

empleav emprende

Nº 47 - 2022

Ali@2,
EMPLEO
PARA
JÓVENES

MIRAKL,
LIDERAZGO
EN RETAIL
MEDIA

ADECCO,
informe datos del **PARO**

TELEFÓNICA

Cero emisiones en 2040



DECISIVO PARA TI, CLAVE P

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

APROBADA la nueva ley de startups



Entre las importantes novedades la ley de startups supone una importante reducción burocrática, así como importantes incentivos fiscales para empresas emergentes que afectan al tipo de interés del impuesto de sociedades, aplazamientos de deudas y deducciones fiscales para inversiones anuales y exenciones fiscales para las stock-options. bienvenida sea la nueva normativa que desde **Emplea y Emprende** celebramos.

También celebramos la alianza de **IAMCP**, **Adecco Group** y **Microsoft** en el proyecto **ALI@2** que ofrecerá empleo y capacitación digital a 2.000 jóvenes y recibimos el anuncio de que **Telefónica** avanza hacia el cero neto de emisiones en el 2040 y asistimos al anuncio de la utilización de la Inteligencia Artificial para el tratamiento de enfermedades cardiovasculares por parte de **Astrazeneca** e **Idoven**.

En estas fechas queremos desear a nuestros lectores unas felices navidades con salud y nuevas ilusiones y con la esperanza de que el nuevo año sea el de la paz para el maravilloso pueblo de Ucrania. Solo desde el orgullo, la valentía y el enorme coraje por defender su país se puede entender el milagro que les llevará a recuperar todo lo que injustamente se les está arrebatando.



umario

Nº47 - 2022



TELEFÓNICA
Cero emisiones
en 2040

PROYECTO AL@2
Empleo para
jóvenes



ADECCO
Informe datos
del paro

TELEFÓNICA
Drones para la
tecnología 5G

MIRAKL
Objetivo; liderazgo
en Retail Media

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.

ASTRAZENECA E IDOVEN
Tratamientos cardiovasculares con IA



QOALA
Nueva ronda de inversión





WA4STEAM, INVIERTE MÁS DE 2 M€ en startups del área STEAM fundadas por mujeres

● **WA4STEAM**, asociación de mujeres business angels que invierten y apoyan startups, en fases tempranas de desarrollo, en áreas STEAM [1] lideradas por mujeres, han invertido más de 2 millones de euros desde su fundación, en mayo de 2018, hasta la fecha.

CON UN TICKET MEDIO de 80.000 euros, el ticket más alto registrado desde sus inicios supera los 108.000 euros. Estas cifras se han dado a conocer a sus socias durante la celebración de la Asamblea General de la asociación.

Durante este año, WA4STEAM ha recibido y filtrado más de 70 proyectos. Así, desde su creación, sus socias han invertido en 26 startups, participando en 43 rondas de financiación.

Asimismo, en menos de 5 años, las socias de WA4STEAM han realizado 3 desinversiones de éxito: Goodgut, adquirida por Hipra para reforzar su división de salud humana; Innovamat líder en la digitalización de la enseñanza de las matemáticas; y Emotion Research Lab, especializada en la medición de emociones a través del reconocimiento facial.

Democratizando la inversión Business Angel

Además de aumentar el número de emprendedoras en STEAM, otro de los objetivos principales de WA4STEAM es aumentar el número de mujeres business angels y en este sentido, ya supera las 140 socias, en 10 países. Esto supone que la asociación ha multiplicado su número de socias por más de 4 desde 2018, año de su creación.

