

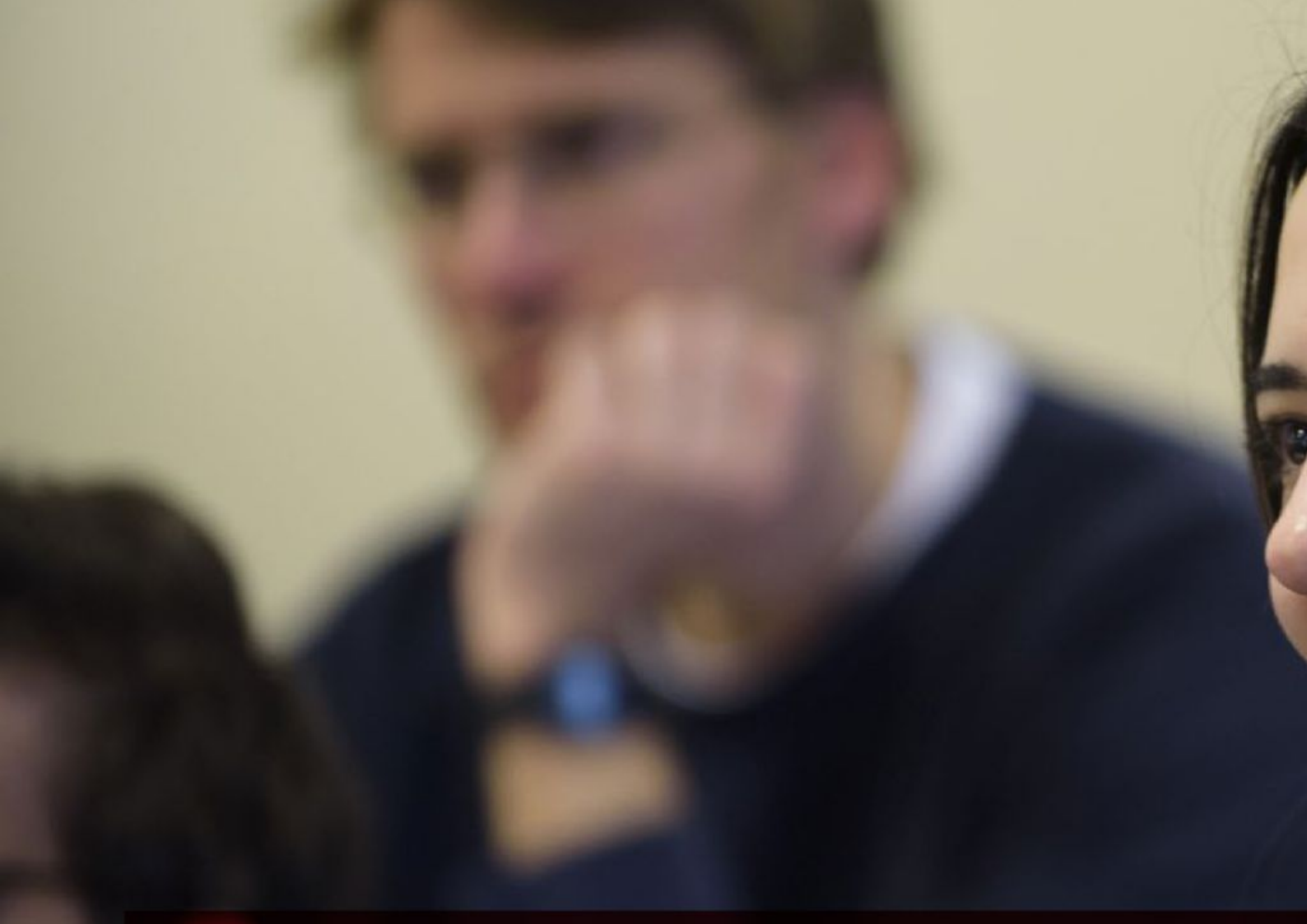
empleav emprende

Nº 44 - 2022

ADECCO
ANÁLISIS
DEL PARO

TAMARA FALCÓ
compra miniplanta

TELEFÓNICA SPEECHWARE
las sentencias por VOZ



DECISIVO PARA TI, CLAVE P

El Executive MBA del IESE potencia todas tus capacidades para que llegues allá donde quieras y profesional que te prepara para superar los desafíos del futuro. En el programa adquirirás experiencia de 400 casos y desarrollarás nuevas habilidades y conocimientos que aplicarás directamente 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



PARA TU EMPRESA

de te propongas: es una transformación personal
adquirirás conocimientos sólidos, trabajarás más
eficazmente en tu empresa. Te invitamos a que conozcas
nuestro programa de maestría.



**Executive
MBA**

www.iese.edu/emba

La situación económica OCUPA Y PREOCUPA



Mientras estamos en una época de vacaciones muy merecidas sin duda, tenemos que estar preparados para afrontar una crisis económica de enormes dimensiones que unida a la crisis energética nos está llevando a una situación previa a la recesión para lo que debemos prepararnos.

Ponernos en el escenario mas exigente es un ejercicio de responsabilidad tanto para las empresas como para los autónomos ya que los mensajes de los gobernantes como la evolución de la invasión de Rusia sobre Ucrania con un claro posicionamiento de dos grandes bloques Rusia-China y Estados Unidos Europa es una realidad que solo se puede afrontar desde la realidad de los acontecimientos .

En nuestro país, asistimos a un crecimiento desbocado de los precios y una bajada sistemática de las previsiones tanto para el presente año como para los siguientes. Es muy significativo que son el mayor salario medio de la historia la capacidad de compra sea inferior al año 2008.

Pero también hay razones para el optimismo vemos **Telefónica** contribuye a agilizar las sentencias judiciales que permitirá a los jueces dictarlas por un sistema de reconocimiento de voz, los datos del paro, aunque con puntos oscuros son indudablemente positivos , como se mueven los buenos negocios en internet como lo demuestra la compra de **miniplanta** por inversores vinculados a **Tamara Falcó**, como **Repsol** y **Telefónica** entran en el negocio de la explotación de la energía solar además nuestros lectores podrán disfrutar de los contenidos de **Emplea y Emprende** que tiene mucho para leer y espejos en los que mirarse y aprender.

A pesar del horizonte, seguimos recomendando la cultura de la responsabilidad, el esfuerzo, la inteligencia y el talento.

¡FELICES VACACIONES!



umario

Nº44 - 2022



**TELEFÓNICA
SPEECHWARE**
Sentencias por voz

TAMARA FALCÓ
Compra miniplantas

Edita

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

Director editor: Alejandro García
info@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.



YOUNITED
Crece el pago aplazado

PIXPAY Y GOEHNRY
Líderes en educación financier

**WAYRAY
ASTRAZENECA**
Unión para el sector salud

ADECCO
Informe datos
del paro



TELEFÓNICA Y REPSOL
Explotan la energía solar





DUCK CREEK TECHNOLOGIES es reconocida como ganadora en los premios Microsoft Partner of the Year 2022

Duck Creek Technologies se alza con el premio Microsoft Partner of the Year 2022 en la categoría de Financial Services. La compañía ha sido reconocida a nivel global entre los mejores partners de Microsoft por demostrar la excelencia en la innovación y la implementación de soluciones para clientes basadas en la tecnología de Microsoft.

"ES UN HONOR PARA DUCK CREEK ser reconocido por Microsoft por nuestra innovación centrada en el cliente", dijo Mike Jackowski, CEO de Duck Creek Technologies. Nuestra alianza con Microsoft sigue fortaleciéndose, y cuanto más estrechamente alineados estamos, mayor es el valor conjunto que podemos ofrecer dentro del ecosistema de los seguros. Microsoft Azure ofrece a nuestros clientes y socios la flexibilidad, escalabilidad y facilidad de uso requeridas para operar en la industria global de seguros."

Los premios Microsoft Partner of the Year reconocen a los partners de Microsoft que han desarrollado y entregado aplicaciones, servicios y dispositivos basados en Microsoft durante el último año. Los premios se clasificaron en varias categorías y los galardonados fueron elegidos entre un conjunto de más de 3.900 candidaturas presentadas procedentes de más de 100 países de todo el mundo. Duck Creek fue reconocida por ofrecer soluciones y servicios en el ámbito de los Financial Services.

CREDITAS AMPLÍA su ronda Series-F y firma una alianza estratégica CON ANDBANK EN BRASIL

Creditas, la plataforma fintech líder en soluciones financieras especializadas y con garantía fundada por el español Sergio Furio, anuncia una ampliación de 50 millones de dólares a su ronda de financiación Serie-F de 260 millones de dólares, lo que eleva el total a 310 millones de dólares.

LA AMPLIACIÓN DE LA RONDA incorpora al banco privado global Andbank como inversor, lo que permitirá generar una alianza estratégica entre ambas empresas. La adquisición de la licencia bancaria del Banco Andbank (Brasil) S.A. cumple con el objetivo de Creditas de diversificar sus fuentes de financiación y seguir aumentando su cartera de créditos.

Por su parte, Andbank continuará con la banca privada y gestión de activos en una entidad independiente, con Creditas como socio para explorar sinergias estratégicas en mercados de capitales. Esta transacción está sujeta a la aprobación regulatoria del Banco Central do Brasil (BCB), el Conselho Administrativo de Defesa Económica (CADE) y la Autoritat Financera Andorrana (AFA).



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 (Bizkaia),
Barcelona y Málaga**

Regístrate ya
fundaciontelefonica.com

Con la colaboración:



La firma de contratos fijos-discontinuos **MARCÓ UN NUEVO RÉCORD,** multiplicándose casi por 11 en un año y disparó los indefinidos (+353% interanual)

Análisis de los datos de paro de junio y proyección para julio 2022

● Estos datos han sido dados hoy a conocer por el Adecco Group Institute, el centro de estudios y divulgación del Grupo Adecco. En palabras de su director, Javier Blasco: "Continúa el crecimiento de los indefinidos, que se estabilizan en el 44% de los contratos iniciales (antes de la pandemia estaban entre el 8% y el 10%), y los contratos por circunstancias de la producción ya son casi el 80% de los contratos temporales y crecen un 11,4% y ya son el 44% del total de la contratación".

