emplea y emprende

Nº 45 - 2022

YOUNITED
LA INFLACIÓN AUMENTA EL CRÉDITO

GAMMERA NEXT
el éxito en los VIDEOJUEGOS

TELEFÓNICA Y BOSTON SCIENTIFIC
5G en operaciones

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

El otoño MÁS CALIENTE

Nos enfrentamos al otoño más caliente de los últimos años, pero no precisamente porque el precio de la energía nos permita el que todos tengan la posibilidad de calentar sus hogares y las empresas. Todo lo contrario, estamos ante una situación muy preocupante porque el fantasma de la recesión acecha al mundo.

Cuando los tipos de interés crecen y la inflación se dispara con la amenaza de que la invasión de Rusia en Ucrania se radicalice al movilizar a los ciudadanos rusos, sabotear los gaseoductos y anexionar territorios de forma ilegal, se están dando todas las circunstancias para que esta tormenta económica que nos asola se vuelva en una tormenta perfecta

En nuestro país la situación es especialmente compleja ya que la dependencia energética es muy superior a la de la mayoría de los países de la UE. Además, la inflación es superior y la deuda sobre el PIB crece sin parar. Nos preguntamos ¿qué ha pasado con las ayudas a pymes y autónomos?, ¿cuándo nos daremos cuenta que el empleo lo crean las empresas? Lo lógico es favorecer su desarrollo.

Sin embargo, gracias a que las elecciones autonómicas y municipales están en el horizonte del próximo año, nuestros políticos, incluso renunciando a sus principios han decidido rebajar los impuestos, lo que sin duda es una buena noticia que celebramos.

Ahora, les pedimos a los políticos un gran pacto para preparar un plan de estímulos financieros destinados a que las pymes y autónomos puedan también salir adelante, respirar y por supuesto obtener beneficios y crear empleo.

En este número de **Emplea y Emprende**, nuestros lectores encontrarán reportajes y noticias que son todo un ejemplo de que incluso en el otoño más caliente muchas empresas con todo un ejemplo de hacer bien las cosas.

umario

Nº45 - 2022

TELEFÓNICA BOSTON SCIENTIFIC
5G para operaciones

MANGOPAY
Crecimientos de los marketplaces

THE VALLEY
La revolución educativa

DANIEL SÁNCHEZ
Director de Gammera Nest

YOUNITED
La inflación aumenta el crédito

TELEFÓNICA EMPRESAS
Tu experto tecnológico

UALI
La startup más innovadora

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.

HOLDED Y SQUARE SE ALÍAN

para optimizar la gestión financiera y contable en la pequeña y mediana empresa

Holded, el software de gestión empresarial en la nube (ERP) diseñado específicamente para pymes, y Square, la empresa tecnológica que ayuda a empresas de todos los tamaños a gestionar y hacer crecer su negocio más fácilmente con su ecosistema integrado de soluciones comerciales, anuncian un acuerdo de integración completa para impulsar la digitalización en la gestión de pagos y contabilidad de la pyme española.

"ALLÍ DONDE ESTAMOS, la misión de Square es apoyar a los propietarios para que tengan éxito en su negocio, sea cual sea su tamaño", afirma **Ana Muñoz**, directora comercial de Square en Europa. "En España, al igual que en otros países, no sólo proporcionamos nuestro ecosistema de productos para ayudar a los negocios a tener éxito, sino que nos asociamos con empresas como Holded para asegurar que ambas soluciones funcionan integradas correctamente.

OUTBRAIN LANZA KEYSTONE,

una plataforma de optimización holística de NEGOCIO PARA PUBLISHERS

La nueva línea de negocio utiliza su propia tecnología de puja y optimización de IA para activar las Outbrain (Nasdaq: OB), plataforma de recomendación líder en la Open Web, hoy ha lanzado oficialmente Keystone by Outbrain, una tecnología de optimización holística de negocio creada para alinear el conjunto total de iniciativas de negocio de los publishers y ofrecer una experiencia más personalizada a sus audiencias.

MÁS ALLÁ DE LOS INGRESOS publicitarios, Keystone utiliza las tecnologías de optimización y puja de Outbrain para integrar todas las áreas de generación de ingresos de la web de un publisher, incluyendo suscripciones, eCommerce y cualquier otro objetivo de negocio particular de cada publisher. Keystone fue presentado a un grupo reducido de publishers durante la cumbre "The Future of Media" de Outbrain.

keystone™ By Outbrain

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 (Bizkaia), Barcelona y Málaga

Regístrate ya

fundaciontelefonica.com

Con la colaboración:

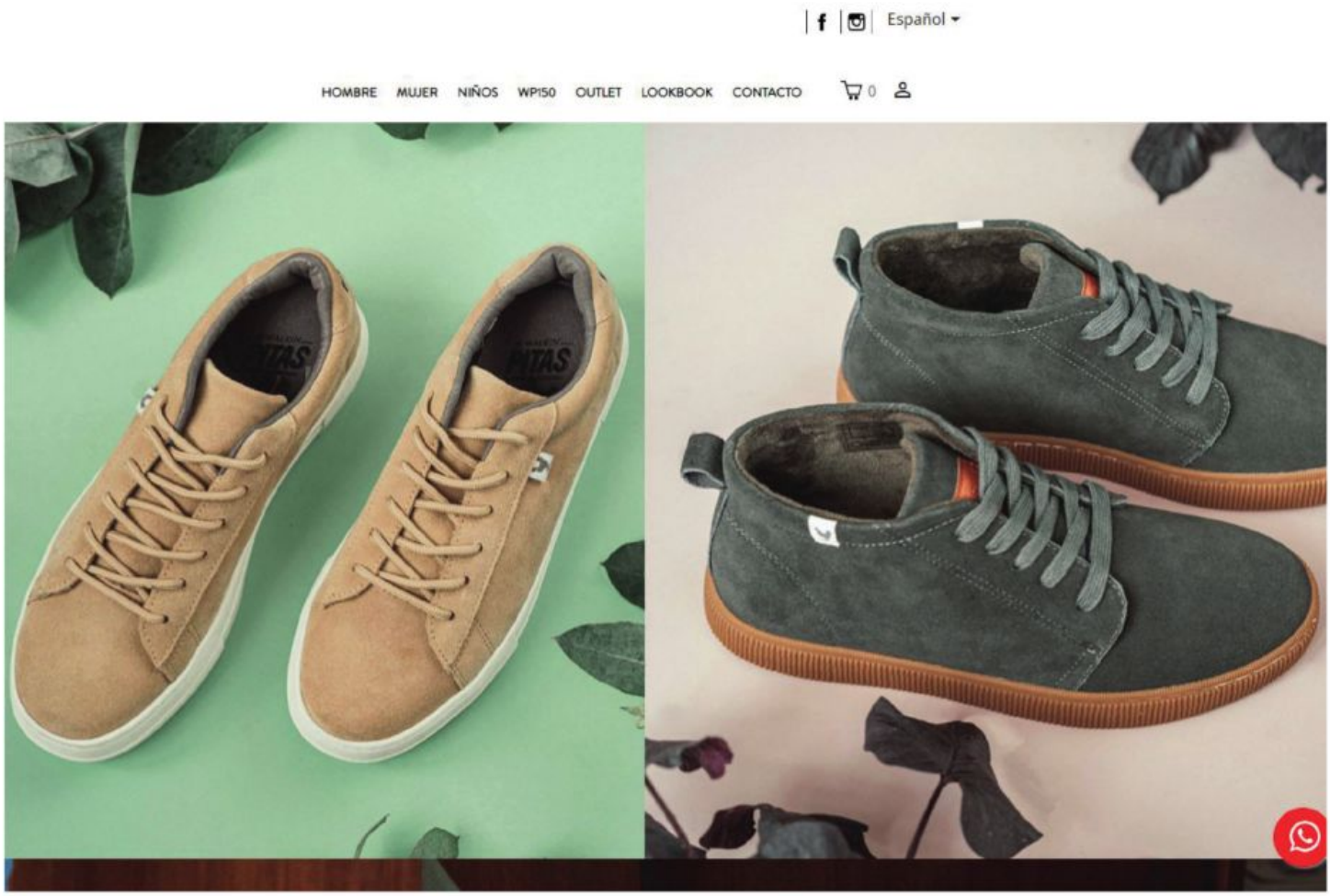
Bizkaia foru aldundia diputación foral

Generalitat de Catalunya Departament de Recerca i Universitats

Ajuntament de Barcelona · Barcelona Activa

Ayuntamiento de Málaga

WalkinPitas



WALKINPITAS DUPLICARÁ su facturación en 2022 y prevé superar los 6 millones de euros en 2023

● La marca urbana de zapatillas de origen español multiplicará por dos su facturación, pasando de los 2 millones de euros en 2021 a los 4 millones este año.

● Ya está presente en Italia, Portugal, Grecia, Chipre, Reino Unido y México y, de cara a 2023, espera consolidar su crecimiento internacional.

PESE A LA PANDEMIA, la guerra de Ucrania y al contexto de recesión económica, WalkinPitas, la marca urbana de zapatillas de origen español, no ha dejado de crecer en los últimos años, tanto a nivel nacional como internacional. Nacida en 2016 en Asturias, la compañía ya está arraigada en varios mercados internacionales: Portugal, Grecia, Italia, Reino Unido, Chipre y México, además de España.

FACTURACIÓN

2022 está siendo un año de éxito para la marca, pues prevé multiplicar por dos su facturación respecto a 2021, pasando de 2 a 4 millones de euros; un crecimiento asentado en la tendencia positiva de los últimos ejercicios, ya que en 2021 también duplicó la facturación de 2020.

DE CARA A 2023, WalkinPitas confía en afianzar el desarrollo internacional con la apertura de nuevos mercados y mantener la dinámica positiva de los últimos años en cuanto a la facturación, alcanzando los 6 millones de euros.

La venta online sigue siendo una apuesta fundamental para la compañía y, aunque España y Portugal son sus principales mercados, el año que viene espera un importante crecimiento en el exterior.

FRANCISCO Y JUAN ROJO, fundadores de WalkinPitas, aseguran que "2022 está siendo un gran para la marca. No solo hemos duplicado la facturación, sino que también hemos conseguido asentarnos definitivamente a nivel internacional. En Europa estamos evolucionando a un ritmo espectacular, especialmente en Italia, que es nuestro mejor mercado, y la entrada en México supone un reto muy importante para crecer en Latinoamérica. En solo seis años hemos superado nuestras mejores previsiones y confiamos seguir en la misma línea en los próximos ejercicios".

ORIGENES DE WALKINPITAS

Fundada en 2016 en Asturias, en menos de 5 años de vida la marca urbana de zapatillas ya está presente en Portugal, Italia, Reino Unido, Grecia, Chipre y México. Con una amplia gama de modelos, entre los que destacan su icónico CAMPING a la cabeza y la línea WP150, con el modelo WALLABI, las zapatillas Pitas destacan por su versatilidad y por ser ideales para toda la familia. La apuesta por el color es su sello de identidad, además de la comodidad y sencillez. ¡El calzado Pitas es siempre pura felicidad para los pies en cualquier época del año!