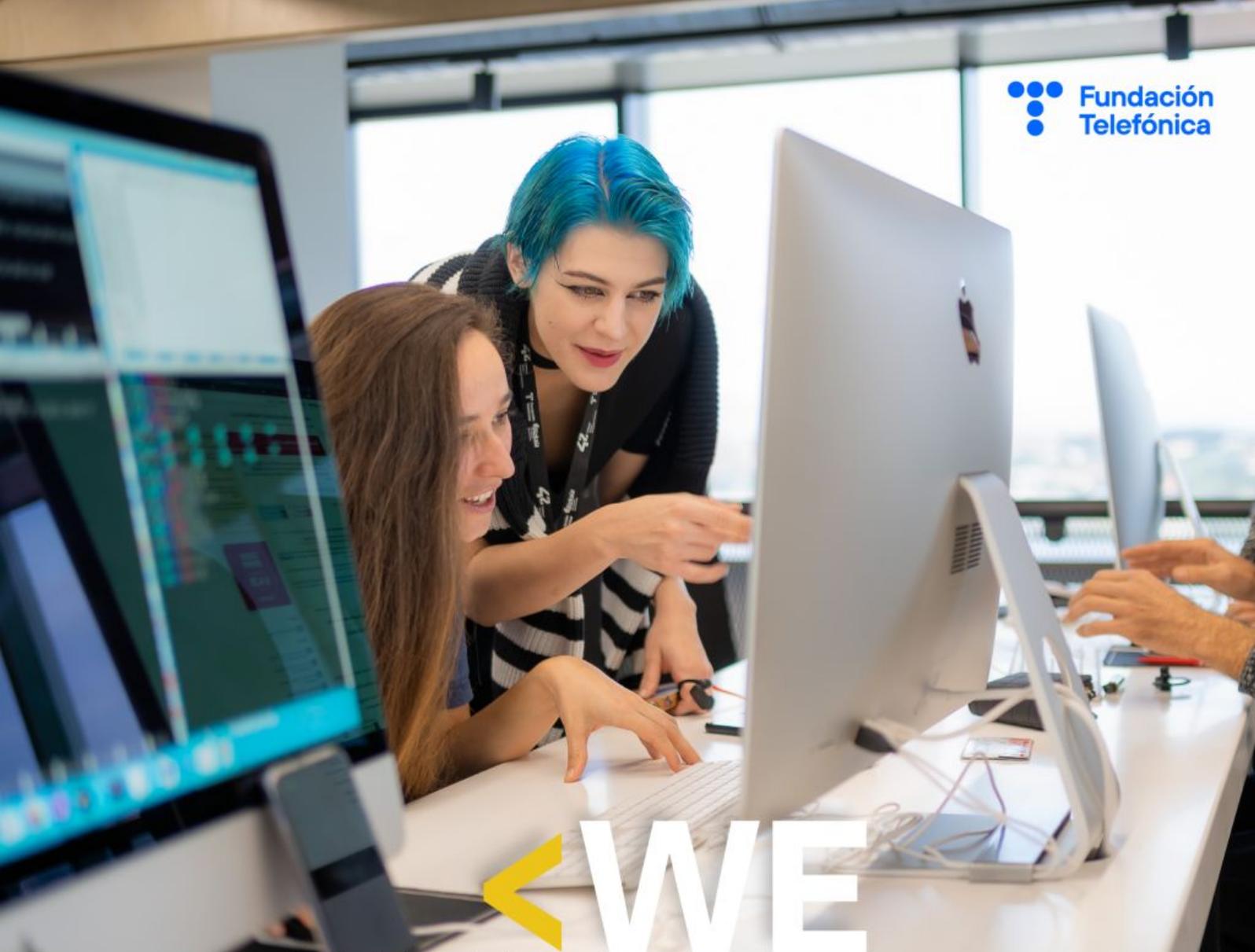
THE VALLEY Y SANTANDER CONSUMER FINANCE

se unen para ofrecer financiación, sin intereses, 0% TAE*, con la que impulsar la formación en el sector tecnológico y digital

The Valley y Santander Consumer Finance han acordado facilitar el acceso a la formación al talento digital poniendo en marcha una iniciativa con la que ofrecer financiación sin intereses, ni comisiones, (0% TAE) desde 3 hasta en 36 meses. El objetivo de esta iniciativa es formar talento en áreas digitales y tecnológicas de alta empleabilidad para contribuir a la transformación del tejido productivo español.

PARA SER COMPETITIVO en el mercado laboral actual es imprescindible contar con formación adecuada y si va dirigida al sector digital y tecnológico las posibilidades de empleabilidad aumentan, ya que desde 2011 la contratación de estos perfiles ha crecido un 21%, según el Informe de empleo tecnológico del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI). Además, la necesidad de formación especializada para cubrir la demanda de empleo creciente continuará aumentando según los planes del Gobierno de España, que se ha fijado como meta que se incremente el número de especialistas en ciberseguridad, Inteligencia Artificial y datos en 20.000 profesionales hasta 2025.





WE LOVE CODE

¿Te gusta programar? 42 también es para mujeres

Descubre los campus de programación más innovadores en **Madrid, Barcelona, Urduliz (Bizkaia) y Málaga** y fórmate en las profesiones digitales con más demanda.

- > **Gratuito**
- > **Sin límite de edad**
- > **Sin clases**
- > **Presencial**
- > **Sin horarios**
- > **A tu ritmo**



MADRID
Fundación Telefónica



Regístrate gratis en
fundaciontelefonica.com

Los perfiles mejor pagados en España en 2022 del sector INDUSTRIAL, CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIO

Los perfiles y salarios en el sector industrial

LAS RETRIBUCIONES SALARIALES DEL SECTOR INDUSTRIAL VARÍAN DEPENDIENDO DEL NIVEL DE EXPERIENCIA Y DE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PUESTO, PERO TAMBIÉN DE SI EL PROFESIONAL ESTÁ EN UNA PYME O EN UNA EMPRESA MULTINACIONAL.

- El/la Black Belt/Operational Excellence Manager es el perfil mejor pagado en España en 2022 dentro del sector industrial, y puede alcanzar los 125.000 euros anuales.
- En el siguiente escalón, con remuneraciones entre los 75.000 y 72.000 euros están puestos como los de Responsable de I+D, Responsable de Mejora Continua y Responsable de Mantenimiento.
- Muy de cerca, los perfiles de Project Manager, Responsable de Calidad y Responsable de Ingeniería, pueden llegar a un salario entre los 67.000 y 62.000 euros anuales.
- Por último, la posición más demandada del sector industrial la ocupa el/la HSE Manager, que alcanza los 60.000 euros anuales.

LOS PERFILES Y SALARIOS EN EL SECTOR CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIO

- El/la Director/a de Contratación es el perfil mejor pagado en España en 2022 dentro del sector Construcción e Inmobiliaria, y puede alcanzar los 120.000 euros anuales seguido del (a) Delegado/a, y el/la Director/a Comercial de Promoción Inmobiliaria que pueden percibir al año 90.000 euros.
- En el siguiente escalón, con remuneraciones de 85.000 y 75.000 euros al año respectivamente están los puestos de Director/a Técnico/a y Jefe/a de Grupo.
- Muy de cerca, los perfiles de Consultor/a Inmobiliario y Responsable de Estudios pueden llegar a un salario de 65.000 y 62.000 euros anuales.



Situación actual y predicciones para 2023 en la Industria

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA cerró el año pasado 2021 con un crecimiento del 5% respecto al ejercicio anterior y, aunque estamos lejos de alcanzar los niveles de antes de la pandemia, cabe decir que este crecimiento se debe, en parte, a la producción industrial española, que aumentó un 7%.

El sector industrial en general creció, y especificando, el mayor crecimiento se registró en el sector textil (27%), seguido por la industria maderera y del corcho (22%) o la fabricación de muebles (21,9%).

Situación actual y de futuro en Construcción e Inmobiliaria

EL SECTOR INMOBILIARIO CRECIÓ a nivel nacional un 24% en 2021, registrando el mayor número de compraventas en 11 años, lo que resulta un buen balance a pesar de ser uno de los sectores más afectados durante la COVID-19.

El negocio build to rent protagonizó la agenda inmobiliaria junto con el inmologístico y el sector hotelero. Hasta marzo, subió un 12% el volumen de las tasaciones hipotecarias de viviendas. En total, se realizaron 108.000 tasaciones de este tipo en el primer trimestre.

La inversión inmobiliaria en España creció un 9% hasta los 4.680 millones en los primeros seis meses del año. En el segundo trimestre, la cifra fue de 2.816 millones, un incremento del 50% respecto al trimestre anterior y un 203% más que el mismo periodo de 2020. El Gobierno anunció el anteproyecto de la Ley de Vivienda. Las principales medidas de la nueva normativa son un recargo del IBI a la vivienda vacía y mecanismos de contención de precios con alquileres máximos y beneficios fiscales para incentivar la salida al mercado de producto residencial. El precio de la vivienda subió, un 1,6% fijando la subida interanual en el 8,3%. Además, la constitución de hipotecas se disparó un 66,9%, hasta los 33.105 préstamos.