● De cara al próximo mes: "Lo más habitual es que en julio continúe el aumento de la afiliación, aunque de forma más moderada que en mayo y junio. De ahí que la subida interanual podría alcanzar a ser de +4,3%, con 20,42 millones de ocupados. El paro podría descender al 16,6% interanual, con un total de 2,85 millones de desempleados", prevé Blasco.

NÚMERO DE PARADOS

● Como ya ha dado a conocer el Ministerio de Trabajo, el número de parados registrados en junio es de 2,88 millones de personas, 42.409 parados menos que el mes anterior. Son 733.800 menos que hace un año (-20,3%).

● En el sexto mes del año, se ha marcado un nuevo máximo histórico en el número de afiliados a la Seguridad Social con 20,35 millones de afiliados. Eso implica un incremento interanual del 4,3%, equivalente a 848.100 nuevos empleos en los últimos 12 meses, aunque es el crecimiento más moderado en cinco meses.





CONTRATOS FIJOS-DISCONTINUOS

● La firma de contratos fijos-discontinuos marcó un nuevo récord, multiplicándose casi por 11 en un año. En mayo fueron el 16,1% de todos los contratos firmados; en junio, el 16,5%. La explosión de contratos fijos-discontinuos disparó la firma de contratos indefinidos, que crecieron un 353% interanual. En cambio, los temporales descendieron un 39,4%. En total se firmaron 1,77 millones de contratos (-1,6% interanual).

**“EN EL SEXTO MES DEL
AÑO, SE HA MARCADO
UN NUEVO MÁXIMO
HISTÓRICO EN EL
NÚMERO DE AFILIADOS
A LA SEGURIDAD
SOCIAL CON 20,35
MILLONES DE AFILIADOS”**

EL MINISTERIO DE JUSTICIA, TELEFÓNICA Y SPEECHWARE

facilitan a 3.000 jueces dictar sentencias con la voz

LA SOLUCIÓN DIGALAW X COMBINA EL RECONOCIMIENTO DE VOZ CON LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL, LO QUE CONSIGUE UNA TRANSCRIPCIÓN CASI 'HUMANA' Y UNA ELEVADA FIABILIDAD.

SOLUCIÓN PIONERA

3.000 JUECES DEL Ministerio de Justicia serán los primeros en utilizar DigaLaw X, el nuevo motor de reconocimiento de voz y de dictado especializado en temas jurídicos, financieros, administrativos y de negocios en español.

Desarrollado por SpeechWare e impulsado y comercializado por Telefónica Empresas, esta pionera solución, que se ha adjudicado por concurso público, está basada en redes neuronales con inteligencia artificial.

**"SU USO ES MUY SENCILLO,
CONTEMPLA TODO EL
LÉXICO Y ABREVIATURAS DE
USO COMÚN EN EL
LENGUAJE JURÍDICO.
TAMBIÉN PERMITE
INCORPORAR ACCIONES DE
PROCESADOR DE TEXTOS,
LO QUE FACILITA SU
UTILIZACIÓN Y AGILIZA EL
TRABAJO BUROCRÁTICO"**





CONVERSIÓN DE DOCUMENTOS EN FORMULARIOS ACTIVOS CON VOZ

EL NUEVO SERVICIO OFRECE una gran precisión en la transcripción automática del dictado. Actúa de forma parecida a como lo haría un mecanógrafo y no necesita ser entrenado previamente con la voz de cada usuario. Además, el sistema no se limita a transcribir al dictado, sino que controla el propio procesador de datos y otras

aplicaciones abiertas como, por ejemplo, el correo electrónico, lo que resulta muy útil para dar formato al texto mientras se dicta. También se reconocen automáticamente los vocablos jurídicos y técnicos, abreviaturas, etc. DigaLaw X puede convertir cualquier documento propio en un formulario "activo con voz".

"ESTE PROYECTO, QUE SE HA ADJUDICADO POR CONTRATO PÚBLICO, SE ENCUADRA EN LA PARTE DEL PROGRAMA JUSTICIA 2030 QUE TIENE COMO OBJETIVO IMPULSAR LA EFICIENCIA DIGITAL"

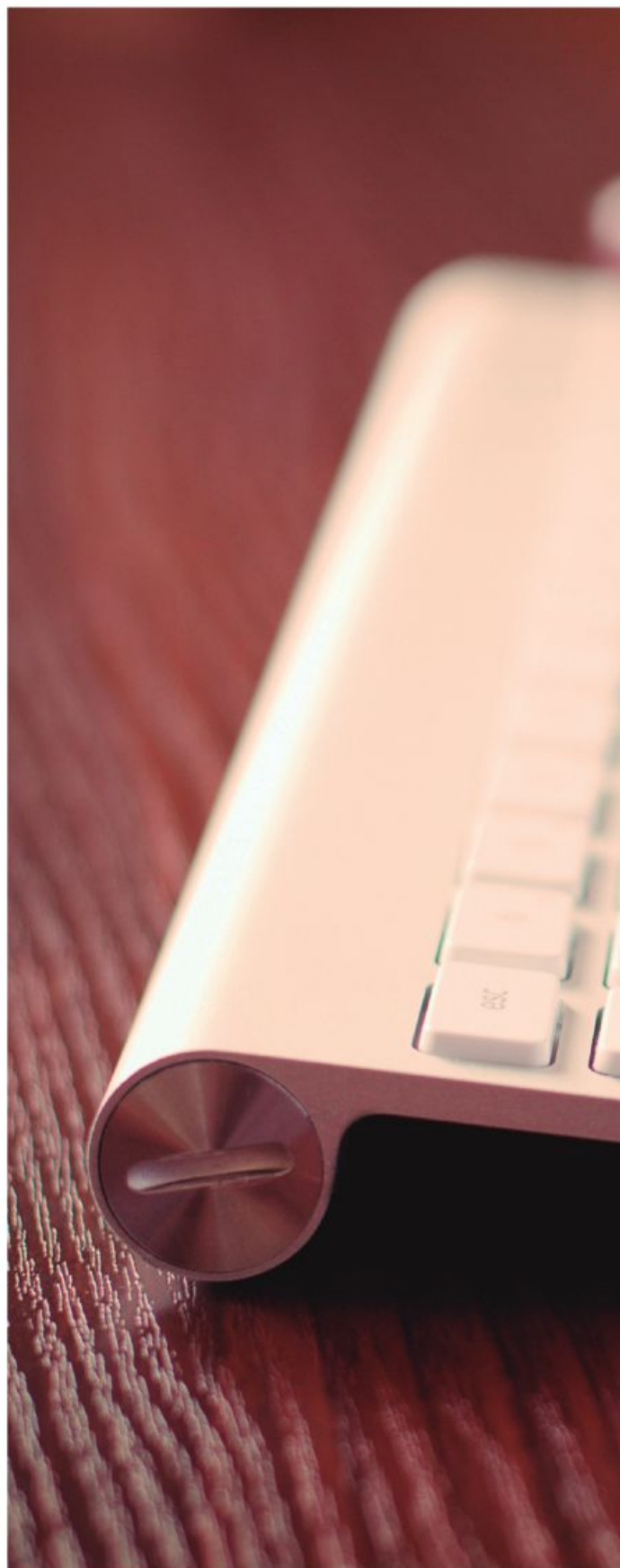
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

AGUSTÍN CÁRDENAS, director de transformación digital en Telefónica España, asegura: **“La crisis del Covid-19 ha permitido acelerar proyectos de innovación tecnológica que estaban en sus primeras fases de desarrollo y que cumplen con nuestro propósito, poner la tecnología al servicio de nuestras necesidades. Gracias a soluciones tecnológicas basadas en inteligencia artificial y a la conectividad, los jueces de todo el país podrán acelerar sus instrucciones y dictámenes, lo que agilizará los procedimientos y causas, y beneficiará a la sociedad”**.

“La Inteligencia Artificial, el reconocimiento vocal, la traducción automática y la transcripción de grabaciones y videos son tecnologías suficientemente maduras para la digitalización de la Justicia. Gracias a la ‘paridad humana’ en la transcripción, el uso de estas avanzadas tecnologías es increíblemente adictivo y va a revolucionar la administración de Justicia en muy poco tiempo”, afirma **JESÚS MARÍA BOCCIO**, responsable de DigiLaw X.

Este innovador sistema se ajusta al Programa Justicia 2030 para la Eficiencia digital, que tiene como objetivo buscar, desarrollar e implantar tecnologías y herramientas que favorezcan la digitalización y mejoren la gestión del servicio público.