Telefónica

TELEFÓNICA Y BOSTON SCIENTIFIC implantan una solución **5G** para operaciones

- **La operadora va a desarollar un sistema de control remoto de equipos de electrofisiología en el recién creado Centro de Soporte Remoto (RhythmCARE) de Boston Scientific, ubicado en Madrid.**

- **El sistema recogerá información de varios equipos médicos y la enviará a través de comunicaciones móviles securizadas de baja latencia y alto ancho de banda al técnico especialista que de este modo podrá visualizar y analizar la asistencia al médico y dar apoyo en remoto.**

- **TedCas, empresa invertida por Wayra, ha desarrollado el dispositivo con las necesidades requeridas para el éxito del proyecto.**

TECNOLOGÍA MÉDICA

Telefónica y Boston Scientific, empresa líder mundial en tecnología médica, colaborarán para dotar de la última tecnología aplicada a la sanidad, como una solución 5G, al recién creado Centro de Soporte Clínico Remoto (RhythmCARE) de Boston Scientific, que se ubicará en Madrid y dará cobertura a hospitales de Europa, África y Oriente Medio.

OBJETIVOS

EL OBJETIVO DE AMBAS empresas es desarrollar una solución 5G digital mejorada de soporte a los profesionales sanitarios durante procedimientos en pacientes con problemas cardíacos en tiempo real, de forma remota y digitalizada. Las respectivas tecnologías de las empresas se utilizarán para permitir la recogida de información técnica de diferentes sistemas médicos y enviarla a través de una comunicación móvil segura, de baja latencia y gran ancho de banda, al técnico especialista, que podrá visualizar y analizar la asistencia al médico, proporcionándole apoyo remoto en tiempo real como si estuviera en una interacción cara a cara. El sistema también apoyará la formación de otros técnicos y profesionales sanitarios.

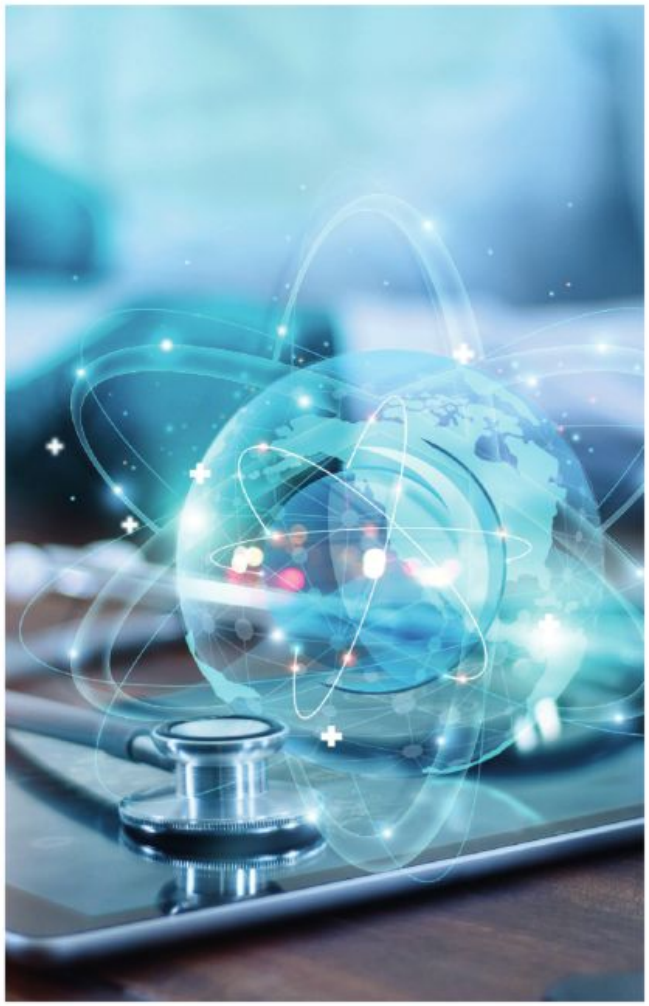
"ESTA INICIATIVA SUPONE UN IMPORTANTE AVANCE EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE BOSTON SCIENTIFIC, ASÍ COMO UNA APUESTA POR EL DESARROLLO DE ESTE TIPO DE SOLUCIONES QUE REDUNDARÁN EN UN BENEFICIO PARA LOS PACIENTES"

CONECTIVIDAD 5G

LA CONECTIVIDAD 5G permitirá telecontrolar el equipamiento de diagnóstico en remoto, ayudando así al equipo médico en tiempo real gracias a la posibilidad de trasmisión de grandes volúmenes de datos y a su baja latencia.

DISPOSITIVO DE TEDCAS

EN LA INICIATIVA también colabora Tedcas, empresa invertida por **Wayra**, que ha sido encargada de desarrollar el dispositivo según las necesidades requeridas por lo que ha jugado también un papel esencial en este proyecto.



TELEFÓNICA Y BOSTON SCIENTIFIC

SEGÚN MICAELA MARTELLI, directora de eHealth de Telefónica: "esta solución ayudará a optimizar los procesos asistenciales al facilitar la intervención en remoto de profesionales expertos, evitar desplazamientos innecesarios y llegar de esta manera a un número más elevado de hospitales. Este piloto se desarrolla gracias a la apuesta firme por el eHealth y el 5G que hacen dos players relevantes como son Telefónica y Boston Scientific". Por su parte, **Angelo De Rosa**, vice president y general manager, Rhythm Management en Boston Scientific EMEA indica: "estoy entusiasmado de que Boston Scientific y Telefónica establezcan esta asociación piloto. Boston Scientific está firmemente comprometida con la transformación digital del sector sanitario y este tipo de soluciones permiten optimizar conocimientos de los expertos sobre el terreno, eliminando las barreras geográficas y mejorando su disponibilidad, lo cual contribuye a obtener mejores resultados para los pacientes".

Soluciones en E-SALUD

Telefónica aportará su experiencia en el desarrollo de soluciones tecnológicas en el ámbito de la e-salud y pondrá en marcha un sistema de control remoto de dispositivos de Gestión del Ritmo Cardíaco y equipos de electrofisiología y sistemas en el Centro de Soporte Remoto de Boston Scientific. De hecho, Telefónica ha sido uno de los primeros operadores en desarrollar casos de uso orientados a operaciones quirúrgicas basados en la nueva tecnología.

"LA CONECTIVIDAD 5G PERMITIRÁ TELECONTROLAR EL EQUIPAMIENTO DE DIAGNÓSTICO EN REMOTO, AYUDANDO ASÍ AL EQUIPO MÉDICO EN TIEMPO REAL GRACIAS A LA POSIBILIDAD DE TRASMISIÓN DE GRANDES VOLÚMENES DE DATOS Y A SU BAJA LATENCIA"

DANIEL SÁNCHEZ MATEOS

director de Gammera Nest

GAMMERA NEST, EL ÉXITO del videojuego llega al metaverso

Emplea y Emprende ha mantenido una más que interesante entrevista con **Daniel Sánchez Mateos** que publicamos por el gran interés y profundidad de sus respuestas.

EYE: Gammera Nest es una empresa de éxito con una faceta muy comercial háblenos de sus acuerdos con: Mediaset games, Play Station y Mondo tv

Daniel Sánchez: Siempre hemos unido de algún modo la faceta comercial y la formación, no solo para el público final de nuestros productos sino también pensando en las propias empresas con las que trabajamos. Si les enseñamos y les asesoramos bien en el uso de los videojuegos o de la gamificación y aprenden a usarla para lograr sus objetivos, más fácil nos será a ayudarles la próxima vez. En general, esa ha sido nuestra filosofía desde que comenzamos. Nosotros no somos un estudio de desarrollo de videojuegos al uso, ni pretendemos serlo: Somos asesores y ayudamos a utilizar una herramienta tan poderosa como el juego y el entretenimiento para lograr objetivos comerciales o acercar marcas a un público nuevo.

Lo hicimos con los museos, ayudándoles a acercarse a un público que en ese momento les era complejo de llegar como era el adolescente (casos como el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza o el Museo del Prado son los más conocidos, pero también lo hicimos con el Museo del Romanticismo o Espacio Fundación Telefónica, entre otros, y aún seguimos trabajando con el Museo Arqueológico Nacional, por ejemplo).

Justo antes de empezar la pandemia, nos interesamos por el mundo audiovisual porque vimos claro que, en él, estaba a punto de darse un cambio, más bien una fusión, con los productos interactivos. No es que no hubiese ya muchas marcas que llevaban su negocio en ambos sentidos y hacían videojuegos de sus propiedades o incluso algunas plataformas que introducían productos interactivos directamente de sus series, pero es que veíamos claro que pronto el público buscaría más y las herramientas

DANIEL SÁNCHEZ es licenciado en Ciencias de la Comunicación con más de diez años de experiencia en la producción de videojuegos y aplicaciones multidispositivo, participando como socio en la creación de varias compañías pioneras en el campo de la telefonía móvil y reconocidas del sector a nivel internacional.
Compagina su actividad empresarial con su trabajo como profesor de diversas asignaturas en la carrera de Diseño y Técnica de Videojuegos del Grado de Videojuegos en ESNE (centro adscrito a la universidad Camilo José Cela) en la que también ha coordinado proyectos de videojuegos de alumnos de todos los cursos. Así mismo ha participado como director de proyectos en varios cursos de posgrado especializados en diseño y desarrollo de videojuegos y marketing para la Universidad Europea y la Escuela de Organización Industrial.
En la actualidad, tras la finalización del DEA basado en la "Evolución e Historia de los Géneros de Videojuegos" está realizando la Tesis Doctoral basada en la adaptación narrativa necesaria para llevar obras audiovisuales no interactivas al mundo del videojuego como forma de comunicación con el espectador. En este aspecto, la nueva experiencia profesional comenzada en el año 2013 bajo el nombre de **Gammera Nest** se centra en estos aspectos, así como en sus funciones como director de PS Talents, programa creado por PlayStation para profesionalizar e industrializar el sector de los videojuegos, apoyando a equipos que nacen para que desarrollen y publiquen sus propios videojuegos bajo el paraguas de la compañía. Como productor en PS Talents, ya sea acompañando a los estudios o desarrollando videojuegos en coproducción con PlayStation u otros partners, cuenta con más de 100 juegos publicados en los que ha participado, siendo de los más significativos el realizado en colaboración con el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, titulado Nubla, del que han aparecido en 2013 y 2019 dos entregas respectivamente o los realizados en colaboración Mediaset Games basados en tres de las películas de la compañía: Way Down, Malnazidos y Tadeo Jones 3.

Entre los próximos proyectos está trabajando en los primeros pasos para acercar el concepto del metaverso a las marcas y, sobre todo, hacerlo sencillo y adaptable de cara a sectores como los museos y el audiovisual.

