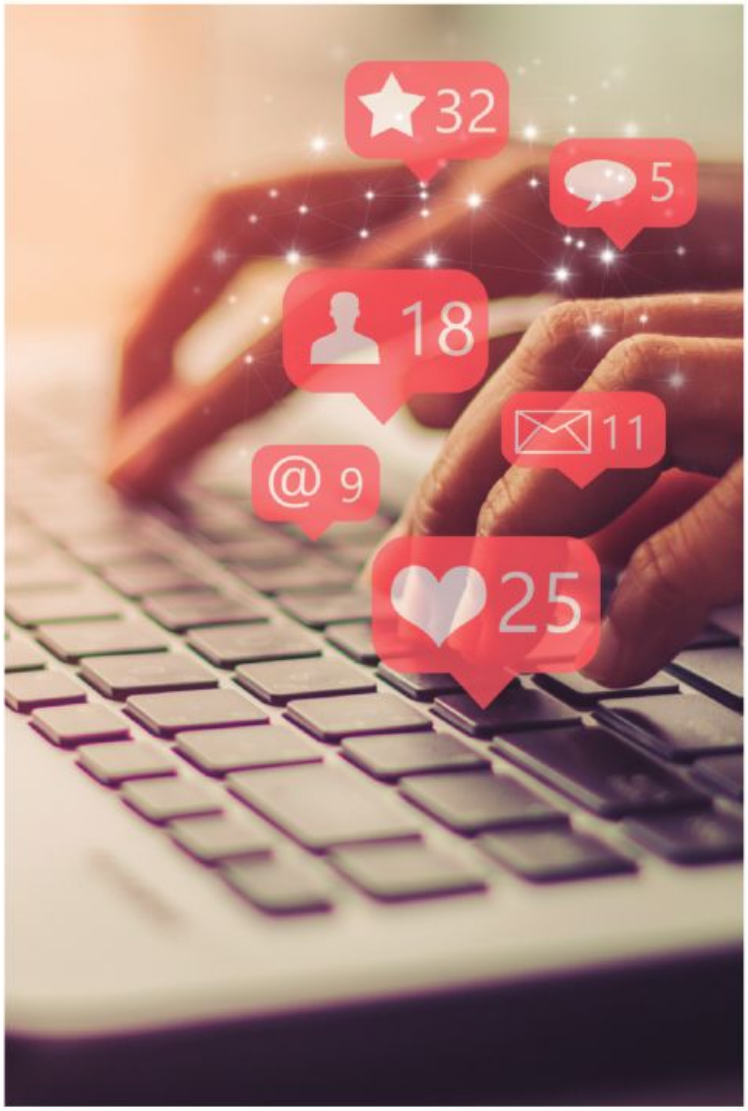
Según el Informe Digital 2021 de Hootsuite y We Are Social, en España existen más de 37 millones de usuarios activos en redes sociales; con usos muy variados, desde entretenimiento, a búsqueda de ofertas de trabajo, conocer gente y canal de compra e información sobre productos o servicios.

> LAS CAMPAÑAS Y ACCIONES DESARROLLADAS EN REDES SOCIALES SE TIENEN QUE ANALIZAR PARA SER CONSCIENTES DE SU EFICACIA O CORREGIR POSIBLES FALLOS

MERCADO REDES SOCIALES EN ESPAÑA

El Estudio de Redes Sociales 2021 de IAB Spain indica que el 44% de los españoles usuarios de redes afirma usarlas para informarse y comprar productos y servicios.Cada vez queda más claro que las empresas deben apostar por estos canales como una vía comercial añadida con el cliente, especialmente en el caso de las marcas que venden exclusivamente a través de su eCommerce.

Por ello, es necesario que este tipo de empresas elaboren una buena estrategia para aprovechar al máximo el potencial de redes clásicas como Twitter o Instagram y, también, de las más novedosas como Twitch o TikTok.