“DESARROLLADO POR SPEECHWARE E IMPULSADO Y COMERCIALIZADO POR TELEFÓNICA EMPRESAS, ESTA PIONERA SOLUCIÓN, QUE SE HA ADJUDICADO POR CONCURSO PÚBLICO, ESTÁ BASADA EN REDES NEURONALES CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL”

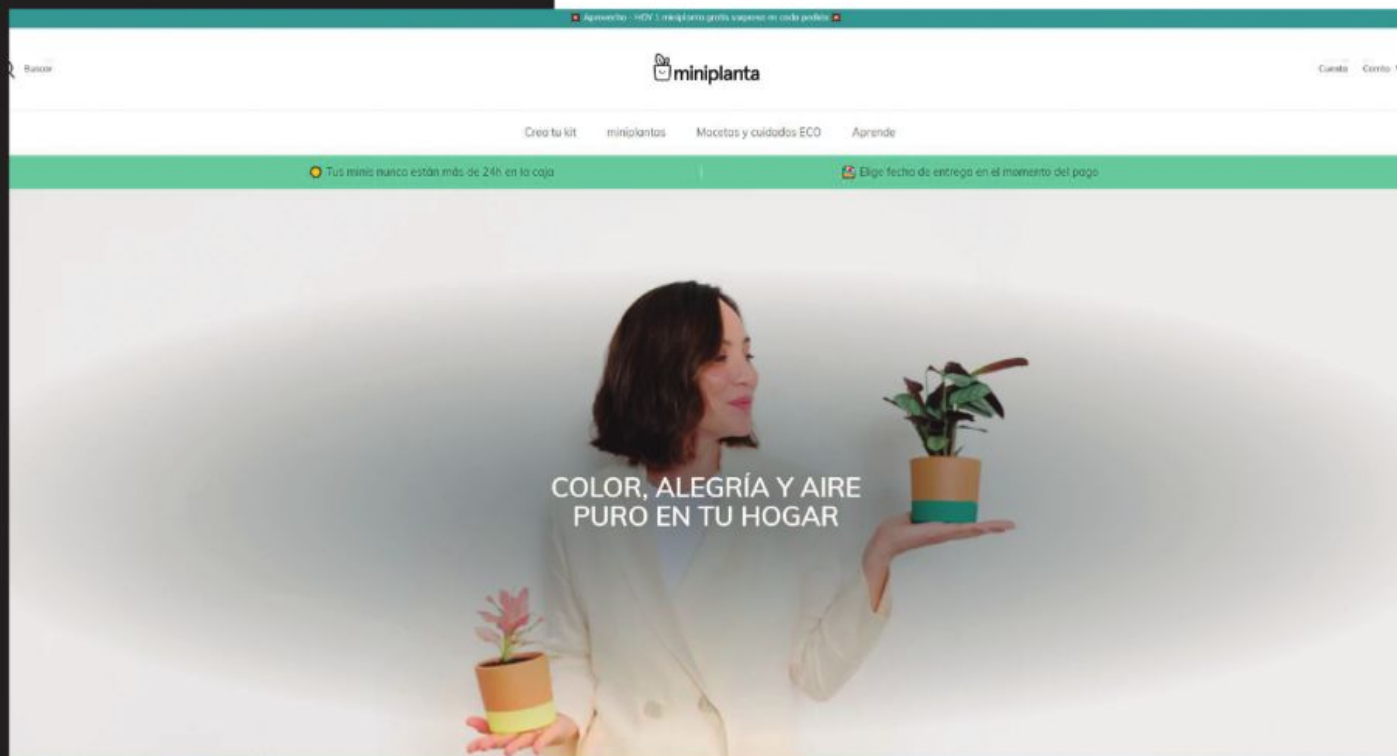




TAMARA FALCÓ Y HUGO ARÉVALO adquieren miniplanta, la startup líder en **VENTA DE PLANTAS ONLINE**

Tamara Falcó y Hugo Arévalo, el 'business angel' de tres unicornios se sumergen en una nueva aventura profesional. Ambos acaban de hacerse con parte del capital de **miniplanta**, la startup líder que ofrece plantas en sus primeros meses de vida, que no ha dejado de crecer desde que nació en plena pandemia.





**"ESTOY MUY
ILUSIONADA DE
FORMAR PARTE DEL
EQUIPO DE
MINIPLANTA.
PERSONALMENTE ME
GUSTAN MUCHO
LAS PLANTAS Y CREO
QUE ESTE PROYECTO
TIENE MUCHO
POTENCIAL",
AFIRMA
TAMARA FALCÓ**

MERCADO EN CRECIMIENTO

miniplanta, la empresa española especializada en plantas bebé, acaba de anunciar que Tamara Falcó y el emprendedor, Hugo Arévalo, uno de los más importantes del país, se unen al equipo, apostando así por un negocio que está en pleno auge.

Tamara Falcó, amante de las plantas, se embarca en esta aventura "Estoy muy ilusionada de formar parte del equipo de miniplanta. Personalmente me gustan mucho las plantas y creo que este proyecto tiene mucho potencial", afirma Tamara Falcó, Partner & Brand Strategy de miniplanta. "Es sin duda un gran reto profesional del que espero sacar muchas cosas positivas y fomentar la afición y el cariño por ellas".

Por su parte, Hugo Arévalo lleva un largo recorrido a sus espaldas en el mundo del emprendimiento. Con tan solo 24 invirtió en Tuenti, la red social. La cual vendió a Telefónica por 80 millones de euros. Después, ha seguido invirtiendo en empresas como Glovo. También ha sido presidente ejecutivo de Hawkers, ha cofundado Grupo Auro y ahora lidera ThePower Business School. En este sentido, Hugo tiene un ojo especial para invertir en proyectos que triunfan.

“Desde que invertí en Tuenti con 24 años no he dejado de apostar por negocios que considero que tienen gran proyección. Ahora, miniplanta es uno de ellos. Tras la pandemia, hemos visto un beneficio claro de contar con plantas en casa, han tenido un boom que estoy seguro de que se va a mantener en el futuro”, afirma Hugo Arévalo, socio inversor de miniplanta.

El boom de la fiebre verde: **LAS PLANTAS**

miniplanta nace en el confinamiento de 2020, liderada por Alex Chacón y Víctor Rodado, como excusa para estar rodeados de plantas, que provienen de una producción próxima, sostenible y sin químicos. A día de hoy, han vendido más de 100.000 miniplantas y están presentes en 25.000 hogares. Además, todos los productos que venden son ecológicos, sostenibles y de producción europea. Trabajan con proveedores locales y de proximidad en Valencia y Jaén.

Así mismo, han llevado a cabo un par de eventos, en Madrid y Barcelona, en los que cientos de personas han hecho largas colas para poder adquirir sus miniplantas favoritas. Y es que cada vez son más las personas que adquieren plantas en España. De hecho, según datos de la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA) y la Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología Hortícola de la Comunidad Valenciana (ASFPLANT), “el cuidado de las plantas mejora la salud física y mental y contribuye de manera individual a la preservación del medio ambiente”.

“Para nosotros es un auténtico orgullo que dos personas de éxito como son Tamara Falcó y Hugo Arévalo, uno de los emprendedores más importantes de nuestro país, se unan al equipo de miniplanta”, afirma Alex Chacón, co-CEO de miniplanta. “Esto significa que vamos por buen camino y que nos acercamos cada vez más a llenar cada hogar de naturaleza”.



miniplanta es una startup de ecommerce de plantas, que las ofrece en sus primeros meses de vida y que nació durante el confinamiento de primavera 2020. Aman la naturaleza y por ello forma parte de sus vidas. Tienen como propósito que las personas entiendan y vivan las plantas con amor y empatía. Pero su compromiso va mucho más allá, teniendo el planeta como prioridad. Su huella de carbono es positiva ya que una planta puede a lo largo de su vida transformar 250 kg de CO2 en aire puro. Además, cuentan con un packaging y envíos 100% sostenibles, ya que trabajan con material certificado FSC®.



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.**





EL 51% DE LOS ESPAÑOLES QUE utiliza el sistema 'buy now pay later' lo hace también en **TIENDAS FÍSICAS**

Tras la crisis sanitaria, los pagos fraccionados forman parte tanto de comerciantes como consumidores. Se espera que este mercado en auge alcance un valor de 250.000 millones de dólares (aproximadamente, unos 230.000 millones de euros) en todo el mundo en 2025.

**"LA COMUNIDAD
DE CLIENTES DE
YOUNITED
TAMBIÉN SE ESTÁ
EXPANDIENDO
RÁPIDAMENTE,
IMPULSADA POR
UNA INTERFAZ
EXCLUSIVA DE
YOUNITED,
TANTO
DIRECTAMENTE
EN LA
PLATAFORMA DE
YOUNITED COMO
A TRAVÉS DE LOS
SOCIOS DE
YOUNITED,
COMO
DEMUESTRA LA
EXCEPCIONAL
TASA DE
RETENCIÓN"**

PERO ¿CUÁLES SON las expectativas de los consumidores europeos? ¿Qué características tiene el mercado del pago fraccionado español? **Younited, el principal proveedor de crédito instantáneo de Europa**, responde a estas preguntas en un estudio paneuropeo sin precedentes dedicado a los retos de los pagos fraccionados. La encuesta, llevada a cabo junto al instituto de investigación independiente MixFactory, en Italia, España, Alemania, Francia y Portugal, identifica dos tendencias principales: el creciente interés de los consumidores por los pagos repartidos en un mayor número de mensualidades y la necesidad de conciliar la inmediatez y la protección del consumidor.

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

EL 41% DE LOS CONSUMIDORES del mercado español que ha llevado a cabo adquisiciones entre 200 y 3.000 euros ha hecho uso del pago aplazado, porcentaje que se sitúa por encima de la media europea (33%). Asimismo, el 35% se muestra abierto a considerar este servicio; y apenas uno de cada cuatro (24%) no contempla esta alternativa de pago.

En España, el 51% de los consumidores que utiliza esta modalidad de pago lo hace especialmente en tiendas físicas, el segundo porcentaje más elevado de Europa detrás de Portugal (59%). Iberia es una excepción, ya que en el resto de los mercados europeos analizados, los encuestados fraccionan sus pagos principalmente para el comercio online.



EN ESTE SENTIDO, la principal motivación de los usuarios españoles para utilizar el pago aplazado es la gratuidad del servicio (47%). Esta es, sin duda, una de las palancas principales para el impulso de esta forma de pago.

Según los datos ofrecidos por Younited, una amplia mayoría de los españoles (70%) opta por aplazar pagos entre 500€ y 3.000€. La categoría de electrodomésticos, elegidos por el 28%, es la favorita de los españoles. Principalmente, elegimos aplazar estas compras de 5 a 12 cuotas (53%). A nivel europeo, nuestros vecinos también prefieren los periodos más largos: el 54% de alemanes e italianos y el 40% de los portugueses. La única excepción es Francia, donde únicamente el 22% de los usuarios elige un plan de 7 o más plazos, aunque esto puede deberse a la limitación de oferta con esos planes disponibles.