Más información en:
www.gammeranest.com o escribiendo a:
info@gammeranest.com

y el lenguaje con el que cuentan los videojuegos era idóneo para seguir investigando en ese camino.
Gracias a nuestro acuerdo con PlayStation, tuvimos acceso a trabajar con Mediaset en trasladar la narrativa de algunas de sus películas al lenguaje del videojuego. Ha sido una experiencia increíble (dificultada a veces por estos dos años de pandemia que han obligado a múltiples retrasos a la hora de ver terminados nuestros proyectos) pero que nos ha enseñado mucho. Hemos trabajado mano a mano con los productores y a veces con el equipo de la película (como es el caso del nuevo videojuego de Tadeo Jones que lanzaremos próximamente en todo el mundo), pero siempre hemos intentado que, haciendo productos que buscan la comercialidad, tengan componentes que nos permitan investigar en diseño, en narrativa, etc. Es algo que hemos trasladado a otros muchos productos y áreas. Lo que nos interesan son los procesos, ayudar a que las empresas y partners entiendan lo que hacemos y por qué lo hacemos para que puedan decidir en igualdad de condiciones. No nos gusta ser de esas empresas que imponen sus criterios porque son los "expertos" y no quieren compartir ese conocimiento con sus compañeros de viaje. No entienden que, precisamente eso, enriquece el resultado final.

EYE: Nos interesa la faceta cultural como los desarrollos con el museo Thyssen Bornemisza. ¿Cómo es el lenguaje entre la pintura y el videojuego? ¿Qué recorrido y objetivos se plantean con esta alianza?
Daniel Sánchez: El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza fue el primero que se acercó a nosotros (o nosotros nos acercamos a él, creo que ocurrió a la vez)

porque siempre han estado interesados en explorar nuevos caminos y públicos a la hora de mostrar su colección que además, siempre lo digo, es tan amplia y abarca tantas épocas y autores, que hace muy fácil adaptarla y trabajar con ella. Quizá el primer Nubla (2015) fue la experiencia más sencilla que se podía hacer con la obra de un museo. Había alguna pequeña referencia al público y al menos uno o dos escenarios, más que traslaciones de la obra, eran adaptaciones de esta a la narrativa del videojuego, pero fue un experimento muy temprano. Creo que donde de verdad se ve la potencia de trabajar con un Museo como este se comprende jugando a la segunda entrega que aparece en 2019. En esos 4 años, analizamos en profundidad la obra del museo y la llevamos a terrenos tan dispares como la sociedad de control, la lucha de clases y de géneros dando visibilidad a las mujeres artistas,… Se habla de política e, incluso, con el tiempo, se podría ver alguna referencia a lo que fue la pandemia y la solución que se da con el confinamiento (aunque para nada se nos podía ocurrir algo así cuando estuvimos haciéndolo, lo hemos visto a posteriori ahora que estamos trabajando en bundles con avatares para PS4 y las versiones de PS5 que saldrán próximamente).

Con el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, hemos aprendido que trasladar obras pictóricas al videojuego, no tiene por qué querer decir trasladarlas plásticamente, sino que también se puede utilizar su esencia, lo que los autores quisieron decir y lo que el público entiende o siente cuando las mira. Es mucho más complicado (y bonito) que utilizar la obra y pintar un escenario o imaginar un puzle con ella.

Y eso no ha sido todo. Con el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza hemos hecho otros talleres y proyectos que nos han enseñado mucho y que no siempre han tenido que ver con la obra. Me refiero, por ejemplo, a Animalario, que fue un pequeño proyecto en el que jugábamos con los roles de los visitantes de un museo. También aprendimos mucho con esa experiencia.

El objetivo siempre es innovar. Utilizar la creatividad y las herramientas para aprender cosas nuevas, para llegar a públicos nuevos.

EYE: ¿Cuál es su visión sobre los aspectos social e inclusivoinclusión en el mundo de los videojuegos?

Daniel Sánchez: Creo que si los videojuegos tienen un campo por el que progresar es precisamente por el de ser cada vez más inclusivos y ahondar en aspectos sociales (preocupación por el medioambiente, mejorar la posición de la mujer en el mercado laboral, sobre todo en el tecnológico, facilitar el acceso a la cultura, etc.) no solamente por las mejoras tecnológicas. Siempre que oímos hablar de videojuegos, viene acompañado de lo impresionante que son sus imágenes, su modo de juego o la tecnología (en el caso de la Realidad Virtual, por ejemplo), pero es un camino que no lleva a nada. Lo importante es ¿qué hacemos con esas herramientas? ¿cómo las utilizamos para mejorar nuestro mundo?

Además, si hay un camino donde los videojuegos pueden crecer, es ese. Y todos debemos buscar cómo hacerlo. Quizá no la industria propiamente dicha del videojuego, claro, dejemos que ellos hagan juegos de entretenimiento pero algunos de nosotros debemos comprometernos con eso también para que, juntos, el lenguaje avance y el público pida más productos que les muestren nuevas facetas u opciones a sus problemas al mismo tiempo que querrán productos que las combinen con la diversión y el entretenimiento.

Esto ayudará también a que se deje de "demonizar" a los videojuegos o las pantallas. Todo es malo si se abusa de ello pero medimos el mal que generan precisamente los videojuegos por el tiempo que "perdemos" jugando con ellos. Si ese tiempo fuese "de calidad", si jugar a videojuegos nos permitiese salir con ganas de saber más y buscar información sobre un tema concreto o nos hace reflexionar sobre aspectos de nuestra vida cotidiana, con responsabilidad, jugar a videojuegos se consideraría necesario, como parte de nuestro aprendizaje o adquisición de experiencia. De hecho, ya se hace en algunas escuelas y se incluyen videojuegos en el proceso formativo para implicar más a los estudiantes en él.

Fundación Telefónica

Nuevo número
TELOS 118
Ya disponible

118

TELOS

ESCENARIOS DE FUTURO

ESPACIO RESERVADO PARA DISEÑAR TU FUTURO

El diseño de futuros es una combinación de análisis, prospectiva, estrategias y mucha imaginación.

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

GAMMERA NEST, EL METAVERSO: un nuevo mundo lleno de posibilidades

Según un informe de la consultora **BeConfluence**, las búsquedas en Internet sobre el metaverso en los últimos dos años, están ya más cerca del millón al mes. Y esto solo es la punta del iceberg, pues como asegura **Daniel Sánchez**, director de **Gammera Nest**, una de las mayores empresas en España de creación de videojuegos, y coordinador del programa PlayStation Talents. "Los jóvenes ya están en el metaverso, para ellos ya existe. Sin embargo, hay que acoplar la tecnología a nuestra vida. Será cuestión de unos diez años".

LO QUE SE ESTÁ HACIENDO HOY EN DÍA EN MUCHOS CASOS, NO ES CREAR UN METAVERSO. MUCHAS MARCAS Y EMPRESAS, SOBRE TODO LAS MÁS CONOCIDAS, ESTÁN CREANDO ESPACIOS TRIDIMENSIONALES Y A PODER SER, DEPENDE DE LA INVERSIÓN Y LAS GANAS DE NOTORIEDAD, INMERSIVOS MEDIANTE DISPOSITIVOS DE REALIDAD VIRTUAL. "EL METAVERSO TRAERÁ LA ACCESIBILIDAD Y, SI LO HACEMOS BIEN, LA INCLUSIÓN"

CON ÉL HEMOS HABLADO sobre el Metaverso, sobre lo que es y sobre cómo nos afectará a nosotros, las nuevas generaciones y qué traerá de interesante al mundo de la cultura.

Daniel Sánchez: ¿Nos podrías definir claramente lo que es el Metaverso?

EYE: Lo primero que debemos es diferenciar entre lo que nos gustaría que fuese el metaverso, otra es lo que Zuckerberg, en su evento para el cambio de nombre y objetivos de Facebook, dijo que quería que fuese y otra, muy distinta, es lo que hoy en día realmente estamos haciendo.

En el imaginario de muchos, es un lugar virtual por el que todos navegamos con nuestros avatares (sean reales o imaginarios), interactuamos con los demás, accedemos a servicios, entretenimiento, compras y ofertas online, etc. Un lugar idílico donde todo es posible ya que es virtual y del que no nos gustaría salir nunca porque la oferta de entretenimiento, interactuación social y tipos de relaciones es infinita.

Pero Zukerberg nunca dijo que iba a hacer el metaverso. Habló de poner las herramientas necesarias para dar este paso. El metaverso es algo tan complejo o tan poco complejo como lo fue en su momento el ciberespacio. Ahora buscas en internet, te conectas a redes sociales, navegas, pero nadie dice que esté paseando por el ciberespacio. Y, sin embargo, todas las empresas, tiendas y muchos usuarios particulares tienen su huella en la red en forma de blogs, webs, landings, etc.

Ahí están las redes sociales también. Todas ellas son fáciles de crear gracias al uso de herramientas que hoy en día nos permiten fá-

cilmente colgar en el "ciberespacio" todo aquello que queremos que otros vean o disfruten (en definitiva las redes sociales en sí mismas son herramientas de publicación también). Y es que, igual que para el antiguo ciberespacio, para el nuevo metaverso se necesitarán herramientas de acceso, creación y mantenimiento de espacios, comunicación, puntos de encuentro, etc.
Lo que se está haciendo hoy en día en muchos casos, no es crear un metaverso. Muchas marcas y empresas, sobre todo las más conocidas, están creando espacios tridimensionales y a poder ser, depende de la inversión y las ganas de notoriedad, inmersivos mediante dispositivos de Realidad Virtual.

"EL METAVERSO TRAERÁ LA ACCESIBILIDAD Y, SI LO HACEMOS BIEN, LA INCLUSIÓN"

Son, por tanto, espacios individualizados a los que se llega a través de internet y se navega por ellos de una forma diferente pero que, en definitiva, en la mayoría de los casos, de otra forma más innovadora, aportan lo mismo o menos que los websites normales.
¿Qué la unión de todos ellos llegará a crear en un futuro un metaverso? Puede ser que alguien se dedique a poner un tipo de "autopistas" nuevas entre espacio virtual y espacio virtual y que la navegación se haga inmersiva, pero creo que, justo esta parte, vendrá más bien de las innovaciones tecnológicas, cuando perdamos el móvil o el ordenador como pantalla de acceso, el teclado como forma de comunicación con el sistema operativo o las herramientas de búsqueda y sean nuestras decisiones conscientes mediante gestos o palabras las que interactúen con el medio, estaremos más cerca de crear ese mundo que nos prometen pero que aún tardará bastante en llegar. El tiempo que tarde en encontrar la forma de aportar algo diferente más allá de la novedad.

EYE: ¿Qué beneficios va a tener el usuario cuando pueda descubrirlo?