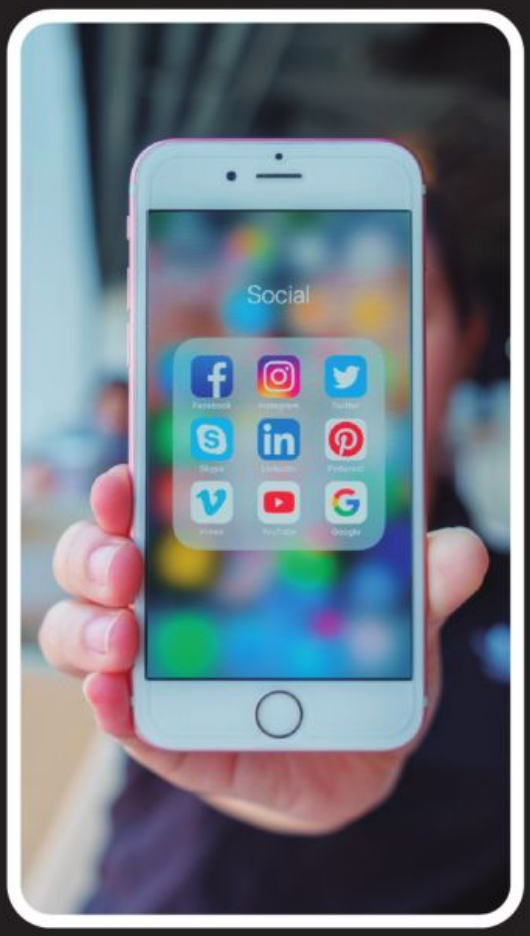


CONSEJOS desde Doofinder

ANTE ESTE ESCENARIO desde **Doofinder**, ofrecen 6 consejos para que las marcas puedan construir una buena estrategia de venta en redes sociales:

- **Los sorteos y concursos nunca fallan.** Una buena forma de interactuar con los consumidores en redes sociales es organizar sorteos y concursos con motivo de alguna fecha especial (por ejemplo, en Navidad o en Halloween) o en los lanzamientos de nuevos servicios y productos. Los clientes siempre estarán receptivos a participar en este tipo de acciones, que son también beneficiosas para la marca, pues se da a conocer de forma masiva el producto.

"DOOFINDER CUENTA CON UN EBOOK DE DESCARGA GRATUITA QUE PERMITIRÁ A LOS ECOMMERCE TRIPLICAR SUS CONVERSIONES A VENTAS EN FACEBOOK"



● **Ofertas y descuentos exclusivos.** Cada red social tiene su propio target y funcionamiento, por lo que es recomendable seguir una estrategia diferenciada para cada una. Con sencillas herramientas, como Google Analytics, se puede diferenciar perfectamente los usuarios tipos de cada red social y, con esta información, crear ofertas y descuentos personalizados para los productos que más se adapten a esos seguidores. En esta línea, Doofinder cuenta con un **eBook de descarga gratuita** que permitirá a los eCommerce triplicar sus conversiones a ventas en Facebook.

« Las campañas y acciones desarrolladas en redes sociales se tienen que analizar para ser conscientes de su eficacia o corregir posibles fallos. Este análisis también puede ser de gran utilidad para comprobar cuáles son los productos y servicios que más interesan a los seguidores de una red social en concreto »

● **Las redes sociales como canal directo de venta.** Está técnica, también conocida como 'social commerce', consiste en utilizar las distintas funcionalidades de las redes sociales para que las marcas puedan vender desde su perfil. Ya son varias las redes que cuentan con herramientas de este tipo, como Instagram. Sus ventajas también son múltiples para las empresas: comodidad para los usuarios, posibilidad de llegar a un mayor público potencial o redirigir el tráfico hacia las landings del producto que se quiere vender.

● **Seguir la regla del 80/20.** Los seguidores esperan que la mayoría del contenido sea no promocional, por tanto, los posts destinados a la promoción y venta directa no deberían ser el objetivo principal de una estrategia en RRSS, únicamente un 20%. En este sentido, es esencial encontrar el equilibrio entre publicar contenido con links que envíen al usuario a las landings del negocio, pero sin llegar a saturar con este tipo de publicaciones.

● **Atención al cliente.** Las redes sociales son en muchas ocasiones el primer paso para que los usuarios confíen en una marca. Gracias a su capacidad de conexión y comunicación inmediata entre marca y usuario, las redes sociales son un canal muy recomendado para la atención al cliente, así como para resolver dudas, conocer su opinión sobre los productos, resolver posibles incidencias, y redirigir las páginas de FAQs de la web.

● **Herramienta de feedback para mejorar.** Las campañas y acciones desarrolladas en redes sociales se tienen que analizar para ser conscientes de su eficacia o corregir posibles fallos. Este análisis también puede ser de gran utilidad para comprobar cuáles son los productos y servicios que más interesan a los seguidores de una red social en concreto. Por ejemplo, si el sorteo de un nuevo producto ha tenido mucho engagement, sería recomendable impulsar las promociones de ese mismo producto en el propio eCommerce.