Se prevé que en 2023 haya un aumento del precio de la vivienda debido a la subida de la demanda. Según el INE, el precio de la vivienda en España creció un 4,2%, una tendencia que marcó 2022. A pesar de que se pronosticaba una bajada de los precios propiciada por la nueva ley, no ha sido suficiente. Según Idealista, el precio medio del alquiler en enero se cerró con una subida mensual del 0,9% hasta establecerse en 10,6 euros/m².



“EL NEGOCIO BUILD TO RENT PROTAGONIZÓ LA AGENDA INMOBILIARIA JUNTO CON EL INMOLOGÍSTICO Y EL SECTOR HOTELERO. HASTA MARZO, SUBIÓ UN 12% EL VOLUMEN DE LAS TASACIONES HIPOTECARIAS DE VIVIENDAS. EN TOTAL, SE REALIZARON 108.000 TASACIONES DE ESTE TIPO EN EL PRIMER TRIMESTRE”

[Continúa leyendo ►►](#)

TELEFÓNICA AVANZA HACIA el cero neto en 2040 por la EFICIENCIA ENERGÉTICA

LA COP27 CELEBRADA EN EGIPTO SOLICITÓ UN ESFUERZO PARA MIGRAR A ENERGÍAS RENOVABLES Y PODER LLEGAR AL OBJETIVO DE CERO EMISIONES NETAS EN 2050, AL QUE TELEFÓNICA SE HA COMPROMETIDO A LLEGAR 10 AÑOS ANTES.



ANÁLISIS MEDIOAMBIENTAL

TELEFÓNICA HA PUBLICADO el primer análisis sobre el impacto y beneficio **medioambiental** del ciclo de vida de sus soluciones de conectividad, basado en la aplicación de la Taxonomía Europea de Actividades Sostenibles, con el objetivo de reforzar sus compromisos de descarbonización para 2040 y apoyar futuros procesos de toma de decisiones que permitan seguir reduciendo sus emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero). La protección del medioambiente se ha convertido en los últimos años en un asunto prioritario y urgente. Justamente durante la celebración en Egipto de la COP27, Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, que está alertando sobre la necesidad de acelerar el paso para lograr que se reduzcan las emisiones de gases contaminantes y el uso de energías fósiles, solicitando un esfuerzo para migrar a energías renovables y poder llegar al objetivo de cero emisiones netas en 2050, al que Telefónica se ha comprometido con una década de antelación.

Entre las conclusiones del **Análisis de Ciclo de Vida de las Soluciones de Conectividad** de Telefónica España – elaborado en el marco del cumplimiento de los criterios técnicos de la citada taxonomía y validado por AENOR– señala que el impacto ambiental por PB de la fibra hasta el hogar (FTTH), es 18 veces menor que la del cobre, es decir un 94%, gracias, entre otros, a los esfuerzos previos de la compañía en términos de eficiencia energética, diseño e implantación de nuevas tecnologías e inversiones en energías renovables. Estos resultados avalan los planes de Telefónica para acelerar el despliegue de las conexiones FTTH y continuar con el cierre y desmantelamiento de todas las instalaciones con cobre para 2025. En cuanto a las redes móviles, el impacto ambiental por PB de la red 4G/5G han mostrado ser 7 veces menor que el 2G/3G asociado a un consumo de energía menor y más eficiente durante el transporte y el procesamiento de datos en el sistema de red.



ES IMPORTANTE SEÑALAR también que el impacto ambiental de la fibra y el 4G/5G se reduce en más de un 70% durante las actividades de operación por el uso de energía renovable por parte de Telefónica.

CERO NETO

“Somos conscientes de la urgencia de reducir las emisiones de CO₂ y por ello, hemos reforzado nuestros objetivos para ayudar a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5°C.”, señala Maya Ormazabal, directora de Medioambiente y Derechos Humanos de Telefónica. “Nuestros objetivos van más allá del Acuerdo de París y nos comprometemos a llegar a cero emisiones netas en 2040 en toda la cadena de valor así como a neutralizar las emisiones de nuestras principales operaciones en 2025”, añade. Por ello, la estrategia de Telefónica integra la gestión de la energía y del cambio climático y forma parte del Plan de Negocio Responsable de la compañía, alineado con el negocio y con las demandas de los grupos de interés.

PARA TELEFÓNICA ES PRIORITARIO MANTENER ESTABLE EL CONSUMO DE ELECTRICIDAD PESE AL FUERTE INCREMENTO DE LA DIGITALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD Y POR TANTO DEL TRÁFICO DE DATOS QUE CIRCULA POR SUS REDES. DE HECHO, ESTA SITUACIÓN HA PUESTO A PRUEBA LA ROBUSTEZ Y ESTABILIDAD DE LA RED DE TELEFÓNICA, QUE HA SOPORTADO UN AUMENTO DEL TRÁFICO DE DATOS DEL 45 % EN 2020 Y DEL 31% EN 2021, SIN SATURACIÓN Y UNA DISPONIBILIDAD SUPERIOR AL 99,9%

CHILE SE SUMA AL 100 % DE ENERGÍA RENOVABLE

El 100% de la electricidad utilizada por Telefónica proviene de fuentes renovables en los principales mercados del Grupo (Europa y Brasil), así como en Perú y se añade ahora Chile. De igual modo se ha avanzado en compras parciales de certificados para las operaciones de Argentina y Ecuador. Con estos hitos, se logra alcanzar para Hispanoamérica el 50% y para el Grupo Telefónica el 84% de la energía proveniente de fuentes renovables en 2022.

En su Plan de Energía Renovable se contempla soluciones como la autogeneración, compra de electricidad renovable con garantía de origen y acuerdos de compra de energía a largo plazo (Power Purchase Agreement – PPA) y prioriza las fuentes de electricidad renovable no convencional.

Por ello, la compañía está implementando paneles fotovoltaicos en sus instalaciones lo que reduce su demanda externa y le permite generar energía renovable para el consumo de la propia instalación, e incluso está incorporando soluciones híbridas (paneles+baterías+generador) que posibilita la disminución de consumo de combustibles.