Daniel Sánchez: El metaverso tiene dos beneficios claros: La inmersión y la ruptura con el lenguaje escrito casi en su totalidad. Pensemos que, hoy en día, nos pasamos el día navegando y "paseando" por internet de muchas maneras (algunas conscientes y otras inconscientes). La mayoría de las veces, lo hacemos median-

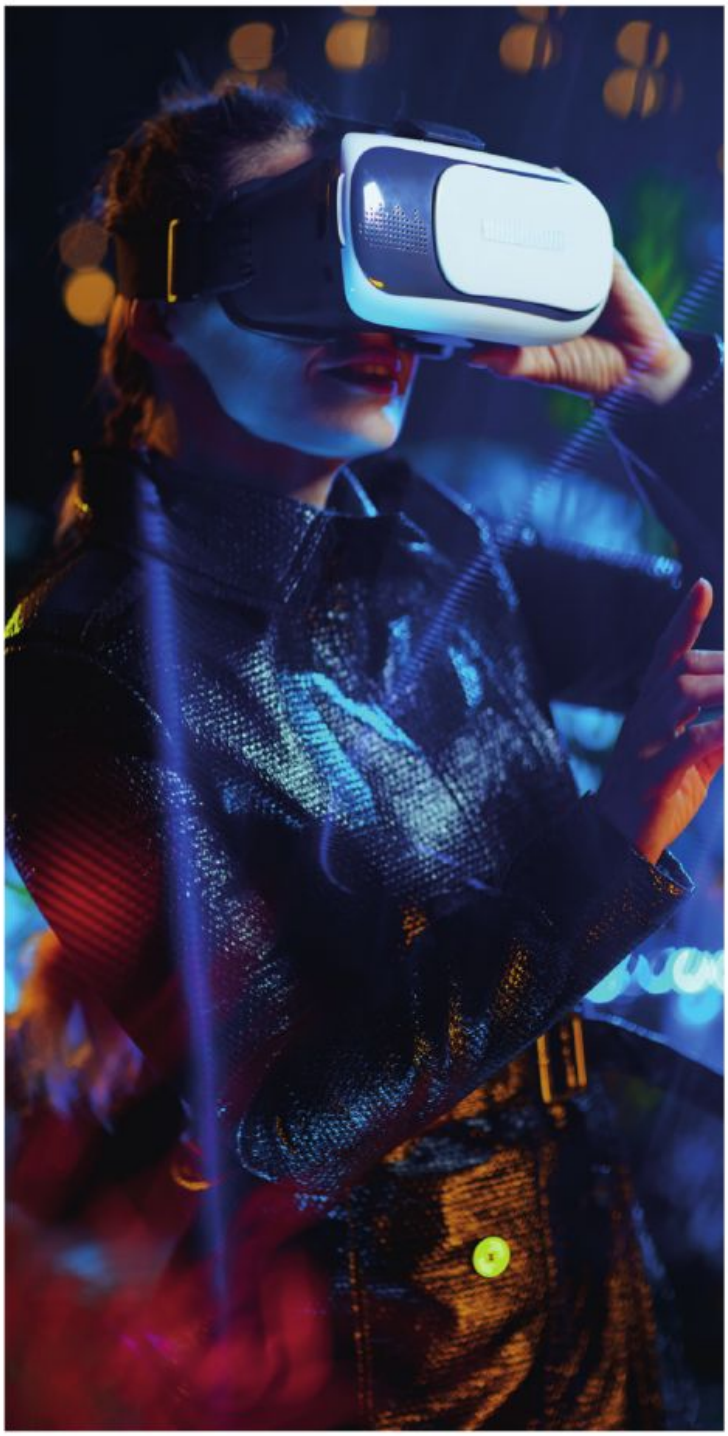
"EL METAVERSO TIENE DOS BENEFICIOS CLAROS: LA INMERSIÓN Y LA RUPTURA CON EL LENGUAJE ESCRITO CASI EN SU TOTALIDAD"

Siempre nos gusta empezar por el conocimiento teórico (la filosofía detrás de ello, la ética o las posibles repercusiones de su uso en la sociedad) pero la realidad es que no es nuevo nada de lo que se está haciendo, simplemente es el camino que ya hace tiempo estábamos siguiendo. En cierta manera, cuando decidimos hacer un proyecto como Secret Trail ya estábamos diciendo al público que se puede mejorar el TDAH de un niño de una forma más sencilla y, sobre todo, más motivadora, si creamos un entorno virtual donde haga pruebas muy similares a las que antes hacía en el real pero envolviéndolo todo en un mundo o una historia atractiva.

te el uso del ratón (aunque ese "ratón" a veces sean los propios dedos en el caso de los smartphones) o del teclado. El metaverso, nos propone una sensación de envoltura total (insisto, aunque no sea en Realidad Virtual): Entras en un mundo que te rodea y paseas por él, descubriéndolo e interactuando con todo lo que te rodea. Lo que antes es acceso por medio de imágenes, vídeo y textos y, sobre todo, interactuación por medio de botones, ahora se convierte en un acceso completo y en un mundo adaptable a tus necesidades en tiempo real (no estático como un video o una imagen) y, sin botones (o al menos esa es la promesa). La lectura no será erradicada (no estamos en una novela de Ray Bradbury) pero, como en la vida real, nos guiamos por textos, por iconos, por otras personas, no leyendo todo y a través del visionado de elementos desde un único punto de vista.

"AÚN QUEDAN UNOS DIEZ AÑOS PARA QUE TOD@S TENGAMOS LA NECESIDAD DE UTILIZARLO"

En definitiva, el metaverso traerá la accesibilidad y, si lo hacemos bien, la inclusión. Si lo hacemos mucho mejor, despertará la curiosidad y el afán por el descubrimiento, el



aprendizaje. No es nuevo, no estamos inventando la rueda, bien usada, internet también fomenta el descubrimiento y la búsqueda, y lo hace de forma activa, como digo, la principal ventaja es eliminar el acceso "estático" de la actualidad por múltiples posibilidades de acceso a los contenidos, lo que eliminará muchas trabas y ampliará público.

EYE: ¿Para cuándo crees que podremos tener esta realidad al alcance de tod@s?

Daniel Sánchez: Es difícil saberlo. ¿Cinco? ¿Diez años? Cada proceso tecnológico dura aproximadamente eso, diez años, de los cuáles, cinco son su "momento de esplendor" antes de ser sustituido por una nueva tecnología. Al principio entra poco a poco, faltan las herramientas, el conocimiento sobre su uso y aplicaciones prácticas que lo hagan interesante o necesario de cara al público general. Aunque es cierto que, si surge y se mantiene, una nueva tecnología suele ser porque responde a una necesidad que ya está instaurada en la sociedad.

Actualmente aún faltan las herramientas que hagan posible el acceso. Sabemos que es "incómodo" tener una mano ocupada todo el día con un móvil y que la pantalla es reducida para todo lo que queremos ver a través de ella, pero también sabemos que el ancho de banda actual y las zonas de cobertura no permiten aún el despliegue y el tipo de contenidos que nos gustaría ver (si fuese cómodo hacerlo). Por último, también se necesita ese tipo de "impulsos" que nos hagan ver el valor de dar el salto porque la mejora sea evidente.

Todas estas circunstancias tienen que darse para que una tecnología deje de ser moda y se convierta en una realidad. Aún estamos en la primera fase: La pandemia nos ha hecho quedarnos aislados y apenas movernos en dos años y muchos han tenido la necesidad de en-

contrarse con sus seres queridos de una forma mucho más cercana que ver solo su cara en una pantalla.

Se imaginaban compartir una mesa, jugar un partido de tenis o ir de tiendas, viéndose y viendo al resto de cuerpo entero aunque fuese un avatar virtual. Estas necesidades han dado impulso a la idea de que el metaverso podría ayudar a superar las circunstancias e instaurarse como forma de vivir la experiencia que te da el mundo real, en el mundo virtual. Pero aún quedan unos años para que tod@s tengamos la necesidad real de usarlo.

Gammera Nest, como empresa desarrolladora de contenidos interactivos, está ahora experimentando y desarrollando con diversos productos y en diversas fases este tipo de tecnología. Siempre nos gusta empezar por el conocimiento teórico (la filosofía detrás de ello, la ética o las posibles repercusiones de su uso en la sociedad) pero la realidad es que no es nuevo nada de lo que se está haciendo, simplemente es el camino que ya hace tiempo estábamos siguiendo. En cierta manera, cuando decidimos hacer un proyecto como Secret Trail ya estábamos diciendo al público que se puede mejorar el TDAH de un niño de una forma más sencilla y, sobre todo, más motivadora, si creamos un entorno virtual donde haga pruebas muy similares a las que antes hacía en el real pero envolviéndolo todo en un mundo o una historia atractiva. En cierto modo, eso es el metaverso.

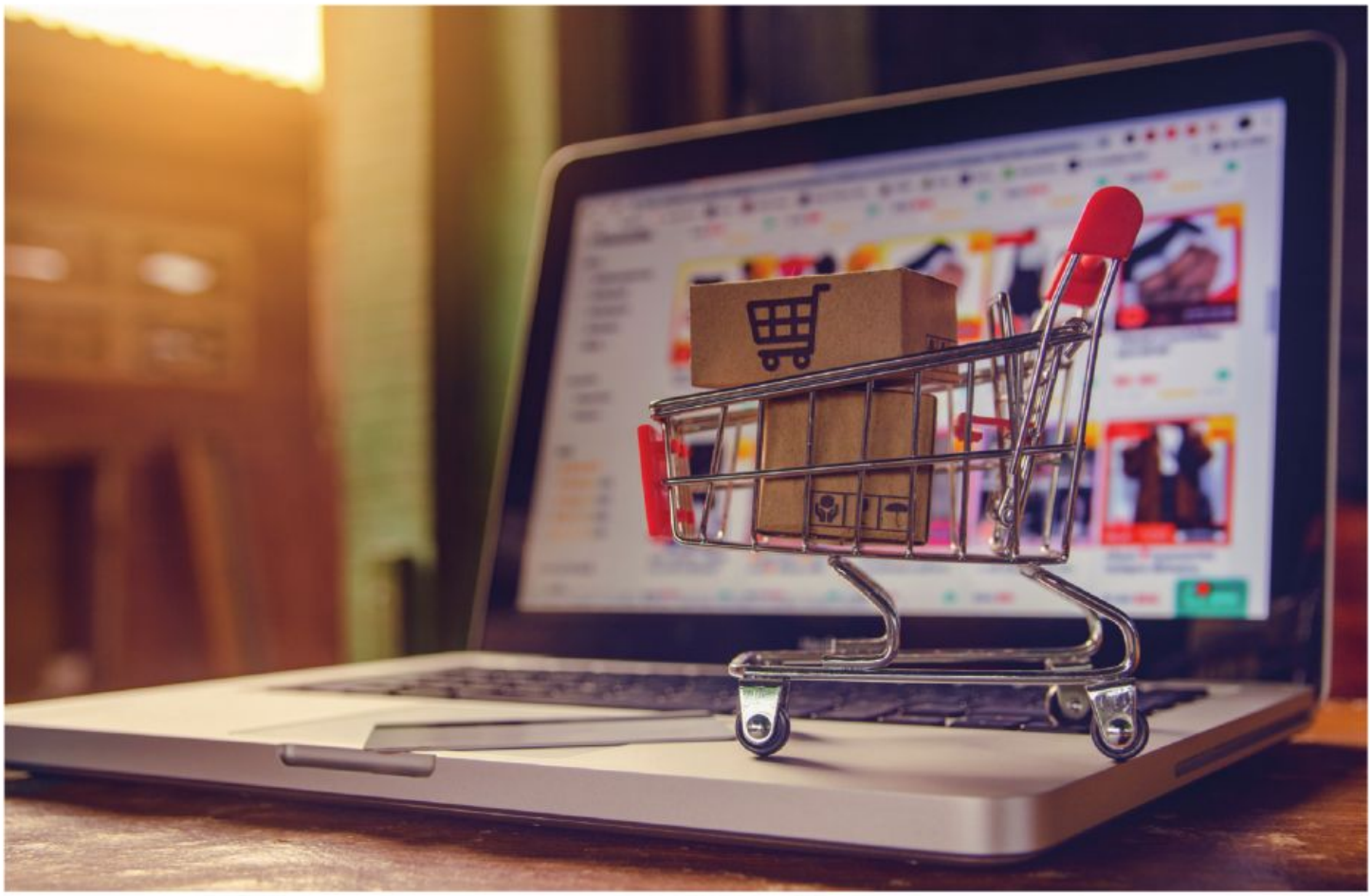
Como decimos, en un futuro tendremos muchos más ejemplos y experiencias tanto culturales como de mero entretenimiento. No estamos creando un metaverso, estamos experimentando con lo que éste podrá ser algún día y, como hemos hecho con anteriores experiencias, como cuando introdujimos los videojuegos para gamers en los museos (gracias a PlayStation y el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza).