Llorenç Palomas, CMO de Doofinder, apunta "poner en marcha una estrategia de venta en redes sociales puede ser complicado, especialmente para aquellas empresas que acaban de dar el paso de estar en el universo online". En este sentido, recuerda que "lo primero que hay que tener en cuenta es que no hay dos caminos iguales, todo dependerá del cliente potencial de la marca y de la red social en la que se quiere aplicar la estrategia para complementar e impulsar las ventas del eCommerce".

hotmart

HOTMART, LA REVOLUCIONARIA plataforma que impulsa el éxito DE LOS PRODUCTOS DIGITALES

Hotmart, es una de las plataformas que está revolucionando el mercado digital y la forma de consumir contenido, proporciona una solución que integra todo en uno: creación, venta e impulso del producto digital, conectando los Productores a Afiliados y los compradores.

> SE TRATA DE UN SERVICIO DISEÑADO ESPECIALMENTE PARA QUE LOS CREADORES DE CONTENIDO DISPONGAN DE LA TOTAL FLEXIBILIDAD NECESARIA PARA CONSEGUIR EL ÉXITO EN SU ESTRATEGIA DE VENTAS

PLATAFORMA HOTMART

EL FUNCIONAMIENTO es muy simple: alguien con conocimientos en una determinada área (Productor) crea un producto digital, como un curso online, un ebook, podcast o suscripción para compartirlo con el mundo.

Una vez que está listo, el creador aloja en Hotmart el producto y comienza a venderlo. Puede hacerlo solo o contar con la ayuda de otras personas (denominadas Afiliados) para divulgar el infoproducto.

De esta forma, se trata de un servicio diseñado especialmente para que los creadores de contenido dispongan de la total flexibilidad necesaria para conseguir el éxito en su estrategia de ventas, sin necesidad de experiencia previa y partiendo desde cero.

HOTMART en cifras

Con más de 370.000 productos registrados, más de 26 millones de usuarios, ventas en 188 países y 13 monedas registradas a nivel mundial, Hotmart es la solución perfecta para que los creadores de contenidos ahorren tiempo y puedan dedicarse en exclusiva a crear un contenido de calidad y cuidar a sus clientes o nuevos compradores, sin preocuparse ni por la parte técnica ni por las ventas. Al día se generan a nivel global 3.292 infoproductos nuevos, 28.189 estudiantes consiguen una certificación en el Club de Hotmart, son vistas 221.586 horas de contenido, se suben más de 12.000 vídeos nuevos aproximadamente y unos 476 usuarios realizan su primera venta. Unas cifras que demuestran el éxito del negocio de los productos digitales y de esta plataforma a la hora de impulsarlos.

"HOTMART ES LA SOLUCIÓN PERFECTA PARA QUE LOS CREADORES DE CONTENIDOS AHORREN TIEMPO Y PUEDAN DEDICARSE EN EXCLUSIVA A CREAR UN CONTENIDO DE CALIDAD Y CUIDAR A SUS CLIENTES O NUEVOS COMPRADORES, SIN PREOCUPARSE NI POR LA PARTE TÉCNICA NI POR LAS VENTAS"

CREACIÓN de productos digitales

HOTMART REVOLUCIONA la forma de crear un producto digital, simplificando y englobando las tareas en una sola plataforma, al mismo tiempo que aporta libertad para elegir las tácticas correspondientes que necesita cada caso. Todo esto supone una serie de ventajas para cualquier creador o emprendedor de contenidos digitales.
Hotmart cuenta con un ecosistema integrado (todo en uno/all in one) para crear su producto, ya que mucha gente puede empezar de cero.

<< Al día se generan a nivel global 3.292 infoproductos nuevos, 28.189 estudiantes consiguen una certificación en el Club de Hotmart, son vistas 221.586 horas de contenido, se suben más de 12.000 vídeos nuevos aproximadamente y unos 476 usuarios realizan su primera venta >>

LAS CLAVES

Estas son las cinco claves del servicio todo en uno de Hotmart:

- **Permite alojar contenido.** Mediante un sistema práctico y seguro, al mismo tiempo que ofrece una amplia variedad de características como: traducción automática y subtitulado a numerosos idiomas.
- **Muestra los contenidos online.** Los estudiantes podrán realizar los cursos, escuchar podcasts o leer ebooks, por ejemplo, sin conexión y sobre la marcha con la aplicación móvil Sparkle.
- **Permite crear una comunidad online.** En el área de miembros que permite seguir el desempeño de los estudiantes y la participación. Incluso puede crear anuncios gratuitos para otros cursos entre clases u ofrecer un producto adicional a la hora de pagar.
- **Permite crear un embudo de ventas simple y rápido,** que funcione mientras los estudiantes trabajan el contenido mediante un click de compra.
- **Informes y análisis para direccionar mejor su estrategia de ventas,** con una visión completa, informes personalizados, segmentación de usuarios, tipos de tráfico y otros.