MIX RENOVABLE

EL OBJETIVO DE TELEFÓNICA es ir más allá del 100% renovable en sus principales mercados, es decir, contribuir a aumentar el mix renovable con autogeneración o facilitando la construcción de nuevos parques con nuestros compromisos de consumo a medio y largo plazo (bajo modelos PPA). Además, Telefónica implanta ya un precio interno al carbono, lo que le facilita tomar

mejores decisiones de inversión y compra de equipos. Por ejemplo, para la adquisición de equipos intensivos en consumo de energía aplica el Total Cost of Ownership (TCO), en los que valora no solo el precio de adquisición sino el de la energía consumida durante su vida útil y las emisiones de CO2 asociadas, optando de este modo por equipos más eficientes.



“ES IMPORTANTE SEÑALAR TAMBIÉN QUE EL IMPACTO AMBIENTAL DE LA FIBRA Y EL 4G/5G SE REDUCE EN MÁS DE UN 70% DURANTE LAS ACTIVIDADES DE OPERACIÓN POR EL USO DE ENERGÍA RENOVABLE POR PARTE DE TELEFÓNICA”

La IAMCP, The Adecco Group y Microsoft sellan una alianza para **CAPACITAR DIGITALMENTE Y EMPLEAR A MÁS DE 2.000 JÓVENES EN TODA ESPAÑA**

<< Con el proyecto Ali@2 las tres organizaciones impulsarán la formación de talento joven y su certificación en las tecnologías Microsoft.

Fomentarán la incorporación de los candidatos/as en empresas asociadas a la IAMCP, partners de Microsoft, para cubrir los puestos de trabajo que más se demandan a la hora de llevar a cabo los procesos de digitalización de las organizaciones españolas >>

DIFICULTAD PARA **ENCONTRAR TALENTO**

● 8 de cada 10 empresas de todos los sectores, no solo las de TI, tienen dificultades para encontrar el talento digital adecuado para implementar sus proyectos de digitalización.

INSCRIPCIONES

● Los interesados/as pueden inscribirse a través de la siguiente página web: www.adecco.es/alia2

PROYECTO **AL@2**

MICROSOFT, su Asociación Internacional de Partners – IAMCP (International Association of Microsoft Channel Partners)- y **The Adecco Group**, han firmado una alianza para potenciar la capacitación digital y la empleabilidad juvenil en España.

Como fruto de este acuerdo nace **Ali@2**, un proyecto cuyo objetivo es reducir el paro juvenil a través de la colaboración de las tres organizaciones en la formación y certificación de 2.000 jóvenes de toda España en las tecnologías de Microsoft más demandadas. La finalidad: que adquieran las habilidades que realmente les capaciten para incorporarse de forma solvente al mercado laboral.

La iniciativa busca también ayudar a las compañías integradas en la IAMCP (asociación de empresas partners de Microsoft) a encontrar los perfiles adecuados que necesitan para llevar a cabo los procesos de digitalización de las organizaciones españolas.



ENCUESTA DE POBLACIÓN ACTIVA

SEGÚN LA ÚLTIMA Encuesta de Población Activa, en nuestro país la tasa de paro se sitúa en un 12,7%, y la juvenil se ha disparado hasta el 31%. Sin embargo, paradójicamente, 8 de cada 10 empresas tienen dificultades a la hora de reclutar talento para su compañía y un 10% de los puestos de trabajo se quedan sin cubrir.

El sector tecnológico es el que más puestos de trabajo generó el pasado año, representando un 17% de las vacantes de empleo y con perfiles que tienen una tasa de paro del cero al cuatro por ciento. Sin embargo, la necesidad de digitalización llega a todos los sectores y hay posiciones muy demandadas en estos momentos y que el mercado no es capaz de cubrir por falta de la capacitación digital adecuada.

“EN UN MOMENTO CLAVE PARA LA ECONOMÍA EL SECTOR IT ES CRÍTICO PARA AYUDAR EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS, SE NECESITAN TÉCNICOS CUALIFICADOS Y CON ESTE PROYECTO QUEREMOS TRATAR PALIAR LA FALTA DE TÉCNICOS QUE SON NECESARIOS”, SEÑALA FRANCISCO RACIONERO, PRESIDENTE DE LA IAMCP (INTERNATIONAL ASSOCIATION OF MICROSOFT CHANNEL PARTNERS).

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

CON EL PROYECTO ALI@2 se pretende formar y capacitar a los jóvenes con las habilidades que realmente demanda el mercado laboral. Se trata de uno de los mayores proyectos formativos y de empleabilidad desarrollados en España. Tras el periodo formativo, se ofrecerá a todos los participantes que finalicen el curso y se certifiquen de manera satisfactoria un puesto de trabajo en alguna de las empresas de la IAMCP. En palabras de Óscar Rodríguez, director sectorial TIC de The Adecco Group: “Iniciativas como esta son muy necesarias en el entorno actual que vivimos. Hoy en día, nos encontramos con una tasa de paro juvenil que es la más elevada de la UE, pero a la vez nos cuesta encontrar perfiles cualificados. Con esta gran alianza queremos contribuir activamente a ayudar a los jóvenes a conseguir certificaciones homologadas que les abran las puertas al empleo y, por otro lado, dotar a las empresas del sector IT con profesionales for-

mados que puedan ser los managers de sus organizaciones en un futuro”.

Para Enrique Ruiz, Data Center Cloud Region Lead and Chief Employability Officer de Microsoft: “En un momento de inestabilidad económica como el que estamos viviendo, seguir apostando por la digitalización se convierte en una de las palancas que puede contribuir a hacer más con menos e impulsar el crecimiento de nuestra economía. Sin embargo, las compañías de TI venimos avisando desde hace un tiempo de la carencia de profesionales cualificados para ayudar a las organizaciones españolas a asumir sus retos en términos de innovación y digitalización. Con iniciativas como la que ponemos en marcha junto a la IAMCP y The Adecco Group, impulsaremos el talento digital juvenil y su empleabilidad en organizaciones partners que modernizan nuestro tejido empresarial para que pueda ser competitivo”.



FORMACIÓN Y CERTIFICACIÓN ONLINE EN TECNOLOGÍAS CLOUD, DATA Y SEGURIDAD

CON ALI@2 SE OFRECERÁ formación en tecnologías como Azure, Power Platform, IA, data o seguridad a jóvenes, titulados universitarios y de Formación Profesional en áreas vinculadas a las TIC o afines. De manera complementaria, se valorarán otros perfiles que se identifiquen con potencial para adquirir conocimientos técnicos. Para ello, los aspirantes deberán superar un proceso de selección en el que se evaluará su potencial para desarrollarse y superar con éxito el proceso formativo que facilitará su posterior contratación. Las formaciones tendrán carácter online, por lo que cualquier persona interesada podrá inscribirse en ellas, independientemente de su lugar de residencia.