Nuestro interés es poder ayudar, poder responder las preguntas que están surgiendo y buscar soluciones con la ayuda de empresas e instituciones que quieran colaborar con nosotros en esta búsqueda que nos llevará a tener herramientas mejores para construir un mundo también mejor.

mangopay

GENERACIÓN DE TRÁFICO WEB, aumento de la notoriedad de marca o incremento las ventas: CLAVES para que los MARKETPLACES sean tendencia en plena escalada de precios

- Los marketplaces alcanzaron una tasa de crecimiento del 25%, doblando por segundo año consecutivo las ventas en el comercio electrónico, que crecieron un 12%.
- En este sentido, estar presente en un marketplace no deja de ser una opción atractiva para que las marcas puedan acceder rápido a un gran público.
- **MANGOPAY** ha recogido las principales ventajas que aportan los marketplaces para las marcas y empresas.



La economía se encuentra en un momento difícil: agosto cerró con una tasa de inflación superior a los dos dígitos (10,4%) por tercer mes consecutivo. La incertidumbre ante el invierno impulsa a los consumidores a modificar sus hábitos de consumo y, cada vez más, buscar alternativas que se adapten mejor a sus bolsillos. Los retailers no se quedan atrás y se ven obligados a adaptar su estrategia de venta para sortear los obstáculos. **MANGOPAY**, uno de proveedor líder en Europa de soluciones de pago para marketplaces y plataformas de crowdfunding, ha recogido las principales ventajas que aportan los marketplaces para las empresas. Este modelo protege a las marcas de los cuellos de botella en las cadenas de suministro y proporciona flexibilidad y la capacidad de adaptación a las distintas situaciones del mercado.

Estudio de MANGOPAY

SEGÚN UN ESTUDIO DEL PARTNER estratégico de **MANGOPAY**, Mirakl, durante 2021, los marketplaces alcanzaron una tasa de crecimiento del 25%, doblando por segundo año consecutivo las ventas en el comercio electrónico, que crecieron un 12%. Los últimos acontecimientos han hecho que las empresas se vean obligadas a acelerar su transformación digital al menos tres años para sobrevivir. Sin embargo, tener una presencia online ya no es suficiente: según un informe de Gartner, la mitad de todas las ventas de comercio electrónico se realizaron en marketplaces en 2020, lo que hace que estas plataformas sean las verdaderas ganadoras de este cambio en los comportamientos de compra en línea. En este sentido, estar presente en un marketplace no deja de ser una opción atractiva para que las marcas puedan acceder rápido a un gran público. Así, generar tráfico a la web del vendedor, aumentar la notoriedad de marca o incrementar las ventas a partir de una versión reducida son algunas de las ventajas que ofrecen los marketplaces.

mangopay

Comercio electrónico Vs. marketplace: CUÁL ES LA DIFERENCIA

AUNQUE LOS SITIOS de comercio electrónico y los marketplaces pueden parecer bastante similares, ya que ambos implican que los clientes busquen y pidan productos en línea, existen algunas diferencias entre los dos modelos.

En el comercio electrónico, el consumidor es el usuario final, es decir, el cliente. Por su parte, el vendedor es el propio minorista electrónico, que intentará atraer y retener a este cliente basándose únicamente en la marca y los productos de su empresa. El minorista electrónico se encarga de gestionar su stock y su logística. Mientras tanto, en el modelo de marketplace, el cliente es el vendedor. Por lo tanto, un marketplace se centrará en la incorporación de diferentes vendedores con ofertas cuantitativas y cualitativas para atraer y retener a los clientes. Como su papel es el de intermediario, el marketplace se llevará una comisión sobre las ventas generadas por los vendedores que aloja, pero no será el propietario ni tendrá que gestionar las existencias ni la logística.

<<ESTAR PRESENTE EN UN MARKETPLACE NO DEJA DE SER UNA OPCIÓN ATRACTIVA PARA QUE LAS MARCAS PUEDAN ACCEDER RÁPIDO A UN GRAN PÚBLICO. ASÍ, GENERAR TRÁFICO A LA WEB DEL VENDEDOR, AUMENTAR LA NOTORIEDAD DE MARCA O INCREMENTAR LAS VENTAS A PARTIR DE UNA VERSIÓN REDUCIDA SON ALGUNAS DE LAS VENTAJAS QUE OFRECEN LOS MARKETPLACES>>

Por qué tener presencia en un marketplace ES TENDENCIA

A CONTINUACIÓN, MANGOPAY ha resumido las principales ventajas que aportan los marketplaces para las marcas y empresas:

- **Aumentar las ventas:** No es un secreto que una tienda online requiere de cierto tiempo para despegar. Gracias al tráfico que generan los marketplaces, las marcas obtienen una visibilidad y alcance impensables en el comercio electrónico tradicional.

- **Menor tasa de abandono:** Aunque los clientes pueden estar apegados a ciertas marcas, también quieren poder comparar sus compras. En este sentido, alojar una amplia gama de marcas en una sola plataforma reduce la probabilidad de que los clientes abandonen una plataforma por la de otro comercio electrónico.

- **Impulsar la marca a nivel internacional:** Una de las ventajas más notables de operar en un marketplace es la capacidad de escalar internacionalmente con un esfuerzo mínimo. Y es que, vender en otros países se puede convertir en una misión imposible porque los gastos de envío pueden llegar a duplicar el precio del artículo. Sin embargo, los marketplaces suelen ofrecer unos costes de envío más asumibles, permitiendo a la marca ser más competitiva.

- **Aprovechar la confianza:** Una de las preocupaciones más comunes de los compradores en línea es la falta de confianza a la hora de introducir los datos de pago para completar una compra. Los marketplaces suelen generar mayor confianza al usuario porque suelen estar blindados contra cualquier ciberataque mediante altas medidas de seguridad, que seguramente están muy por encima de las de cualquier tienda online. Además, los eventuales fraudes de un comprador deshonesto son cubiertos por la plataforma.

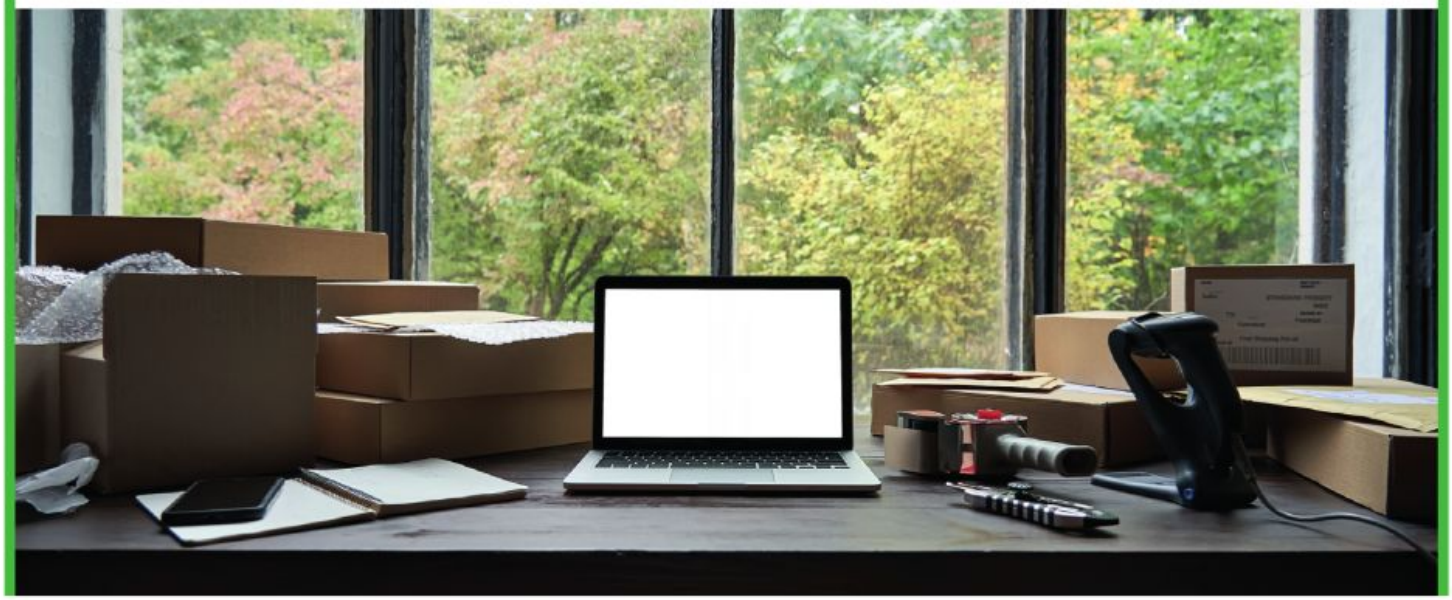
mangopay

B2B Marketplaces:

La próxima revolución del comercio digital

UNA TENDENCIA que avanza imparable dentro de la industria Marketplace es el negocio B2B. Tanto es así, que en 2021 las ventas en marketplaces B2B se dispararon un 131%, alcanzando los 56.500 millones de dólares y, es más, se calcula que este año superarán los **130.000 millones.**

Parte del éxito de los marketplaces B2B se explica porque los nuevos hábitos y tendencias de consumo que han comenzado a implementarse de cara al consumidor, al ver que funcionan, las empresas quieren incorporarlos a su modelo operativo. Con la pandemia, al igual que los individuos, los negocios se vieron forzados a realizar compras por internet, descubriendo los beneficios que ofrece este modelo, como una mayor oferta. Tampoco hay que olvidar el valor añadido que aporta el Marketplace más allá de las cuestiones prácticas, y es que este tipo de plataforma genera un sentimiento de comunidad más allá de la marca que lo opera.