VENTAJAS DE HOTMART

PARA MUCHOS CREADORES de contenido digital, lidiar con el dilema de la gestión les supone invertir mucho tiempo en ello, algo que con la plataforma de Hotmart, que engloba todo en uno, desaparece.

La herramienta brinda la infraestructura necesaria para que el producto se almacene con toda la seguridad posible, ofrece una pasarela de pago segura, las ventas son verificadas y la entrega del producto al cliente se realiza de forma automática. Además, la misma herramienta ayuda a la promoción del producto (a través de su programa de Afiliados) para acelerar el proceso de la venta, la cuenta es gratuita para los creadores de productos y no existen ni tarifas mensuales, y si solo por cada venta realizada.

"Estamos muy contentos de haber alcanzado la marca de más 26 millones de usuarios a nivel mundial" - asegura Raúl Maraña, Director de Negocios de Hotmart. "Estos datos nos confirman que nuestra plataforma está ampliando las posibilidades para que cada vez más personas puedan vivir de sus pasiones, emprender, enseñar y aprender online".

blog

El post de HÉCTOR MERODIO

eCommerce - Analítica Web - Shopify Expert - Marketing Online

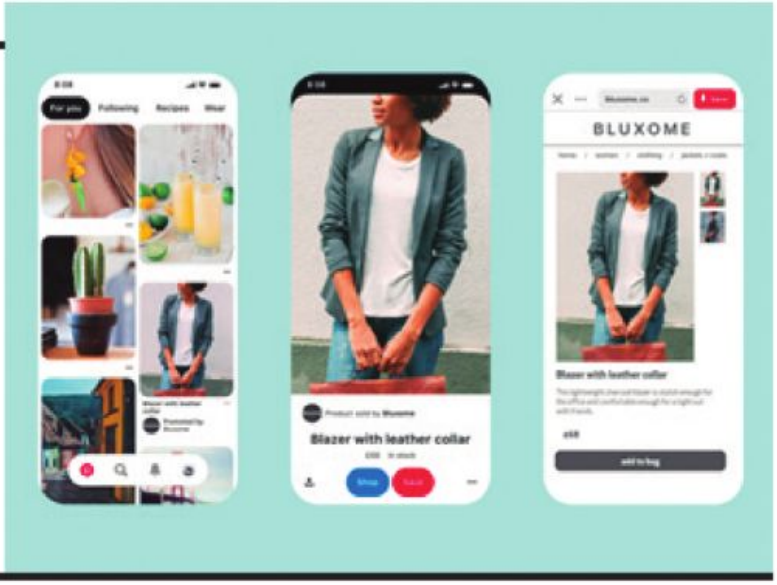
PINTEREST Y SHOPIFY: otro paso más para el SOCIAL COMMERCE