Los interesados/as en esta iniciativa pueden inscribirse desde hoy a través de la siguiente página web:

www.adecco.es/alia2



Llegar de aquí...



Ayudamos a tu negocio en [correosdirecto.es](https://www.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.**





LOS CONTRATOS INDEFINIDOS SIGUEN CAYENDO MÁS QUE LOS TEMPORALES, entre los que los contratos formativos se reducen por encima del 28%

El total de contratos firmados cayó por sexto mes consecutivo: -29,5% interanual. Toda la caída se explica por la menor firma de contratos temporales, que llevan 9 meses de caídas; ahora el 53,5%. La firma de contratos indefinidos creció un 117%, por el efecto de los fijos-discontinuos. Por primera vez desde febrero de 2021, cayó la firma de contratos a tiempo parcial (tanto fijos como temporales). En total se firmaron 1,42 millones de contratos. Es el menor número para un noviembre desde 2014.

ANÁLISIS DE DATOS Y PREVISIONES

● The Adecco Group Institute, analiza los datos de paro correspondientes a noviembre y las previsiones para diciembre de 2022. En palabras de su director, Javier Blasco: "El mes de noviembre muestra una disparidad en la evolución del desempleo: la cifra de parados crece en noviembre como en otros ejercicios, pero los demandantes de empleo no ocupados (DENOS) siguen a la baja, arrastrados por la caída de los fijos discontinuos (-18%). Destaca que, con respecto al mes anterior, los contratos indefinidos siguen cayendo más que los temporales, entre los que los contratos formativos se reducen por encima del 28%".

**"COMO YA HA DADO A
CONOCER EL MINISTERIO
DE TRABAJO, EL NÚMERO
DE PARADOS
REGISTRADOS EN EL
PASADO MES DE
NOVIEMBRE ES DE 2,88
MILLONES DE PERSONAS,
33.512 MENOS QUE EL
MES ANTERIOR (-1,15%).
EN TÉRMINOS
INTERANUALES, EL
DESCENSO ES DE
UN 9,5%"**

- De cara al próximo mes: "Lo más habitual es que en diciembre suba la afiliación con relación al mes anterior. La subida interanual podría moderarse hasta el 2,6%, con 20,34 millones de ocupados. Al mismo tiempo, el paro tiende a bajar en diciembre con relación al mes anterior; sumaría a 2,85 millones de personas (-8,3% interanual)", prevé Blasco.

- Como ya ha dado a conocer el Ministerio de Trabajo, el número de parados registrados en el pasado mes de noviembre es de 2,88 millones de personas, 33.512 menos que el mes anterior (-1,15%). En términos interanuales, el descenso es de un 9,5%.

- En cuanto a la afiliación a la Seguridad Social, continúa moderando su crecimiento. Así en el pasado mes de noviembre se contaron 20,28 millones de afiliados, los mismos que hace un mes. En términos interanuales, por primera vez desde marzo de 2021 crece menos del 3%: +2,7%. Esta subida es la más suave en 20 meses (equivalente a 531.300 nuevos empleos en los últimos 12 meses).



DATOS NOVIEMBRE 2022

SEGÚN LOS DATOS DE PARO del pasado mes de noviembre. El número de afiliados a la Seguridad Social continúa moderando su crecimiento. Así, en el pasado mes de noviembre se contaron 20,28 millones de afiliados. En términos interanuales, el incremento se moderó hasta el 2,7%, el más suave en 20 meses, equivalente a 531.300 nuevos empleos en los últimos 12 meses.

En cuanto al número de parados registrados, es de 2,88 millones de personas, 33.512 menos que el mes anterior (-1,15%). Por segunda vez, el paro tuvo un comportamiento atípico: en 15 de los últimos 20 años subió en noviembre con relación a octubre. Pero en 2021 y 2022 mostró caídas de más del 1%. En términos interanuales, el descenso fue de un 9,5%.

En palabras de Javier Blasco, director de The Adecco Group Institute: "El mes de noviembre muestra una disparidad en la evolución del desempleo: la cifra de parados crece en noviembre como en otros ejercicios, pero los demandantes de empleo no ocupados (DENOS) siguen a la baja, arrastrados por la caída de los fijos discontinuos (-18%)".



“Destaca que, con respecto al mes anterior, los contratos indefinidos siguen cayendo más que los temporales, entre los que los contratos formativos se reducen por encima del 28%”, señala el director de The Adecco Group Institute.

Por último, Javier Blasco prevé para el próximo y último mes del año que “lo más habitual es que en diciembre suba la afiliación con relación al mes anterior. La subida interanual podría moderarse hasta el 2,6%, con 20,34 millones de ocupados.

Al mismo tiempo, el paro tiende a bajar en diciembre con relación al mes anterior; sumaría a 2,85 millones de personas (-8,3% interanual)”





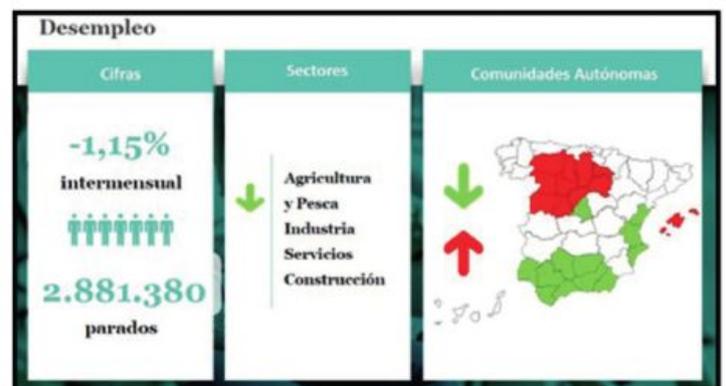
DESTACADOS

COMO YA HA DADO a conocer el Ministerio de Trabajo, el número de parados registrados en noviembre es de 2.881.380 personas, 33.512 menos que el mes anterior (-1,15%). Por segunda vez, el paro tuvo un comportamiento atípico: en 15 de los últimos 20 años subió en noviembre con relación a octubre. Pero en 2021 y 2022 mostró caídas de más del 1%. En términos interanuales, el descenso fue de un 9,5%.