SOLUCIÓN DE PAGO MANGOPAY

FUNDADA EN 2013, MANGOPAY es la solución de pago para marketplaces y plataformas de crowdfunding. Diseñada por y para emprendedores, la API de MANGOPAY permite a los clientes crear complejos flujos de pago para facilitar los intercambios entre sus usuarios. Más de 2.500 plataformas utilizan MANGOPAY para gestionar las transacciones y la verificación de los usuarios, como Vinted, Leboncoin, Malt, La Ruche qui dit Oui! y muchas otras. MANGOPAY es una entidad de dinero electrónico con licencia para prestar servicios en la UE/EEE y cuenta con siete oficinas.

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**

INTELIGENCIA ARTIFICIAL, realidad virtual o gamificación lideran la revolución educativa

<< Desde 2020 el uso de las nuevas tecnologías en el ámbito educativo se vio incrementado por la llegada de la pandemia. Las tabletas y ordenadores se convirtieron en herramientas imprescindibles, tanto es así, que los últimos datos del INE apuntan que el 96% de los hogares españoles tenía internet en 2021 >>

Durante esta misma época, los centros formativos tuvieron que reinventarse para adaptarse a los nuevos tiempos y muchos de ellos echaron mano de las denominadas EdTech, herramientas tanto de software como de hardware que permiten optimizar y mejorar los procesos de enseñanza obteniendo mejores resultados.

INVERSIÓN EN **EDTECH**

POR ESTE MOTIVO, la inversión en EdTech no ha dejado de crecer desde 2020 e instituciones como la Unión Europea buscan dar un salto educativo durante la actual década y han lanzado un Plan de Acción de Educación Digital (2021-2027) con el que se busca fomentar el desarrollo de un ecosistema educativo digital de alto rendimiento y mejorar las competencias y capacidades digitales para la transformación digital con el objetivo de hacer un mejor uso de la tecnología digital para la enseñanza y el aprendizaje.

PLANES E INVERSIONES

DE CARA AL NUEVO AÑO ESCOLAR, se espera ver el resultado de planes e inversiones en todos los niveles de enseñanza. Desde escuelas de negocios que continúan apostando por modelos híbridos, con espacio para innovar y utilizar nuevas herramientas como la inteligencia artificial en sus formaciones, como escuelas de educación obligatoria, en las que cada vez es más habitual ver herramientas como impresoras 3D y en las que este curso se empezará a impartir las asignaturas de programación y robótica en Educación Infantil, Primaria y ESO.

TECNOLOGÍA en educación

PARA JUAN LUIS MORENO, Partner & Chief innovation Officer de The Valley "la tecnología bien utilizada tiene multitud de usos interesantes en la educación. Desde el 2020 la industria EdTech está despuntando y ya ha traído consigo usos de la tecnología didáctica sorprendentes que serán muy beneficiosos para todos los miembros del sector. Además, permite que las personas que ya se encuentran inmersas en el mundo laboral puedan reciclarse y formarse y elegir dónde, cuándo y cómo sin interrumpir su trabajo, lo cual tenemos muy en cuenta en **The Valley**".

"QUE SE BUSCA FOMENTAR EL DESARROLLO DE UN ECOSISTEMA EDUCATIVO DIGITAL DE ALTO RENDIMIENTO Y MEJORAR LAS COMPETENCIAS Y CAPACIDADES DIGITALES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL"

PRINCIPALES **BENEFICIOS**

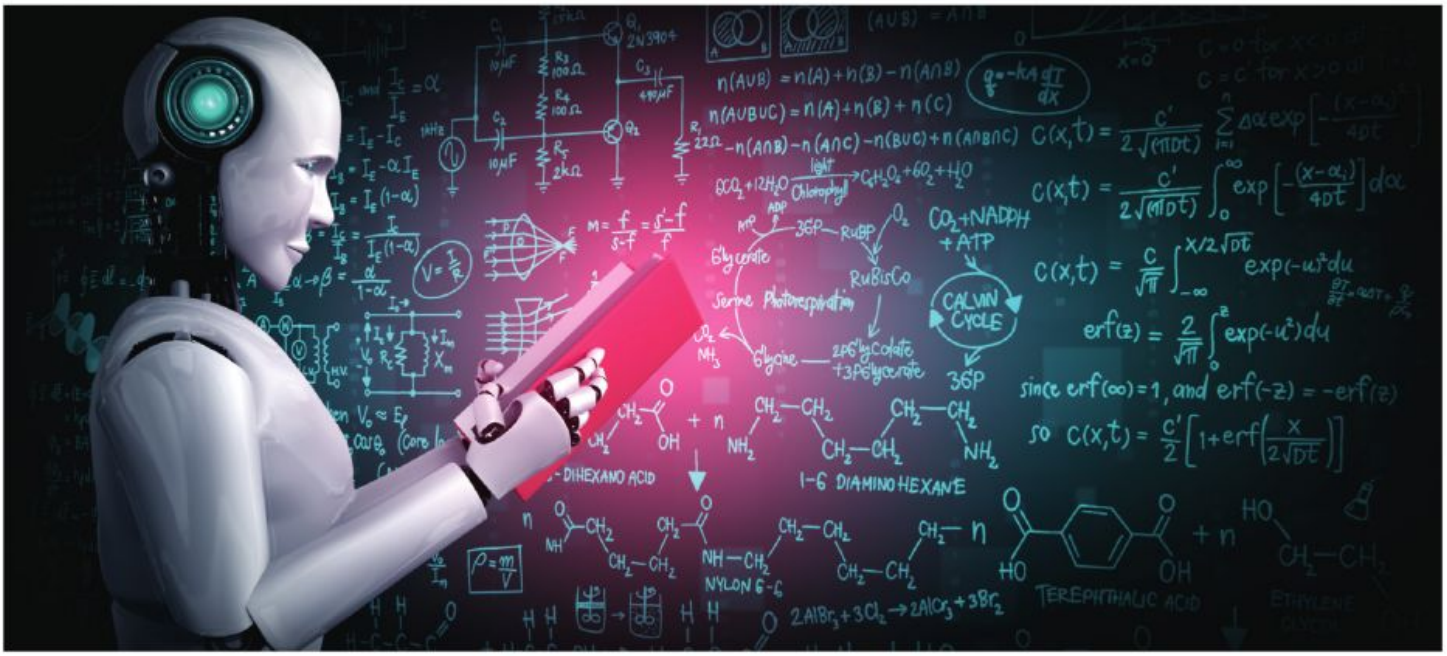
● **Experiencias más completas y reales.** Poner en práctica los conocimientos que se están asimilando es siempre mucho más adecuado para aprender mejor y garantizar el éxito en la educación. Sin embargo, en ocasiones, experimentar una situación real en las aulas no siempre es factible o no resulta creíble. Con la realidad virtual ya es posible realizarlo y uno de los sectores que más se está beneficiando de esta herramienta es el de la salud donde la tecnología ha contribuido para conseguir un nuevo enfoque; una visión predictiva, personalizada y participativa que sitúa al paciente en el centro. Además, de la mano de la realidad virtual está la realidad aumentada que, dentro del mundo real, añade una nueva capa de información combinando elementos físicos con virtuales.

● **Educación inteligente y personalizada.** La imitación de la mente humana para realizar tareas tiene, entre multitud de aplicaciones, la personalización de la educación. Gracias a la inteligencia artificial se pueden adaptar las lecciones al progreso de los estudiantes para lograr una docencia más efectiva y que pueda adaptarse a las necesidades de los alumnos. Del mismo modo, se desarrollan también materiales personalizados que complementan y ayudan al aprendizaje de cada estudiante.

"LA TECNOLOGÍA HA CONTRIBUIDO PARA CONSEGUIR UN NUEVO ENFOQUE; UNA VISIÓN PREDICTIVA, PERSONALIZADA Y PARTICIPATIVA QUE SITÚA AL PACIENTE EN EL CENTRO"

● **Aprendizaje mediante videojuegos y robótica.** Cuando se juega, se aprende constantemente, se adquieren conocimientos de manera inconsciente y lo más importante, se tiene una mayor disposición. Por ello, cada vez son más las herramientas de formación que recurren a la gamificación para hacer la enseñanza más llevadera y atractiva. Un recurso para todos los públicos que, bien utilizado, hace que los estudiantes se sientan atraídos por la lección que están aprendiendo y formarse sea una actividad diferente y amena. Por otro lado, cada vez son más las escuelas que apuestan por la robótica como un canal que implantar en sus planes de estudios y que permitirá a los niños programar los propios robots que luego les ayudarán con su aprendizaje en el aula.

"CADA VEZ SON MÁS LAS ESCUELAS QUE APUESTAN POR LA ROBÓTICA COMO UN CANAL QUE IMPLANTAR EN SUS PLANES DE ESTUDIOS "



● **Conocer nuevas realidades.** Una de las principales ventajas que ha traído la tecnología a la educación es la posibilidad de conocer nuevas realidades como el Metaverso, un lugar virtual que ha llegado para convertirse en un nuevo espacio donde relacionarse, y que también será útil para ofrecer formación, ya que permitirá compartir espacios digitales entre profesionales, expertos y alumnos, añadiendo el componente inmersivo al aprendizaje. Además, los profesionales que ya conozcan el Metaverso por haberlo utilizado durante su formación contarán con una ventaja y un conocimiento que puede marcar la diferencia, ya que en unos años cualquier empresa y sector deberán adentrarse en este espacio para llegar a un público que buscará comprar, informarse o relacionarse a través de los mundos virtuales. Es por eso, que la entrada del Metaverso en el sector de la educación puede transformar la forma de aprender y ampliar el acceso a la educación.

LA INFLACIÓN INCREMENTA la demanda media **del crédito** por parte de los **españoles**

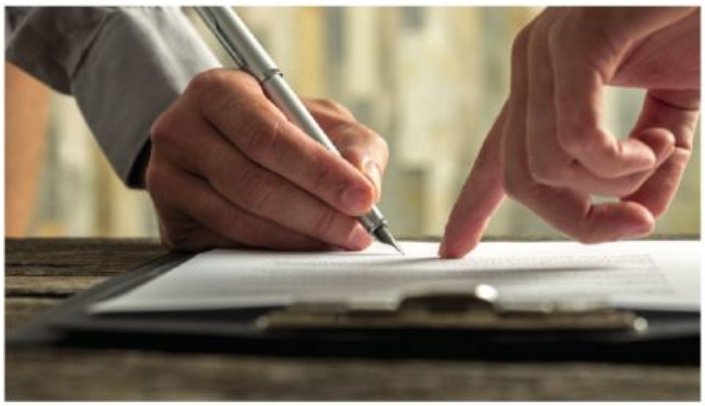
« Se aprecian subidas en la demanda de créditos relacionados con el ámbito de la salud, y también destinados a proyectos de formación »

La inflación ha tocado techo este verano, llegando a alcanzar el 10,8% durante el mes de julio, el dato más elevado desde 1984, y cerrando agosto todavía por encima de los dos dígitos (10,4%). Los datos compartidos por Younited, una de las plataformas líderes de crédito online en Europa Continental, desvelan una subida de la cantidad media demandada en créditos durante el segundo trimestre en determinadas categorías, a pesar del actual contexto de aumento de los precios y contracción del consumo.