LA CONFIANZA EN LA ENTIDAD Y LA INSTANTANEIDAD: CLAVES PARA ELEGIR EL PAGO FRACCIONADO

EL 39% DE LOS CONSUMIDORES españoles asegura que la confianza inspirada por el vendedor es fundamental a la hora de optar por este tipo de servicios. Este factor también es prioritario para los franceses (53%) y los italianos (42%). Siendo menos determinante para el 27% de los portugueses y el 22% de los alemanes. Asimismo, en España, el 43% considera importante el conocimiento previo de la entidad, factor clave para la contratación de este servicio, y el 14% afirma que se decidió a hacer uso del pago aplazado porque conocía el comercio. De estos datos se concluye que la confianza es el elemento principal, pues seis de cada diez españoles se guían por la confianza en el negocio o en la entidad que lo ofrece.



A corto plazo, teniendo en cuenta el gran número de fintechs que están entrando en este mercado nicho, se comprobará la capacidad de estas compañías de ofrecer una experiencia más segura para los clientes porque está regulada, más homogénea porque es internacional, y única porque es innovadora. Estos factores son decisivos para generar esta relación de confianza.

LA INSTANTANEIDAD, NORMA EN EL MERCADO DE PAGOS FRACCIONADOS

POR OTRO LADO, la instantaneidad es ahora la norma en el mercado de pagos fraccionados. En España, el 34% de los consumidores de esta modalidad asegura que todo el proceso duró entre 1 y 3 minutos. Sin embargo, esta inmediatez no es apropiada para la mayoría de pagos con vencimientos largos, en los que a menudo se requiere una verificación más exhaustiva. La experiencia del cliente afecta a la transformación, ya que, a mayor número de pasos y tiempo necesario para completar la petición, aumentan los consumidores que se desaniman durante el proceso.





MERCADO EN EUROPA

A NIVEL EUROPEO, en la mayoría de los casos, se requieren dos documentos para realizar un pago fraccionado. Este esfuerzo por ofrecer un viaje fluido al cliente y una respuesta rápida debería ir acompañado de una comprobación de crédito, pero esto solo es necesario para los pagos fraccionados de larga duración (más de 90 días).

En este ámbito, la PSD2 permite un análisis más exhaustivo y rápido de la solvencia, sea cual sea el importe, para evitar el sobreendeudamiento y proteger al consumidor. Lamentablemente, todavía no está disponible de forma sistemática en el proceso de compra. En Francia, solo se ofreció al 26% de las personas que optaron por el pago a plazos, frente al 31% en España, el 32% en Portugal, el 35% en Alemania y el 38% en Italia.

DATOS CLAVE DEL ESTUDIO EN ESPAÑA:

- El 41% de los consumidores que ha hecho adquisiciones entre 200 y 3.000 euros ya ha hecho uso del pago aplazado, por encima de la media europea.
- El 51% de los consumidores que ha utilizado el pago fraccionado lo ha hecho en tiendas.
- Casi la mitad (47%) opta por esta modalidad por la gratuidad del servicio.
- El 39% de los consumidores españoles considera que la confianza inspirada por el vendedor es fundamental a la hora de elegir el pago aplazado.

DATOS CLAVE DEL ESTUDIO EN EUROPA:

- Más del 70% de los europeos conocen el pago fraccionado.
- 1 de cada 3 consumidores lo utiliza (34% en Francia y Alemania, 26% en Italia, 41% en España, 48% en Portugal).
- Las principales 3 razones a nivel europeo para elegir una solución de pago fraccionado: repartir los gastos en el tiempo, equilibrar el presupuesto, llegar a fin de mes.



Acerca de YOUNITED

"YOUNITED ES LÍDER EN 5 PAÍSES EUROPEOS Y GENERA MÁS DE 2.000 MILLONES DE EUROS EN GMV (GROSS MERCHANDISE VALUE, EQUIVALENTE AL VOLUMEN DE TRANSACCIONES) ACUMULADO, CON CASI EL 50% DE SU NEGOCIO FUERA DE FRANCIA. COMO PIONERO EN EL COACHING PRESUPUESTARIO PERSONALIZADO, YOUNITED DESPLIEGA UNA ESTRATEGIA DE CRÉDITO AL SERVICIO DE TODOS PARA PROMOVER MÁS TRANSPARENCIA Y MÁS INCLUSIÓN. YOUNITED HA INICIADO EL PROCESO PARA CONVERTIRSE EN UNA B-CORP CERTIFICADA"

YOUNITED ES EL PRINCIPAL proveedor de créditos instantáneos para la economía digital en Europa. La innovación constante, la tecnología de vanguardia y una experiencia de usuario excepcional han permitido que casi un millón de clientes tengan acceso a un crédito instantáneo, sencillo y transparente para reformar su

casa, irse de vacaciones o comprar un nuevo smart-phone. Younited ofrece un crédito instantáneo a lo largo de todo el recorrido del cliente, ya sea en la compra o en la banca, online o en la tienda, con una única experiencia de cliente Younited. Hasta 50.000 euros. Hasta 84 meses. Al instante.

SUNMEDIA AFIANZA SU CRECIMIENTO INTERNACIONAL de la mano de Magnum Capital

SunMedia, la AdTech española líder en vídeo, performance y native, continúa sus planes de expansión internacional a través de la entrada del fondo de inversión Magnum Capital en el accionariado de la compañía.



SUNMEDIA
ES LA MAYOR
ADTECH
ESPAÑOLA
ESPECIALIZADA
EN VIDEO,
MOBILE Y
PERFORMANCE,
LÍDER EN
AUDIENCIA DE
HABLA HISPANA Y
UN ALCANCE
GLOBAL

NUEVOS RETOS

ESTE PASO permitirá a la compañía tecnológica afrontar nuevos retos y continuar con su apuesta por el talento, la calidad, la innovación y la creatividad, manteniendo sus estructuras internas, su plantilla y su cúpula directiva que seguirá liderada por Fernando García, CEO de SunMedia.



PRESENCIA internacional

EN EL ÚLTIMO AÑO SUNMEDIA aumentó un 43% de su plantilla global, que ya cuenta con más de 190 empleados, y consolidó su presencia internacional con diez oficinas en países como México, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Panamá, Ecuador, Estados Unidos, Suecia, Portugal y dos en España.

Según **Fernando García**, CEO de SunMedia, “se trata de una oportunidad única en la expansión de la compañía. Recorrer esta nueva etapa de la mano de un partner de confianza como Magnum Capital nos permitirá ampliar capacidades para seguir creciendo. Además, nos ilusiona afrontar este reto con nuestros equipos y seguir ampliando un proyecto cuyo éxito se debe al talento, el expertise y al compromiso de nuestra plantilla.”

Según **Alberto Bermejo**, Socio de Magnum, “Estamos encantados de formar parte de una compañía que ha tenido un crecimiento destacado en el sector AdTech, demostrando su capacidad para liderar el mercado. Desde Magnum aportaremos toda nuestra experiencia y conocimiento para seguir sumando éxitos”.

Con esta operación, Magnum completa la quinta inversión de su fondo Magnum Capital III, después de las operaciones en Digitalent, Metrodora Education, Apices y Probelte.

BBVA ha actuado como asesor financiero exclusivo de SunMedia mientras que Squire Patton Boggs y Herbert Smith Freehills han actuado como asesores legales de Sunmedia y Magnum respectivamente.

PARTNERS

SUNMEDIA ES LA MAYOR AdTech española especializada en video, mobile y performance, líder en audiencia de habla hispana y un alcance global. Gracias al Fullstack Advertising, SunMedia ofrece a sus clientes múltiples soluciones digitales de vídeo, native, lead generation, pure performance, etc. Y todo esto orientado a objetivos desde más branding a más performance. SunMedia ha sido el pionero en el lanzamiento de formatos exclusivos como Always Visible Ads (AVA) y Reminder, respaldado por su estudio creativo y su tecnología.

SunMedia tiene un equipo de más de 190 empleados y tiene oficinas en Madrid, Barcelona, Lisboa, Ciudad de México, Miami, Bogotá, Buenos Aires y Lima.

Magnum Capital, fundada en 2006 es una de las firmas de capital privado líderes en la Península Ibérica. Desde entonces, ha llevado a cabo 24 inversiones directas con un importe total de más de 1.300 millones de euros. En 2021, se completó la constitución de su tercer vehículo de inversión, Magnum Capital III con un importe total comprometido de 450 millones de euros.





PIXPAY Y GOHENRY SE UNEN con el objetivo de ser líderes mundiales de la educación financiera

Pixpay, la app que permite a los padres enseñar a sus hijos a gestionar y manejar su dinero de forma segura y responsable, une sus fuerzas con GoHenry, app pionera y líder en educación financiera, destinada a niños y niñas de entre 6 y 18 años en Reino Unido.

EDUCACIÓN FINANCIERA EN NIÑOS

Una unión que surge de un objetivo común: enseñar a todos los niños a gestionar su dinero con la ayuda de sus padres. Por ello, pretenden ampliar su base de más de 2 millones de clientes en España, Reino Unido, Francia y Estados Unidos y acelerar su crecimiento en Europa para así posicionarse como líderes mundiales en educación financiera para niños y adolescentes.

LAS MARCAS SIGUEN

Pixpay y GoHenry seguirán operando con sus propias marcas, sin cambios en la dirección, la sede o la plantilla. GoHenry seguirá operando en el Reino Unido y Estados Unidos, y por su parte, Pixpay mantendrá su actividad en Francia y España. Además, Pixpay tiene previsto expandirse a Italia y Alemania en los próximos meses.

La adquisición permitirá a ambas empresas acelerar su crecimiento mediante la realización de sinergias en conocimientos y recursos, liberando fondos para reinvertirlos en la educación financiera de niños y jóvenes.