Si desglosamos este dato por sexos, el desempleo volvió a caer más entre los varones (-10,9%; el de mujeres bajó 8,5%).

Respecto a las personas en ERTE, aunque es una cifra baja, hay 22.800 personas en esa situación, el mayor número de los últimos seis meses.

En cuanto a la afiliación a la Seguridad Social, continúa moderando su crecimiento. Así en el pasado mes de noviembre se contaron 20,28 millones de afiliados, los mismos que hace un mes, en octubre. En términos interanuales, por primera vez desde marzo de 2021 crece menos del 3%: +2,7%. Esta subida es la más suave en 20 meses (equivalente a 531.300 nuevos empleos en los últimos 12 meses).





“LA FIRMA DE CONTRATOS FIJOS DISCONTINUOS FUE LA SEGUNDA MÁS BAJA DE LOS ÚLTIMOS OCHO MESES. PUEDE DEBERSE A CUESTIONES ESTACIONALES, PERO TAMBIÉN A CIERTA MODERACIÓN TRAS LA EXPLOSIÓN INICIAL”

POR PRIMERA VEZ desde junio de 2021, no fueron los Servicios los que lideraron el aumento del empleo. Esta vez fue la Construcción (+3,4%). El sector agropecuario destruyó puestos de trabajo por 16º mes consecutivo. El empleo asalariado (+3,2% interanual) crece aún con vigor, mientras que el no asalariado está estancado (+0,1%).

La firma de contratos fijos discontinuos fue la segunda más baja de los últimos ocho meses. Puede deberse a cuestiones estacionales, pero también a cierta moderación tras la explosión inicial. Como proporción del total de contratos firmados

fueron el 15%, 2 puntos porcentuales menos que en octubre. Un año atrás, eran solo el 1,7%.

El total de contratos firmados cayó por sexto mes consecutivo: -29,5% interanual. Toda la caída se explica por la menor firma de contratos temporales, que llevan 9 meses de caídas; ahora el 53,5%. La firma de contratos indefinidos creció un 117%, por el efecto de los fijos-discontinuos. Por primera vez desde febrero de 2021, cayó la firma de contratos a tiempo parcial (tanto fijos como temporales). En total se firmaron 1,42 millones de contratos. Es el menor número para un noviembre desde 2014.



LAS STARTUPS FUNDADAS por mujeres solo recibieron el 1,8% de la inversión en Europa

El Alto Comisionado para España Nación Emprendedora, Fundación Telefónica, Wayra, Endeavor y SpainCAP han organizado 'Mujer en el emprendimiento: la asignatura pendiente', una jornada dónde se debatió sobre la presencia y el rol de la mujer en el ecosistema emprendedor.



DÍA DE LA MUJER EMPRENDEDORA

EN EL MARCO DEL DÍA DE LA MUJER EMPRENDEDORA, que se celebra el 19 de noviembre, el Alto Comisionado para España Nación Emprendedora, la Fundación Telefónica, Wayra, Endeavor y SpainCap invitaron a diferentes expertos para abordar los obstáculos que tienen que superar las mujeres en el sector del emprendimiento innovador.

Durante la presentación de la jornada, Francisco Polo, Alto Comisionado para España Nación Emprendedora, hizo un llamamiento a "alinearse todos los esfuerzos que sean necesarios para acabar con la brecha de género en el sector antes de que termine esta década". "Debemos actuar urgentemente por justicia social, pero también por pura estrategia. Cuando se deja de lado a las mujeres, no solo se deja de lado a la mitad de la población, también se deja de lado el talento necesario para tener mejores startups. Los estudios internacionales son claros: aquellas empresas con mayor presencia de mujeres obtienen mejores resultados. Si lo que queremos es ver crecer el sector, la apuesta por el talento de las mujeres es una necesidad imperiosa", apuntó.

LA BRECHA DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO ESPAÑOL

EN 2021 SEGÚN IDC European Women in VC, las startups fundadas por mujeres recaudaron solo el 1,8% de la inversión en Europa. El 9,3% se destinó a equipos fundadores mixtos, mientras que los equipos fundadores formados por hombres recaudaron el 89%. Mientras tanto, la inversión total en Startups europeas creció un 136% hasta alcanzar los 100.000 millones de euros.

“En Wayra la diversidad aporta valor. Desde hace ya siete años, trabajamos en una iniciativa para el apoyo del emprendimiento femenino. Prestamos nuestra ayuda, para seguir catapultándolas en el sector como referentes, para las niñas del presente, mujeres del futuro”, ha afirmado Paloma Castellanos, directora de Wayra Madrid.

“DESDE EL CAMPUS 42 CONTAMOS CON UN PORCENTAJE DE MUJERES MUCHO MÁS ALTO QUE LA MEDIA EUROPEA. TENEMOS QUE IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO EN EL ÁMBITO RURAL, A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN Y VOLUNTARIOS QUE APOYAN Y ASESORAN. NUESTRA FILOSOFÍA TRABAJAR EN EQUIPOS CON AGENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS”, AFIRMÓ PABLO GONZÁLEZ, RESPONSABLE DE CONOCIMIENTO Y CULTURA DIGITAL, ESPACIO FUNDACIÓN TELEFÓNICA, AL INICIO DE LA JORNADA.

MAPA DEL EMPRENDIMIENTO 2022

SEGÚN LOS DATOS del Mapa del Emprendimiento 2022, elaborado por South Summit, en colaboración con IE University, en España las mujeres representan únicamente el 20% del total de los emprendedores del sector y solo un 6% está fundada por mujeres. En consecuencia, el retrato robot del emprendedor español se mantiene como un hombre (80%), de 33 años, con alta cualificación.

“La inversión en startups es una de las cosas que más nos preocupan a la hora de emprender. Entre un 13 o un 20% de las empresas tiene una mujer cofundadora pero cada vez hay menos, tenemos el compromiso y la obligación de hacer algo para remediar estas cifras”, ha explicado Antonio Iglesias, Director General de Endeavor España.

A nivel internacional, España se sitúa en el puesto 15, según el Índice de Mujeres Emprendedoras de Mastercard 2021. Este estudio, que analiza el progreso de las emprendedoras en 65 economías que representan alrededor del 82% de las mujeres trabajadoras del mundo, también arroja otro dato: la tasa de emprendimiento femenino (4,8%) es inferior a la de los hombres (5,6%).