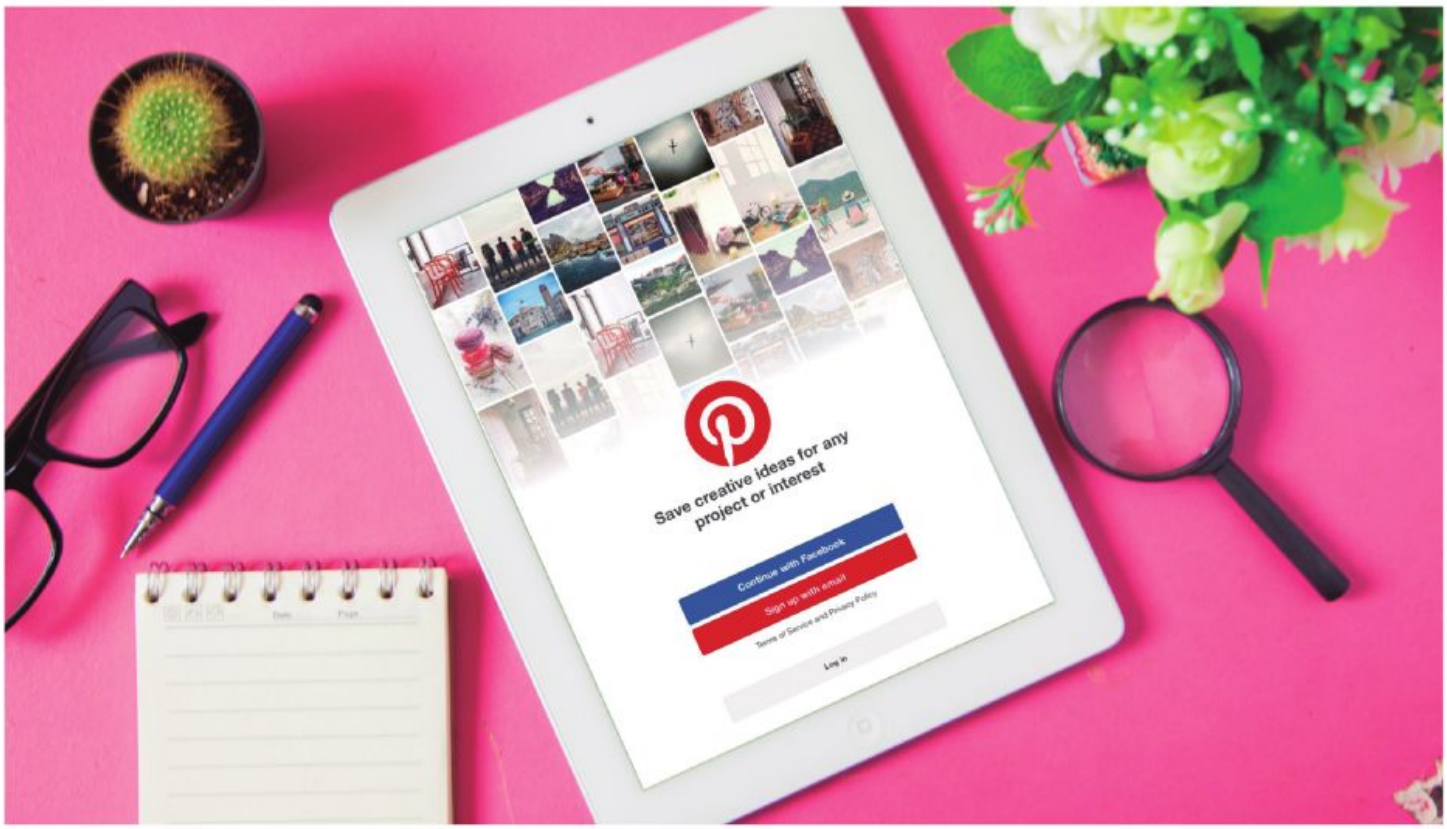
La red social Pinterest y Shopify, han decidido sumar fuerzas para impulsar el social commerce en España y en otros 26 países más. Ya puedes crear un nuevo canal de venta y activar tu tienda en Pinterest, del mismo modo que lo haces para Facebook o Instagram.

Vender a través de Pinterest supone tener un canal de ventas adicional muy interesante y ofrecer tus productos (también) aquí te permitirá diversificar tu negocio y tener más posibilidades de ventas.
Una vez que tengas el canal activado y correctamente configurado podrás colocar automáticamente una etiqueta, crear un catálogo, recibir distribución orgánica y activar el tráfico, la conversión. Además poder crear campañas de retargeting dinámico.

A LA HORA DE PLANIFICAR TUS CAMPAÑAS en Pinterest, ten en cuenta que el 97% de las principales búsquedas en Pinterest no tienen marca y consisten en consultas de 2 o 3 palabras.

La mayoría de los usuarios no escriben el nombre de una marca en sus búsquedas. Por consiguiente, los negocios de cualquier tamaño tienen una oportunidad equitativa de darse a conocer a más de 450 millones de consumidores que buscan productos y servicios, que se muestran receptivos a todo tipo de marcas y que están planeando su próxima compra.





ESTA MENTALIDAD ÚNICA DE LA AUDIENCIA DE PINTEREST PROPORCIONA UNA GRAN VENTAJA A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS NEGOCIOS QUE PUEDEN GANAR MÁS VISIBILIDAD GRACIAS A LA RELEVANCIA DE SU CONTENIDO Y A LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS.

MASS
is
TECHNOLOGY

Suscríbete en
www.massbienestar.com