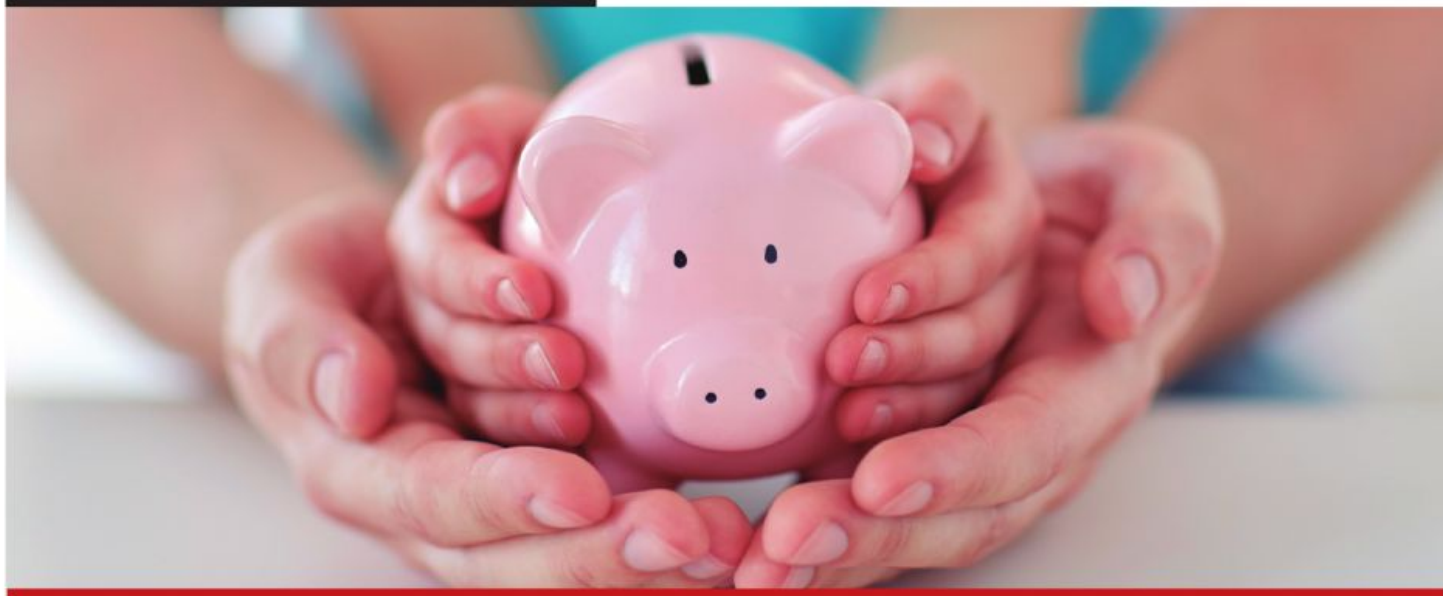
Alex Zivoder, director general de GoHenry, comenta: "Pixpay es el actor más avanzado de Europa y estamos encantados de combinar nuestra experiencia en educación financiera para acelerar no sólo el crecimiento de GoHenry, sino también la capacidad financiera de más niños y adolescentes de todo el mundo".

MERCADO EN CRECIMIENTO

PIXPAY, PISA FUERTE EN EL MERCADO DE TARJETAS DE PAGO PARA MENORES

Y es que, en sólo dos años, Pixpay se ha consolidado como líder del teen banking (banca para adolescentes) en Francia y España, con 200.000 miembros, familias que ya disfrutaban de todas sus ventajas. Un crecimiento rápido y consolidado en un mercado de tarjetas de pago para menores que actualmente se encuentra en plena expansión. Su apertura en España en noviembre de 2021, menos de dos años después de su lanzamiento comercial en Francia, encarnó su ambición de convertirse en un actor de referencia en Europa en la educación financiera de los más jóvenes. Para apoyar su lanzamiento, Pixpay ha recaudado más de 11 millones de euros desde abril de 2019 del fondo de inversión Global Founders Capital y de BPIFrance a través de su división Digital Venture.

Benoit Grassin, director general de Pixpay, ha declarado: "**Esta unión con GoHenry es una oportunidad excepcional para acelerar la expansión de Pixpay en Europa y así convertirnos en líderes del teen banking. Estamos muy contentos de unir nuestras fuerzas y conocimientos del mercado a GoHenry, ya que ambas entidades tenemos los mismos valores y la ambición de reinventar la educación financiera. Esperamos reforzar nuestra propuesta de valor con la experiencia y el histórico de GoHenry.**"



PIXPAY

PIXPAY ES LA PRIMERA aplicación que ofrece a los adolescentes de más de 10 años una alternativa a los bancos tradicionales, y contribuye a la educación financiera de los niños y jóvenes. Fundada en Francia en enero de 2019 por Benoit Grassin, Nicolas Klein y Caroline Ménager, la start-up llega al mercado español en 2021 y tiene como ambición revolucionar las soluciones de pago para los adolescentes, dándoles los recursos necesarios para gestionar su economía. Pixpay ofrece a los jóvenes una tarjeta de pago y una aplicación móvil que les permite recibir dinero, pagar y ahorrar. Al mismo tiempo, los padres también tienen su propia aplicación, una solución segura, educativa y práctica para seguir y acompañar a sus hijos en el día a día.

GOHENRY

GOHENRY, PIONERA en educación financiera para niños de 6 a 18 años, es una aplicación de educación financiera y una tarjeta de prepago con lecciones de dinero gamificadas dentro de la aplicación, diseñadas para enseñar a niños y adolescentes a gestionar su dinero de forma inteligente desde una edad temprana.

Lanzado en 2012, GoHenry ayuda a los jóvenes a aprender sobre el dinero proporcionándoles habilidades esenciales de gestión del dinero adecuadas a su edad que pueden practicar en un entorno seguro, todo ello bajo el control de los padres.

Las lecciones de educación financiera en la aplicación de GoHenry, Money Missions, refuerzan este aprendizaje de la vida real de una forma interactiva, gratificante y divertida para que los niños y adolescentes aprendan habilidades financieras esenciales para la vida.



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

WAYRA SE UNE A ASTRAZENECA COMO INNOVATION PARTNER para impulsar iniciativas innovadoras del sector salud

- Wayra y AstraZeneca impulsarán iniciativas innovadoras del sector salud a través del apoyo a startups que trabajen en soluciones aplicables a los principales retos a los que se enfrenta la sanidad.
- El 'Reto CKD' (Chronic Kidney Disease) es una de las primeras acciones que están llevando a cabo ambas compañías con el objetivo de realizar un diagnóstico precoz de la ERC (Enfermedad Renal Crónica).





ALIANZA estratégica

WAYRA, la iniciativa de innovación abierta de Telefónica, y la empresa farmacéutica AstraZeneca han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar conjuntamente iniciativas de innovación dentro del sector salud.

A través de esta alianza, Wayra proporcionará a AstraZeneca acceso al ecosistema emprendedor y a su red de inversores al mismo tiempo que identificará startups cuyas soluciones puedan aplicarse a los principales retos sanitarios a los que quiere contribuir la farmacéutica. Las compañías podrán probar sus soluciones en entornos reales, con especial foco en las áreas de oncología, cardiovascular, renal y metabólico, respiratorio y vacunas e inmunoterapias.

Por su parte, AstraZeneca está intensificando su apuesta por la innovación para mejorar la vida de los pacientes mediante la ciencia y la tecnología. La compañía está inmersa en un proceso de transformación digital para maximizar el alcance de toda su actividad, y una de sus prioridades es acercarse al ecosistema innovador. En este sentido, el año pasado alcanzó un importante hito con la creación de la A.Catalyst Network, la red global interconectada de AstraZeneca que tiene el objetivo de catalizar toda la innovación que se está trabajando a nivel mundial y que ya cuenta con más de 20 hubs, 500 acuerdos, 100 soluciones en desarrollo, 300 startups involucradas y 20 soluciones escaladas.

RETO CKD

UNA DE LAS PRINCIPALES actividades con la que trabajan ya ambas compañías es el 'Reto CKD' (Chronic Kidney Disease). La iniciativa tiene como objetivo impulsar el desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras para agilizar el diagnóstico y reducir la carga de la enfermedad renal crónica (ERC) una patología grave, progresiva y poco conocida que afecta a 1 de cada 7 adultos en España, un 15% de la población total¹.

Para lograr este desafío, tanto Wayra como AstraZeneca buscan identificar soluciones innovadoras que contribuyan a realizar un diagnóstico precoz de la ERC apoyándose en las tecnologías más disruptivas como los biomarcadores digitales, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, el Big Data y ciencia de datos, los wearables, los dispositivos médicos, la atención conectada e internet de las cosas (IoT/ IoMT).



<<A TRAVÉS DE ESTA ALIANZA, WAYRA PROPORCIONARÁ A ASTRAZENECA ACCESO AL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y A SU RED DE INVERSORES AL MISMO TIEMPO QUE IDENTIFICARÁ STARTUPS CUYAS SOLUCIONES PUEDAN APLICARSE A LOS PRINCIPALES RETOS SANITARIOS A LOS QUE QUIERE CONTRIBUIR LA FARMACÉUTICA>>



PLAZOS Y TRÁMITES

LOS CANDIDATOS QUE QUIERAN participar en esta acción tendrán que completar un formulario antes del 8 de septiembre a través de la plataforma ckdchallenge.astrazeneca.es donde también encontrarán los requisitos de la solicitud. Los proyectos serán evaluados por un panel de expertos en base a seis dimensiones: el uso de la tecnología, la propuesta de valor para dar respuesta a una necesidad no cubierta, el potencial para mejorar la atención sanitaria y la calidad de vida, el grado de madurez del proyecto, la viabilidad para ser implementado y el grado de innovación.

“Para Wayra, la colaboración lo es todo. En un ecosistema de Innovación Abierta es fundamental construir fuertes lazos de colaboración con terceros que también crean en la innovación y la transformación digital. De esta manera maximizaremos nuestros esfuerzos conjuntos para escalar a las mejores startups. Estamos muy contentos de poder acompañar a AstraZeneca en su apuesta por trabajar conjuntamen-

te con los emprendedores”, explica Paloma Castellano, directora de Wayra Madrid.