“En SpainCap somos conscientes de la brecha de género que hay en el ecosistema emprendedor. Por ello, en nuestra plantilla podemos decir orgullosos que el 60% son mujeres. La diversidad tiene un valor añadido y nosotros lo sabemos”, ha señalado José Zudaire, Managing Director de SpainCAP.





EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR español celebra la aprobación de la **LEY DE STARTUPS**

Se ha aprobado en el Congreso de los Diputados la Ley de Fomento del Ecosistema de Empresas Emergentes, que enmarca legalmente el estatus de las startups y garantiza mejoras fiscales para emprendedores e inversores.

LEY DE FOMENTO DEL ECOSISTEMA DE EMPRESAS EMERGENTES

Mejor conocida como Ley de Startups, ha sido aprobada definitivamente hoy en el Congreso de los Diputados, tras un largo e intenso trabajo por parte de las fuerzas políticas y los actores del ecosistema innovador en España. Una normativa que el ecosistema emprendedor español ha querido celebrar.

INNOVACIÓN Y TALENTO

María Benjumea, fundadora de South Summit ha calificado esta nueva ley como “la ley de la innovación y del talento cualificado. Es justo lo que necesitamos para responder al momento económico trepidante que vivimos”. Además, Benjumea también agradece que esta ley sea “una ley de consenso que llevamos trabajando todos los actores involucrados en el ecosistema emprendedor desde hace mucho tiempo”.

La reciente aprobación de esta nueva normativa también ha generado buenas sensaciones desde startups hasta inversores. Todos ellos certifican la necesidad que tenía España de enmarcar legalmente a las startups y ayudar a los emprendedores con mejoras fiscales.

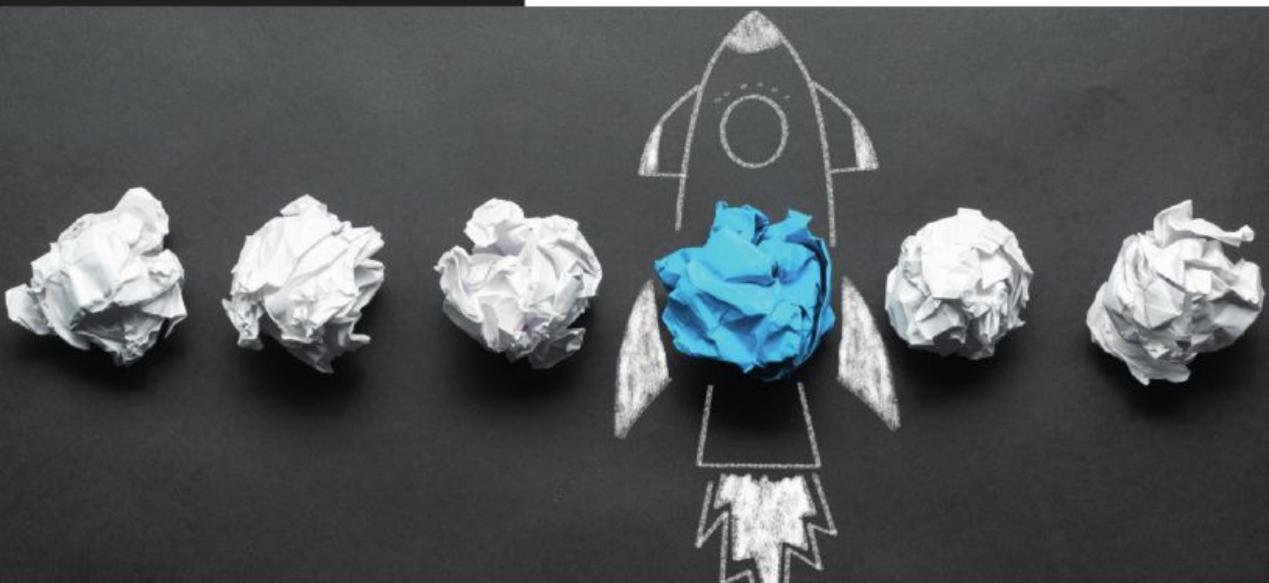
“Debemos agradecer a todas las fuerzas políticas haber trabajado hasta el último instante por tener la mejor ley y por incorporar una figura tan importante como es en este momento el emprendedor en serie”, finaliza Benjumea.

LA RECIENTE APROBACIÓN de esta nueva normativa también ha generado buenas sensaciones desde startups hasta inversores. Todos ellos certifican la necesidad que tenía España de enmarcar legalmente a las startups y ayudar a los emprendedores con mejoras fiscales. “Necesitábamos un marco normativo que no solo nos equiparase con Europa, sino que nos pusiera en la vanguardia de la innovación y de ahí la necesidad de esta ley”, afirma Carlos Mateo, presidente de la Asociación Española de Startups, quien también asegura que la nueva ley “permitirá a nuestras startups ser aún más competitivas a la hora de atraer talento e inversión internacional”.

MEJORAS FISCALES PARA EMPRENDEDORES E INVERSORES

Entre las novedades que introduce esta ley, destaca la reducción burocrática y una serie de incentivos fiscales para empresas emergentes, como una rebaja del impuesto de sociedades de hasta el 15%, la posibilidad de aplazar la deuda tributaria o la eliminación de pagos fraccionados. También ofrece más facilidades para los inversores, como deducciones fiscales del 50% para inversiones anuales de hasta 100.000 euros o exenciones fiscales para las opciones de compra de acciones o ‘stock options’.

Precisamente, este es uno de los nuevos aspectos que más valora Javier Megías, vicepresidente de Startup Valencia y EMEA Fund Managing Partner de Plug and Play, que sostiene que “las ‘stock options’ son una de las mejores herramientas para retener el mejor talento, por lo que la Ley de Startups nos permitirá ponernos al nivel de Europa en cuanto a innovación y también generar una gran revolución del talento en España”.



AQUILINO PEÑA, expresidente SpainCAP y cofundador de Kibo Ventures, también ha destacado las facilidades para la inversión que permite la nueva Ley de Startups. “Una startup necesita de talento y capital para desarrollarse, por lo que celebramos que esta normativa beneficie la atracción de ambos factores”, afirma, añadiendo también que “la fiscalidad de esta ley va a ser muy positiva ya que fomenta la inversión de los ‘business angels’, al ser actores de vital importancia a la hora de arrancar una compañía”. Todo ello, según Peña, “va generar más capital más inteligente y más facilidad para financiar compañías en nuestro mercado”.