LOS VEHÍCULOS LIDERAN el incremento de la demanda de crédito

La industria del automóvil es de los segmentos donde es cada vez más complicado sortear la inflación, tanto en la compraventa de coches nuevos como de segunda mano. Según datos de la plataforma Younited, el importe medio solicitado para la adquisición de coches nuevos durante el segundo trimestre de 2022 fue de 13.057€, un 2,7% más alto que durante los tres primeros meses del año (12.715€).

Los datos referentes a los vehículos de ocasión llaman la atención: de un trimestre al otro, el crédito demandado medio alcanzó los 6.729€, un 5,5% por encima de los 6.378€ demandados de enero a marzo de 2022. Por otro lado, la escasez de microchips (consecuencia de la crisis sanitaria) ha jugado un importante papel en el colapso de la industria del automóvil, haciendo que cada vez más compradores busquen en el mercado de segunda mano y subiendo el precio de los vehículos de ocasión. Así, el importe medio solicitado para la adquisición de estos coches durante el primer semestre de este año fue un 6,7% más elevado que el del mismo periodo del año 2021.



EL CRÉDITO como herramienta de planificación

La liquidez es otra categoría de proyecto de crédito que acusa una subida del importe medio demandado: un 3,31% superior en el segundo trimestre con respecto a los tres primeros meses del año.

ESTE SEGMENTO es especialmente simbólico, ya que este aumento está alineado con la actualidad económica y la imparable escalada de precios, y la respuesta de los consumidores a ella, quienes necesitan liquidez para afrontar estas subidas. Así, el crédito constituye una herramienta útil para la planificación y serenidad financiera familiar.

LOS ELECTRODOMÉSTICOS, OTRO SECTOR QUE ACUSA SUBIDAS DE PRECIOS JUNTO CON LOS CUIDADOS MÉDICOS Y LA FORMACIÓN

Los electrodomésticos son productos que se han encarecido en los últimos meses como consecuencia de la guerra en Ucrania, debido a factores como las subidas del precio de la electricidad, el combustible y el aumento de algunos materiales, como el acero. La diferencia entre el importe medio solicitado entre los dos trimestres muestra un aumento del 2,2%. Asimismo, según los datos de Younited, se aprecian subidas en la demanda de créditos relacionados con el ámbito de la salud, y también destinados a proyectos de formación. En estas categorías, no obstante, las alzas son más moderadas y se sitúan en torno al 2% en la variación intertrimestral.

"LA ESCASEZ DE MICROCHIPS (CONSECUENCIA DE LA CRISIS SANITARIA) HA JUGADO UN IMPORTANTE PAPEL EN EL COLAPSO DE LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL, HACIENDO QUE CADA VEZ MÁS COMPRADORES BUSQUEN EN EL MERCADO DE SEGUNDA MANO Y SUBIENDO EL PRECIO DE LOS VEHÍCULOS DE OCASIÓN"

LOS ELECTRODOMÉSTICOS,

otro sector que acusa subidas de precios junto con los cuidados médicos y la formación

LOS ELECTRODOMÉSTICOS son productos que se han encarecido en los últimos meses como consecuencia de la guerra en Ucrania, debido a factores como las subidas del precio de la electricidad, el combustible y el aumento de algunos materiales, como el acero. La diferencia entre el importe medio solicitado entre los dos trimestres muestra un aumento del 2,2%. Asimismo, según los datos de Younited, se aprecian subidas en la demanda de créditos relacionados con el ámbito de la salud, y también destinados a proyectos de formación. En estas categorías, no obstante, las alzas son más moderadas y se sitúan en torno al 2% en la variación intertrimestral.

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.

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)

Telefónica

TU EXPERTO TECNOLÓGICO de Telefónica Empresas LLEGA YA A MÁS DE 8.500 PYMES

La propuesta para dar soporte y asesoramiento al entorno de trabajo de las pequeñas y medianas empresas, que se lanzó hace un año y medio, figura entre las más valoradas por los clientes.

● La compañía ha incorporado nuevas funcionalidades que facilitan la gestión del administrador del servicio y mejoran la experiencia de usabilidad de los empleados.

'TU EXPERTO TECNOLÓGICO', el servicio de atención integral al puesto de trabajo presencial y en remoto, de Telefónica Empresas ha conseguido un índice de satisfacción de los clientes de un 4,8 sobre 5. Esta estimación la convierte en una de las soluciones más valoradas por los clientes de Telefónica en el ámbito de las pymes.

ATENCIÓN **continua**

EL MAYOR MOTIVO DE SATISFACCIÓN con Tu Experto Tecnológico se debe a la atención personalizada 24 horas al día, 7 días a la semana; un seguimiento detallado de las incidencias y una respuesta ágil a las peticiones de los usuarios, independientemente de si se resuelven en remoto o en la propia oficina. Así, se ha conseguido que el tiempo medio de respuesta online sea de 9 minutos.

<< EL MAYOR MOTIVO DE SATISFACCIÓN CON TU EXPERTO TECNOLÓGICO SE DEBE A LA ATENCIÓN PERSONALIZADA 24 HORAS AL DÍA, 7 DÍAS A LA SEMANA >>

Telefónica

"Estamos muy satisfechos con la buena acogida de **Tu Experto Tecnológico** que está teniendo esta solución que se creó para conseguir que las pymes españolas tuvieran un servicio de atención y soporte similar al que tienen las grandes empresas. Su uso por más de 8.500 empresas y su positiva valoración nos muestran que vamos por el buen camino", señala **Javier Vizcaíno Toscano**, director de Pymes de Telefónica.

Para seguir acompañando a las empresas en su camino para lograr una mayor digitalización de su negocio, Telefónica Empresas ha incorporado a la plataforma nuevas capacidades que facilitarán su uso a empleados, desde casa o la oficina, y a empresas.

<< 'TU EXPERTO TECNOLÓGICO', EL SERVICIO DE ATENCIÓN INTEGRAL AL PUESTO DE TRABAJO PRESENCIAL Y EN REMOTO, DE TELEFÓNICA EMPRESAS HA CONSEGUIDO UN ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE UN 4,8 SOBRE 5 >>

<< EL SERVICIO CUENTA CON TRES MODALIDADES DE CONTRATACIÓN: LA BÁSICA, LA AVANZADA Y LA PREMIUM. LA PRIMERA OFRECE SOPORTE REMOTO MULTIDISPOSITIVO Y MULTISISTEMA OPERATIVO Y GESTIÓN DE LAS GARANTÍAS CON EL FABRICANTE. LA SEGUNDA INCLUYE ADEMÁS SOPORTE A LAS APLICACIONES DE COLABORACIÓN Y PRODUCTIVIDAD, COMO OFFICE Y GOOGLE SUITE >>

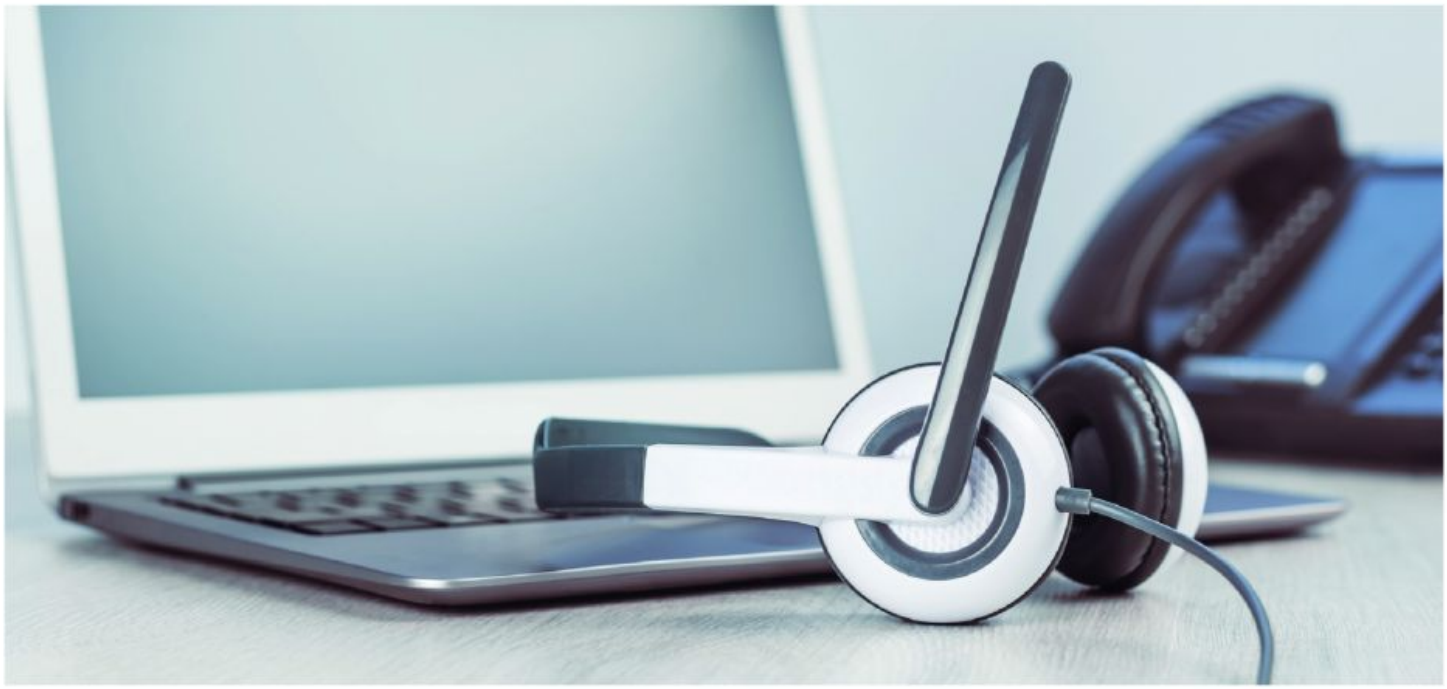
Telefónica

MICROSOFT 365

ENTRE ESTAS NOVEDADES, se ha incluido la puesta en marcha básica de Microsoft 365. Además, los administradores dispondrán de un nuevo acceso en el menú de la Plataforma general donde tendrán mayor visibilidad del servicio. Una mejora que permite que se puedan ver en tiempo real todas las incidencias abiertas y su estado, junto con otra información de interés como el número de licencias disponibles o la fecha de vencimiento de las garantías. También se simplificará el proceso para dar de alta nuevos equipos y usuarios de forma masiva. Asimismo, los usuarios podrán seleccionar sus dispositivos favoritos para que aparezcan en primer lugar cuando inicien una petición y se ha simplificado el proceso que tienen que seguir para resolver averías.