“Desde AstraZeneca creemos que este tipo de acuerdos son fundamentales para acelerar la llegada de la innovación a la vida de las personas. Acercarnos a startups y al ecosistema innovador de la mano de plataformas como las que nos ofrece Wayra nos ayuda a trabajar de manera colaborativa, buscando sinergias y potenciando las fortalezas de cada uno de nosotros con un objetivo común, mejorar diagnósticos y procesos a través de la tecnología”, declara Rick R. Suárez, Presidente de AstraZeneca España

“Este acuerdo con AstraZeneca es clave para buscar soluciones diferenciales que vayan más allá de los productos y servicios tradicionales y, a su vez, refleja el compromiso de Telefónica de acercar los beneficios de la tecnología al día a día de las personas”, explica Micaela Martelli, directora de eHealth de Telefónica.

WAYRA

WAYRA ES LA INICIATIVA de emprendimiento que forma parte del programa de Innovación Abierta de Telefónica, el más global, tecnológico y conectado del mundo. Cuenta con siete Wayra Hubs, espacios en nueve países de América Latina y Europa a través de los cuales invierte y apoya a las startups; Wayra X, un hub digital para invertir en startups 100% digitales; Wayra Builder, un venture builder corporativo para crear junto a otros inversores startups innovadoras nacidas de proyectos tecnológicos internos de Telefónica; y Wayra Next Trend, una ventana a la innovación digital sobre tendencias y aplicaciones innovadoras. Además, a través de Wayra Activation Programme ofrece a los emprendedores acceso exclusivo y gratuito a nuevas tecnologías a través de las plataformas propias de Telefónica. Más de 500 de las startups participadas forman parte del programa de Innovación Abierta de Telefónica y más de 130 están haciendo negocio con la compañía.

ASTRAZENECA

ASTRAZENECA ES UNA COMPAÑÍA farmacéutica global e innovadora centrada en el descubrimiento, desarrollo y comercialización de medicamentos bajo prescripción médica, principalmente para el tratamiento de enfermedades en cuatro áreas terapéuticas: oncología, enfermedades raras, cardiovascular, renal y metabolismo y respiratorio e inmunología. Con sede en Cambridge (Reino Unido), AstraZeneca opera en más de 100 países y sus medicamentos innovadores son utilizados por millones de pacientes en todo el mundo.

AstraZeneca es Top Employers en España y en Europa y ha sido distinguida con el certificado EFR de Empresa Familiarmente Responsable.





“ASTRAZENECA ESTÁ INTENSIFICANDO SU APUESTA POR LA INNOVACIÓN PARA MEJORAR LA VIDA DE LOS PACIENTES MEDIANTE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA. LA COMPAÑÍA ESTÁ INMERSA EN UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA MAXIMIZAR EL ALCANCE DE TODA SU ACTIVIDAD, Y UNA DE SUS PRIORIDADES ES ACERCARSE AL ECOSISTEMA INNOVADOR”



El salario medio está en máximos históricos (1.751 euros/mes) pero LA CAPACIDAD DE COMPRA ES UN 3,1% MÁS BAJA QUE LA DE 2008

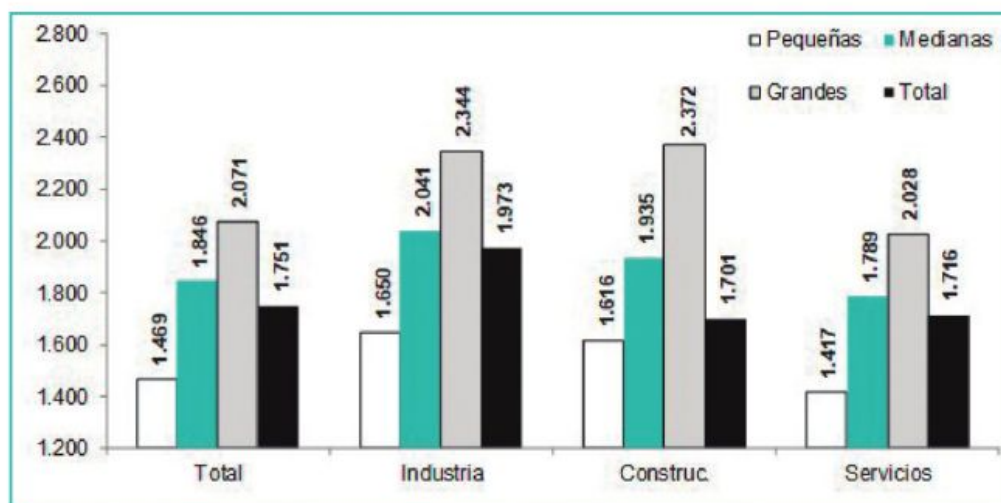
<< El salario medio en nuestro país es de 1.751 euros mensuales, un 6,6% más alto que el del año anterior y marca un nuevo máximo histórico. Sin embargo, si descontamos la variación de los precios al consumo, vemos que la inflación se ha llevado por delante la mitad de esa subida salarial y que la ganancia de poder adquisitivo en 2021 ha sido solo de un 3,4%. Si además lo comparamos con el año 2008, la anterior gran crisis, el salario español pierde un 3,1% de poder de compra con respecto a ese momento >>

BANDA SALARIAL

● Si analizamos el salario por deciles vemos que el 10% de asalariados que menos cobra tiene una remuneración media de 556 euros por mes, mientras que el 10% con salarios más altos percibe un promedio de 5.001 euros mensuales, es decir, 9 veces más que los menores salarios.

SALARIOS POR SECTORES

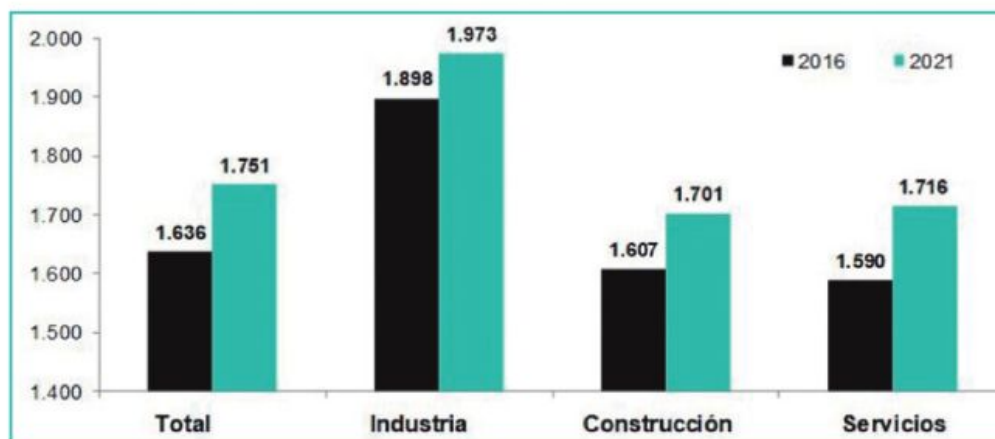
● Por sectores, los tres salarios medios de los principales sectores están en máximos históricos: Industria (1.973 euros/mes; +5,1%), Servicios (1.716 euros; +7%) y Construcción (1.701 euros mensuales; +4,7%).



LAS EMPRESAS MÁS GRANDES PAGAN SALARIOS MÁS ALTOS

Datos en euros brutos por mes para 2021

Fuente: Adecco Institute sobre la base de INE.



SALARIO MEDIO POR SECTORES EN 2016 Y 2021

Datos en euros por mes

Fuente: Adecco Institute sobre la base de INE.

CAPACIDAD ADQUISITIVA

● En los últimos cinco años el salario medio ha perdido capacidad de compra en las empresas medianas y en las grandes, pero lo ganó en las más pequeñas. Concretamente, frente a una pérdida acumulada de un 3,3% en el poder adquisitivo del salario medio de las empresas con 200 y más asalariados, en las empresas medianas se produjo una caída de un 0,9%, mientras que en las pequeñas se alcanzó una ganancia de un 0,9%.

TIPOS DE JORNADA

● El desglose del salario medio total entre los dos tipos de jornada permite ver que, a lo largo de los últimos cinco años, el poder de compra de la remuneración media de jornada completa cayó (-1,8%), al tiempo que subió la correspondiente al salario medio de media jornada (+1%).

SECCIONES DE ACTIVIDAD

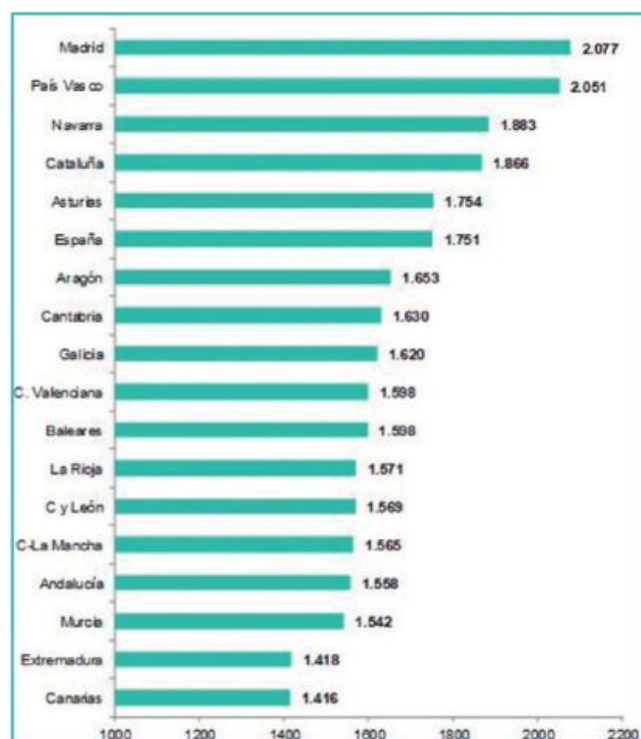
● De las 18 secciones de actividad existentes, diez presentan una mejoría en el poder adquisitivo de su salario medio entre 2016 y 2021. Las mayores ganancias son las de Actividades inmobiliarias (+9,8% por encima de la inflación) e Información y comunicaciones (+5,7%). Les siguen las de Electricidad y gas (+4,8%) y Servicios profesionales (+3,7%). Los peores resultados pertenecen a Hostelería (-17,8%) y Transporte y almacenamiento (-5,7%).