MODALIDADES

EL SERVICIO CUENTA CON TRES modalidades de contratación: la básica, la avanzada y la premium. La primera ofrece soporte remoto multidispositivo y multisistema operativo y gestión de las garantías con el fabricante. La segunda incluye además soporte a las aplicaciones de colaboración y productividad, como Office y Google Suite. Y la versión premium incluye además soporte profesional a las aplicaciones de negocio, como las soluciones de Sage, o de Captio para el pago de facturas. De esta forma, se da solución inmediata a las consultas de los usuarios sobre las aplicaciones, haciendo más eficaz su uso.



'Tu Experto Tecnológico' es una de las soluciones digitales que Telefónica Empresas ha incluido en la categoría de Servicios y herramientas de Oficina Virtual del Kit Digital de los Fondos Europeos, para ayudar a las pymes en su proceso de transformación digital.

GLOBANT SIGUE APOSTANDO POR UALI,

la startup puntera en tecnología y sostenibilidad

La startup Uali, ha recibido una inversión pre Serie A de 1,5 millones de dólares de parte del fondo de inversión inglés Cornwall & Isles of Scilly Investment Fund (CIOSIF), Globant -que vuelve a invertir en la compañía- e inversores privados.

SOLUCIÓN ÚNICA Y DISRUPTIVA

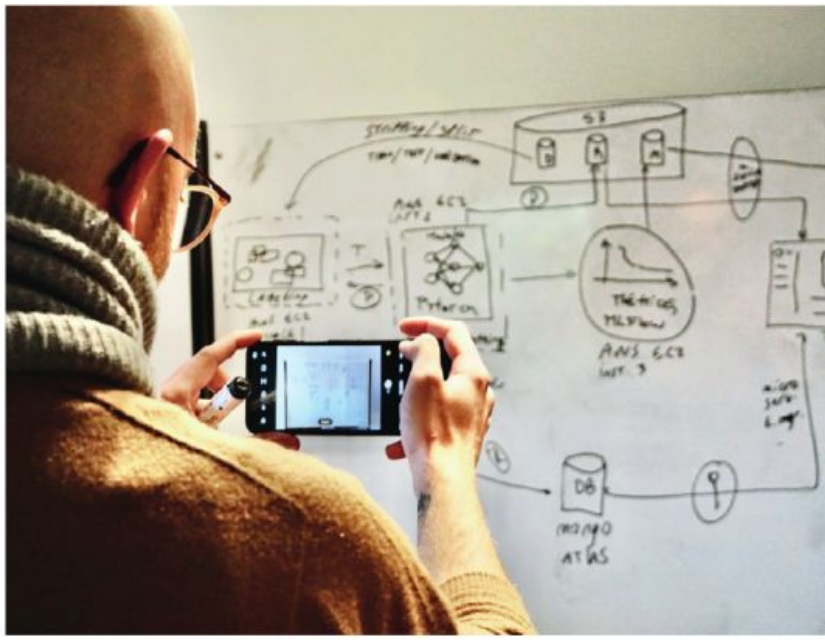
UALI ES UNA START UP que ofrece una solución única y disruptiva por medio de la utilización de 3 tecnologías (robótica, inteligencia artificial e IoT) a través de la cual brinda análisis preventivo y predictivo con el fin ayudar a la industria energética en su transición hacia un futuro sustentable. La compañía, con sede en España, Argentina y UK ha anunciado que la inversión será destinada a crecimiento interno y ampliación de mercados. La startup cuenta hoy con más de 30 colaboradores y este ingreso de capital les permitirá duplicar su staff para el año próximo. Además comenzará a brindar servicios en plazas como Bolivia, Perú, México y EEUU.

IAN BOGADO, cofundador de Uali, ha explicado que "Uali es una startup con un potencial de crecimiento exponencial que ha triplicado su valuación inicial en un contexto donde las startups caen vertiginosamente o desaparecen. Esto se da porque brindamos una solución pionera en el sector energético; una industria de alto valor y que hace grandes inversiones en su futuro y en la transformación del core de su negocio".

Uali nació en 2018, gracias a la iniciativa y talento de dos emprendedores argentinos: Diego Montesano e Ian Bogado que han desarrollado una propuesta única y diferencial para el mundo energético que busca anticiparse al futuro para favorecer la toma de decisiones en el cuidado de los activos más preciados de la industria. El servicio de Uali es de rápida implementación (en menos de un mes está operativa) y permite seguimiento de la información en tiempo real.

Entre 2019 y 2020 desembarcan en España y el Reino Unido, en este último de la mano de un proyecto de energía renovable con aerogeneradores para el más importante hub aeroespacial del país inglés.

En 2021 gracias a una inversión de Globant se amplían internamente y comienzan a trabajar para las grandes empresas del sector. Hoy, entre sus principales clientes figuran las principales empresas de energía global como Shell, Total, Pae, Repsol y Pluspetrol, entre otras.



MEDIO AMBIENTE

Uali busca anticiparse al futuro para que se tomen decisiones con anterioridad que, en base a esto, eviten claras problemáticas al medio ambiente, ese es su core de servicios. Los equipos que utiliza Uali para captar datos están equipados con sensores especiales, únicos y con la posibilidad de tener una especificidad diferencial de los datos captados los cuales se transforman en información en un panel online.

CASOS DE ÉXITO

1. Uno de los casos de éxito más relevantes y disruptivos de Uali es el trabajo realizado en las plantas de producción de energía, reduciendo hasta un 20% los gases de efecto invernadero en una de las petroleras más grandes del mundo.

2. En comparación a la metodología tradicional, la propuesta de detección de gases de Uali reduce en un 73% los tiempos y en un 50% los costos.

3. Otro caso de éxito, en la vertical de inspección de aerogeneradores en Movimiento, único servicio en el mundo con esas prestaciones y donde nuestra propuesta de valor reduce 30% de costo y 90% de tiempo, claramente un servicio que cambia el modelo de resolución que tiene uno de los pilares de la energía renovable.

IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN NÚMEROS

Uali ofrece servicios que permiten prevenir y abordar de manera ágil aquellos desvíos en las operaciones de los clientes -derrames, fugas, reparaciones in situ, etc. De esta manera se realizan monitoreos preventivos para posibles situaciones de contaminación, evitando tanto pérdidas económicas como de reparación del ambiente, que en la mayoría de las ocasiones son irreversibles.

Sus principales clientes pertenecen al primer eslabón del sector que más contribuye en emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) a nivel mundial (73%). Su beneficioso impacto repercute en proveer un servicio que hace más eficaces cierto tipo de industrias, como gas y petróleo, y mejora la competitividad de aquellas que acompañan la transición energética: las energías renovables.

Uali

LAS 5 CLAVES DE UALI
para una startup exitosa

Tras el reconocimiento obtenido por Uali como la startup más innovadora entre el grupo de países participantes del G20 en la vertical de Energías Verdes, su CEO y co-fundador, Ian Bogado, reFexiona sobre su experiencia en Indonesia y nos ofrece 5 claves para que las startups puedan triunfar en la actualidad, entre las que se destacan la anticipación de escenarios, la apuesta por equipos sólidos y la inversión en desarrollo tecnológico.

POR IAN BOGADO, CEO DE UALI

> RECORDEMOS QUE EL DIGITAL INNOVATION NETWORK ES EL EVENTO PREVIO A LA CUMBRE DE PRESIDENTES DEL G20, DONDE SE AÚNAN LAS 20 ECONOMÍAS MÁS RELEVANTES DEL MUNDO

1. TRABAJAR CODO A CODO CON CADA CLIENTE:

Un punto clave para fortalecer las relaciones comerciales radica en la capacidad de a1anzar propuestas cada vez más enfocadas en las necesidades de los clientes y en sus industrias. Esto nos asegura poder cumplirlas en tiempo y forma. Además, identi1car nuevas necesidades como partner estratégico y anticiparnos con soluciones a problemáticas futuras son ítems claves para conseguir que las relaciones de negocio se transformen en vínculos duraderos.

2. CONFORMAR EQUIPOS SÓLIDOS:

Sin dudas el punto más importante para cumplir metas a largo plazo. Trabajar fuertemente en la creación de grupos humanos que trabajen con un mismo objetivo e intentando lograr tanto las metas personales como las de la empresa representan valores diferenciales para que la organización pueda escalar.

3. INVERTIR SIEMPRE EN EL DESARROLLO TECNOLÓGICO:
La inversión en el desarrollo de nuevas tecnologías o aplicaciones evolutivas de las actuales son la base insustituible de los nuevos modelos de negocio y de la constante innovación.

4. CREAR SINERGIA PARA GENERAR VALOR:
Las alianzas estratégicas con otras startups e inclusive con grandes empresas son de vital importancia para seguir generando valor y conquistar logros más globales. "Donde no llega una, llegará la otra".

5. CREAR UN ECOSISTEMA EMPRENDEDOR:
Este punto está ligado con el anterior, ya que existen verticales menos desarrolladas que otras, y desde allí, cualquier startup puede crecer y generar un ecosistema de emprendedores que Dorezca en sinergias clave.

RECORDEMOS QUE el Digital Innovation Network es el evento previo a la cumbre de presidentes del G20, donde se aúnan las 20 economías más relevantes del mundo. Al obtener el primer lugar, Uali tiene asegurada su participación en el evento del año 2023, en India. La experiencia de Uali en Medio Oriente culminó con una ronda de encuentros comerciales con distintas empresas del sector energético en los Emiratos Árabes Unidos, donde se abrieron puertas a la innovación, comercialización e inversión.
Actualmente, Uali está valuada en 13.5 millones de dólares y cuenta con o1cinas en España, Argentina y el Reino Unido. Recientemente, acaba de levantar 1.6 millones de dólares en una ronda de inversión seed Pre serie A. Este empuje, luego de los éxitos del G20, la posicionan de manera excepcional para la nueva ronda de levantamiento de capital que plantean para mediados de 2023.

Con 27 años Buenos Aires 1995) Ian Bogado es uno de los emprendedores más destacados en el mundo de la tecnología. Creó junto a Diego Montesano, Uali, con la que ha conseguido mutar y adaptarse a las necesidades de un mercado tan de nicho como el de la energía.
Gran deportista combina su pasión por emprender con el rugby en distintos equipos en Buenos Aires habiendo jugado en torneos mundiales con sus clubes desde los 16 años. Del deporte ha adquirido valores como el compromiso, el esfuerzo incansable y el trabajo en equipo.
Es un gran generador de contenido en redes sociales como LinkedIn, Instagram y Twitter. Habla cuatro idiomas y a partir de agosto estará ubicado en UK desde donde desarrollará la compañía en ese mercado.

EYE
is
TECHNOLOGY

Suscríbete en
www.empleayemprende.com