“EL SALARIO MEDIO EN NUESTRO PAÍS ES DE 1.751 EUROS MENSUALES, UN 6,6% MÁS ALTO QUE EL DEL AÑO ANTERIOR Y MARCA UN NUEVO MÁXIMO HISTÓRICO. SIN EMBARGO, SI DESCONTAMOS LA VARIACIÓN DE LOS PRECIOS AL CONSUMO, VEMOS QUE LA INFLACIÓN SE HA LLEVADO POR DELANTE LA MITAD DE ESA SUBIDA SALARIAL Y QUE LA GANANCIA DE PODER ADQUISITIVO EN 2021 HA SIDO SOLO DE UN 3,4%”

SALARIO MEDIO POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

Datos en euros para 2021

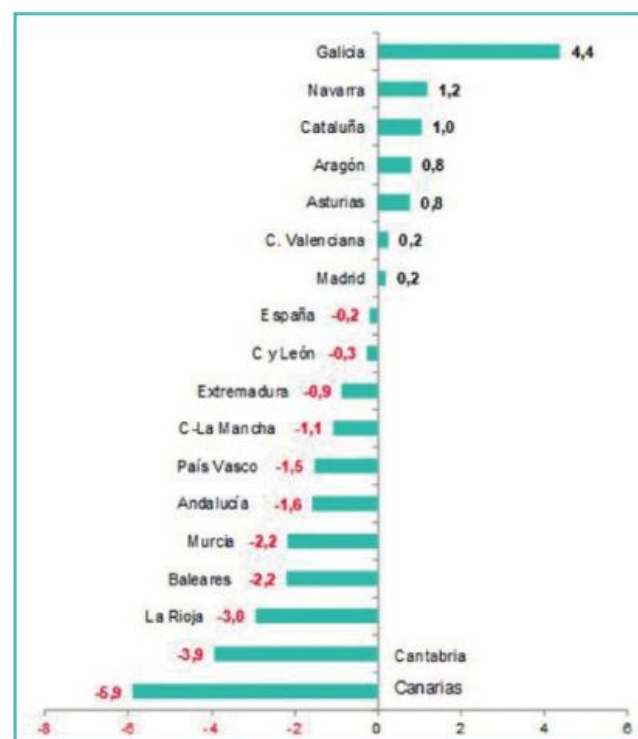
Fuente: Adecco Institute sobre la base de INE.



VARIACIÓN DEL PODER ADQUISITIVO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Datos acumulados para el período 2016-2021

Fuente: Adecco Institute sobre la base de INE.



SALARIOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

● Los salarios medios de la Comunidad de Madrid y el País Vasco (2.077 y 2.051 euros, respectivamente y los más altos) superan en 5.400 euros anuales o más la remuneración media de otras nueve autonomías: la Comunidad Valenciana y Baleares (1.598 euros/mes en ambas regiones), La Rioja (1.571 euros/mes), Castilla y León (1.569 euros/mes), Castilla-La Mancha (1.565 euros), Andalucía (1.558 euros), la Región de Murcia (también 1.542 euros), Extremadura (1.418 euros/mes) y Canarias (1.416 euros).



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



NOS ENCANTAN LAS PERSONAS. NOS ENCANTA LA TECNOLOGÍA.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA

   [ufvmadrid](https://www.ufvmadrid.es)



91 351 03 03
www.ufv.es

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



líderes
en
trato personal

LA UFV

LÍDER DE UNIVERSIDADES
PRIVADAS DE MADRID EN
**ENSEÑANZA
y APRENDIZAJE**

Fuente: Ranking CyD octubre 2017. U-Multirank. Unión Europea



Universidad
Francisco de Vitoria
UFV Madrid

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

NACE SOLAR360,

joint venture de Repsol y Telefónica España para el

AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO

- La nueva compañía comienza a operar este mes de junio con la vocación de liderar el sector del autoconsumo fotovoltaico y ofrecer prestaciones innovadoras para clientes particulares, comunidades de vecinos y empresas.
 - Los clientes producirán su propia energía renovable libre de emisiones de CO2 obteniendo ahorros en su factura eléctrica desde el primer momento.
-





MERCADO AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO

REPSOL Y TELEFÓNICA ESPAÑA han lanzado al mercado Solar360, compañía conjunta para desarrollar el negocio de autoconsumo fotovoltaico. Obtenidas las autorizaciones preceptivas para su constitución, Solar360 ofrecerá este mes de junio soluciones integrales de autoconsumo a clientes particulares, comunidades de vecinos y empresas, tanto pymes como grandes compañías, mediante la instalación de paneles solares.

GRANDES FORTALEZAS

Además de la capilaridad de sus canales y su fortaleza en la operativa y distribución, Telefónica aporta a la JV su experiencia tecnológica y sus capacidades IoT para dotar a las instalaciones de una optimización diferencial en el mercado. Por su parte, Repsol suma su experiencia en autoconsumo y multienergía en España, lo que posibilita ofrecer a los clientes de este nuevo negocio conjunto una tarifa eléctrica específica que complementa a la instalación fotovoltaica.



CON SU PROPIO EQUIPO GESTOR, la nueva compañía combina el conocimiento y experiencia de Repsol y Telefónica España, con un acompañamiento continuo al cliente. Solar360 cubrirá todas las necesidades del cliente, asesorándole respecto al diseño y dimensionamiento de la instalación, con un producto llave en mano. También resolverá cualquier duda sobre el funcionamiento en la generación de la energía, gestionándose ayudas y subvenciones asociadas al producto. Asimismo, el servicio ofrecido incluirá una atención postventa personalizada y el mantenimiento durante toda la vida útil de la instalación fotovoltaica

Emilio Gayo, presidente de Telefónica España, señala: “Telefónica tiene el compromiso de ser una compañía 100% renovable y con-

seguir el objetivo de cero emisiones netas en 2025. Actualmente, ya utilizamos la energía fotovoltaica en nuestros propios centros y queremos aportar nuestras capacidades operativas y tecnológicas para garantizarle al cliente de Solar360 el mejor servicio. Estamos seguros de que nuestra alianza con Repsol, líder de mercado en soluciones energéticas, nos garantiza el éxito futuro”.

La directora general de Cliente y Generación Baja en Carbono de Repsol, **María Victoria Zingoni**, indica: “Con Solar360 iniciamos una andadura ilusionante en una alianza de recorrido, la más completa del mercado, en la que el cliente podrá ser aún más dueño de su consumo y sentirse partícipe de la transición energética, con el acompañamiento de dos grandes compañías”.



**<< CON SU PROPIO EQUIPO GESTOR, LA NUEVA
COMPAÑÍA COMBINA EL CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DE
REPSOL Y TELEFÓNICA ESPAÑA, CON UN ACOMPAÑAMIENTO
CONTINUO AL CLIENTE >>**



LOGOTIPO DE SOLAR360

EL LOGO DE LA NUEVA MARCA, Solar360, que combina los colores corporativos de Repsol y Movistar, refleja la completa propuesta de valor que aporta la alianza de ambas compañías, que abre la puerta a explorar oportunidades adicionales para impulsar otros servicios energéticos en el hogar y las empresas.

<< ADEMÁS DE LA CAPILARIDAD DE SUS CANALES Y SU FORTALEZA EN LA OPERATIVA Y DISTRIBUCIÓN, TELEFÓNICA APORTA A LA JV SU EXPERIENCIA TECNOLÓGICA Y SUS CAPACIDADES IOT PARA DOTAR A LAS INSTALACIONES DE UNA OPTIMIZACIÓN DIFERENCIAL EN EL MERCADO >>





FORTALEZAS DE REPSOL

REPSOL CUENTA CON más de 3.800 MW de capacidad total instalada de generación de bajas emisiones. La compañía suma cerca de 1,5 millones de clientes de electricidad y gas, siendo un actor relevante en este mercado en España. En lo que se refiere a la generación de energía eléctrica renovable, uno de los pilares de la descarbonización de Repsol, se han actualizado los objetivos de capacidad instalada en 2030 hasta alcanzar los 20 GW, lo que supone un incremento del 60% frente a la meta anterior. En 2025, la capacidad instalada aumentará hasta 6 GW.



FORTALEZAS DE TELEFÓNICA

TELEFÓNICA ES UNO de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones del mundo. La compañía ofrece servicios de conectividad fija y móvil, así como una amplia gama de servicios digitales para particulares y empresas. Está presente en Europa y Latinoamérica, donde cuenta con más de 365 millones de clientes. Telefónica es una empresa totalmente privada cuyas acciones cotizan en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Nueva York y Lima.



Rosa Cañamero

SOCIA DIRECTORA EXECOACH.

www.execoach.es

“LA INTELIGENCIA SOCIAL, UN VALOR AL ALZA EN LAS EMPRESAS”

Cada vez más la inteligencia social se está convirtiendo en un valor al alza en nuestra sociedad, que ve como el ser una persona brillante en el trabajo no es suficiente para triunfar o alcanzar el éxito.

Durante mucho tiempo hemos creído que para ser inteligente bastaba con ser capaz de resolver problemas complejos, sin embargo, en 1980 Howard Gardner y su equipo nos hablaron por primera vez del concepto de inteligencias múltiples, con el que descartaban la idea de que el hombre sólo tuviera un tipo de inteligencia, como era comúnmente aceptado hasta entonces: la racional. Esto nos amplía la visión en este campo, hasta el punto de no considerar más inteligente a Einstein que a Mickel Jordan ya que, según este descubrimiento, sólo tendrían dos tipos de inteligencia diferentes. Gardner también fue el primero que definió la inteligencia como una “capacidad”, esto implica que no nacemos con un nivel de inteligencia que es inamovible a lo largo de nuestra vida, sino que en nuestra mano está poder ampliarla a lo largo de ella.

Años después, y basándose en esta investigación, Daniel Goleman sorprendió a la comunidad mundial con el concepto de inteligencia emocional y marcó un antes y un después en el sector empresarial, llegando a ser

imprescindible en los cursos de formación actuales dirigidos a cualquier líder o alto directivo que se precie de serlo. Hoy día, en determinados puestos de trabajo, especialmente los de gestión a alto nivel, se valora más la destreza en asuntos relacionados con la inteligencia emocional que con la racional. Pero los líderes del siglo XXI aún necesitan ir un paso más allá.

En el 2007 es el propio Goleman y también el investigador Karl Albercht, el que nos habla por primera vez de la inteligencia social, y la definen como la capacidad de relacionarse de forma efectiva con los demás, para cooperar y conseguir objetivos comunes.

Hasta ese momento se consideraba que la Inteligencia emocional abarcaba las competencias intrapersonales - de relación con uno mismo-, como la autoconsciencia, la autorregulación y la automotivación; y las competencias interpersonales - de relación con los demás-, como la empatía y las relaciones sociales. A partir de ese año, ambos autores consideran que es necesario tratarlas por separado para ser más eficientes en trabajar las aptitudes que nos definen en los diferentes contextos sociales, a pesar de que la frontera entre ambas inteligencias no está perfectamente definida, ya que lo que ocurre en nuestro entorno, influye en nosotros y de la misma manera como nos sentimos nosotros

emocionalmente influye en nuestras respuestas hacia nuestro entorno.

Y así hoy podemos considerar la inteligencia emocional como una inteligencia interpersonal y la inteligencia social como una inteligencia interpersonal; siendo ambas, dos inteligencias complementarias y necesarias para conseguir el éxito personal y profesional.

La Inteligencia Social es una combinación de cinco habilidades de interacción, que Karl Albercht nombra con las siglas: SPACE.

1. Consciencia Situacional. Capacidad para leer situaciones e interpretar los comportamientos de la gente en esas situaciones, como estados de ánimo, posibles interacciones o proclividad para interactuar.

Un aspecto clave de la habilidad de la Consciencia Situacional es el conocimiento del contexto en el que te encuentras y el significado que tienen las palabras y los comportamientos en dichos contextos. En España ir a un funeral vestido de blanco se puede interpretar como una falta de respeto hacia la familia del difunto, no ocurriría esto mismo en India.

2. Presencia. Es el modo en el que los demás nos perciben e influimos en ellos, a través de la apariencia física, el lenguaje corporal, el modo de llegar y ocupar el espacio en una habitación. A través de una determinada presencia puedes transmitir que eres o no una persona accesible, que se puede confiar en ti, que eres profesional, amable, simpática, segura o tímida.

Tener presencia incluye ser respetuosos con las personas que nos rodean y manifestar un interés real en ellas. También estar disponible no sólo física sino también emocionalmente para las personas que consideremos y ser conscientes de sus problemas y necesidades.

También la presencia incluye una importante dimensión interior, que se ve reflejada en un equilibrado estado mental y emocional; conectando en este punto con la I.E.

3. Autenticidad. Esta dimensión se basa en el deseo y la capacidad para permitirse ser real y no falso o arti-

ficial. Para eso necesitamos tener la confianza necesaria en nosotros mismos, como para asumir una nuestra autoridad.

Si tenemos esta competencia no centraremos nuestro comportamiento en buscar la aprobación ajena traicionando nuestros valores personales y tampoco manipularemos a los demás, ni permitiremos que los demás nos manipulen y seremos honestos y sinceros con los demás. Seremos ese tipo de personas con el que "se puede contar".

4. Claridad. Nuestra capacidad para expresar nuestros pensamientos, opiniones, ideas e intenciones con claridad y precisión.

Hace poco nos contrataron para facilitar el que dos equipos obligados a trabajar juntos se entendiesen. No cabe duda de que ambos responsables de departamento eran brillantes, pero tenían problemas en sus habilidades de Claridad. Desconocer cómo usar el lenguaje apropiado estuvo a punto de costarle a uno de ellos su puesto de trabajo.

5. Empatía. Es un estado de sentimiento positivo entre dos personas, lo que suele entenderse como compenetración.

Lograr empatía con una persona significa conseguir que comparta un sentimiento de conexión con vosotros, que la conduzca a moverse "con y hacia" vosotros en lugar de "contra y lejos" de vosotros.

La I.S. es algo más que una herramienta. Supone una forma transformadora de relacionarse con los demás de forma sana y eficiente. Si una empresa quiere avanzar sin el lastre que suponen líderes carentes de inteligencia social, tiene que apostar por implantar de manera proactiva, un programa que desarrolle líderes con I.S. capaces de transmitir una visión más positiva, perfeccionar su capacidad de entender los patrones de relaciones dentro de su equipo y ayudar a sus colaboradores a reconocer en ellos mismos lo mejor que llevan dentro e invitarles a crecer como individuos y profesionales, en lugar de utilizar sus miedos para su propio beneficio.

WEFOX CIERRA EN 400 MILLONES DE DÓLARES

la nueva ronda de financiación serie D y alcanza una valoración de 4.500 millones de dólares

wefox, insurtech con sede en Berlín, ha alcanzado una valoración de 4.500 millones de dólares tras cerrar con éxito la captación de 400 millones de dólares (incluyendo capital y deuda) en una nueva ronda de financiación serie D dirigida por Mubadala Investment Company con la participación de Eurazeo, LGT, Horizons Ventures, OMERS Ventures y Target Global.



“EL ABANICO DE POSIBILIDADES QUE OFRECE SPORTEASY A LOS JUGADORES REGISTRADOS EN LA APP ES AMPLIO, DIVERTIDO Y MUY INTERACTIVO”

VALORACIÓN

CON ESTA RONDA, wefox aumenta su valoración de 3.000 millones de dólares a 4.500 millones de dólares en 12 meses, en contra de la tendencia actual del mercado de las tecnologías de seguros y, en general, del sector tecnológico.

En palabras de Julian Teicke, director ejecutivo y fundador de wefox, «esta nueva valoración de 4.500 millones de dólares es un claro reconocimiento de nuestro modelo de trabajo, el cual se centra en la distribución indirecta a través de diferentes agentes en vez de en la distribución directa. Esto hace de nuestra empresa la compañía más fiable ahora mismo en el mercado».



EN ESTE SENTIDO, Teicke añade que «hemos conseguido duplicar nuestros ingresos al alcanzar el año pasado una cifra superior a 320 millones de dólares. Además, en los primeros cuatro meses de este año, hemos generado unos ingresos superiores a 200 millones de dólares, lo que nos mantiene firmes para alcanzar nuestro objetivo de generar unos ingresos de 600 millones de dólares a finales de 2022».

«wefox cuenta ya con más de dos millones de clientes y esperamos superar los tres millones a finales de este año. Este es un indicio más de que wefox es de confianza y demuestra que nos hemos centrado en la predicción y en la prevención, en lugar de en el enfoque tradicional de reparar y reemplazar. Hacemos que los seguros sean 10 veces mejores gracias a la tecnología y como resultado nuestros seguros son sencillos y adaptables a la forma en que vivimos hoy en día».

EXPANSIÓN

EL OBJETIVO DE LA INSURTECH para este 2022 es utilizar la financiación obtenida para el desarrollo de productos y expandirse por Europa, para después continuar haciéndolo por Asia y Estados Unidos. Fabian Wesemann, CFO y fundador de wefox afirma que «nos encontramos en la posición más fuerte de la historia. Al cerrar con éxito esta operación hemos reforzado nuestra estrategia y acelerado nuestro camino para conseguir mayores ingresos y beneficios». «La nueva ronda de financiación supone un fuerte voto de confianza de los inversores en nuestro modelo único de trabajo indirecto, el cual nos permite ser eficientes en cuanto a la liquidez y avala nuestro rendimiento continuo, incluso en tiempos turbulentos. wefox cuenta con un modelo probado y un historial sostenible para replicar a nivel mundial, para el cual se utilizarán los fondos adicionales».

PERFIL FINANCIERO MÁS SÓLIDO

ASIMISMO, Wasemann añade que, «nuestro modelo garantiza un perfil financiero más sólido con un claro camino hacia la rentabilidad. Algo que es vital en todo momento, pero especialmente en la actual coyuntura económica, que exige una mayor disciplina financiera».

De acuerdo con Ibrahim Ajami, director de Mubadala Ventures, «a diferencia de la mayoría de insurtechs, wefox actúa como un facilitador del ecosistema, potenciando los distintos canales de distribución en lugar de competir con ellos. Este modelo único de trabajo les ha permitido escalar de forma rápida y sostenible, proporcionando a los corredores y a los clientes por igual una plataforma que digitaliza a la perfección el mercado de los seguros».

A pesar de la actual situación económica, wefox es una de las pocas empresas tecnológicas que sigue contratando personal, con más de 1.300 empleados en la actualidad, frente a los 550 que tenía en 2021, espera alcanzar los 2.000 empleados a finales de 2022.

Continúa leyendo »»



A person is shown from the chest up, wearing a blue, textured garment that appears to be made of a heavy, draped fabric like velvet or silk. The fabric has deep folds and highlights, creating a sense of depth and texture. On the person's right shoulder, there is a small, bright red Apple logo. The person's dark brown hair is visible at the bottom right corner of the frame. The overall lighting is soft, emphasizing the texture of the fabric.

MASS *is* TECHNOLOGY



Suscríbete en
www.massbienestar.com