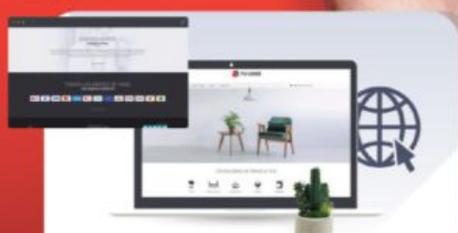
ATRACCIÓN DEL TALENTO INTERNACIONAL

LAS VENTAJAS FISCALES son una de las grandes novedades de la Ley de Startups más celebradas por el ecosistema emprendedor español, al igual que la atracción de talento internacional, que facilita que los ciudadanos extranjeros tengan un permiso de trabajo de dos años una vez hayan terminado sus estudios. “Nuestro objetivo es atraer talento de impacto y esta ley nos va a permitir hacerlo con herramientas que favorezcan a nuestras ciudades para competir en la atracción de ese talento”, celebra Maite Barrera, presidenta de Barcelona Global.

Por último, y según la presidenta de Adigital y Co-CEO de K Fund Carina Szpilka, esta normativa también servirá para aumentar el impacto internacional de los proyectos y startups creadas en España. “La Ley de Startups es una oportunidad única para poner en valor la gran ventaja tecnológica que tenemos en España”, destaca Szpilka, añadiendo también que “esta normativa impulsará el impacto de un tejido de más de 400 scaleups españolas, que generan más de 670.000 puestos de trabajo, facturan 4.000 millones de euros y llevan la Marca España a más de 100 país.



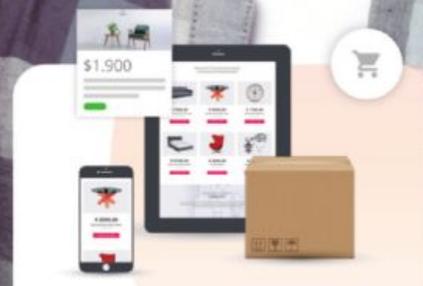
Hacemos crecer tu negocio en **Internet.**



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





TELEFÓNICA UTILIZA DRONES para la transmisión de video con TECNOLOGÍA 5G

La Autoridad Portuaria y la Policía Local de Málaga colaboran con Telefónica en el desarrollo y ejecución de este caso de uso.

TELEFÓNICA I+D y Telefonica Ingeniería y Seguridad (TIS), en colaboración con la Autoridad Portuaria y la Policía Local de Málaga, ha ejecutado con éxito dos casos de uso utilizando vuelos de dron para la transmisión de vídeo en una red privada 5G.

Con esta prueba, Telefónica I+D ha demostrado que la red privada 5G permite la transmisión en tiempo de real de videos de gran calidad y alta definición mediante el ancho de banda disponible con esta nueva tecnología, y que esta transmisión es más segura y eficiente al efectuarse mediante una red privada y usarse recursos de Edge Computing para almacenar los videos generados.

RED PRIVADA 5G

PARA ESTA PRUEBA DE CONCEPTO, se ha desplegado una red privada 5G en el puerto de Málaga y en la calle Larios, y una solución de core 5G Non-Standalone basada en software por parte de la Universidad de Málaga (UMA), institución que también participa en el proyecto de pilotos 5G de Andalucía. A través de la tecnología de compartición de red RANSharing MOCN, las antenas de tecnología 4G/5G comerciales de Telefónica Móviles de la zona han sido utilizadas para dar cobertura, de forma simultánea, tanto a la red comercial de Movistar como a la red distinto (PLMN).

"CON EL USO DE ANALÍTICA DE VIDEO, SE PUEDE APROVECHAR LA TOMA PANORÁMICA Y LA FLEXIBILIDAD QUE GENERA EL USO DE UN DRON PARA HACER CONTEO DE PERSONAS, DE VEHÍCULOS, O CONTROL DE AGLOMERACIONES ENTRE OTRAS COSAS"







EL DRON HA SIDO PILOTADO por personal de Telefónica Ingeniería y Seguridad (TIS), concretamente un DJI Matrice 300 RTK. El mando del dron ha sido conectado a una mochila provista con un módulo 5G que ha permitido generar un stream de video que puede ser visto en tiempo real y, además, ser almacenado en una plataforma de video desarrollado por Telefonica I+D para este caso de uso. El puerto de Málaga ha realizado un vuelo de reconocimiento alrededor del puerto y con

distintos enfoques de cámara, mientras que la policía de Málaga ha seleccionado la calle Larios como punto de interés para testar las capacidades del dron y la calidad del video generado. A las pruebas han asistido, además de la Autoridad Portuaria y efectivos de la Policía Local, miembros de la Policía Nacional y de la Guardia Civil, mostrando interés en los potenciales usos que tiene la combinación de los drones, las redes privadas 5G y la analítica de vídeo.

“EL MANDO DEL DRON HA SIDO CONECTADO A UNA MOCHILA PROVISTA CON UN MÓDULO 5G QUE HA PERMITIDO GENERAR UN STREAM DE VIDEO QUE PUEDE SER VISTO EN TIEMPO REAL Y, ADEMÁS, SER ALMACENADO EN UNA PLATAFORMA DE VIDEO DESARROLLADO POR TELEFONICA I+D PARA ESTE CASO DE USO”



MEJORA DE LA SEGURIDAD

El principal foco del caso de uso, tanto para la Policía Local como para la Autoridad Portuaria, es la mejora de la seguridad, contando con imágenes en tiempo real en espacios donde no se cuenta con cámaras fijas o donde éstas no tienen visibilidad, así como la posibilidad de hacer seguimiento de ciertas operaciones que se consideren sensibles, por razones de seguridad o de otra índole, como son el transporte de mercancías peligrosas, seguimiento de vehículos sospechosos, etc. Finalmente, con el uso de analítica de video, se puede aprovechar la toma panorámica y la flexibilidad que genera el uso de un dron para hacer conteo de personas, de vehículos, o control de aglomeraciones entre otras cosas.

Esta actividad se enmarca en el contexto del proyecto "Pilotos 5G Andalucía" (C012/19-SP) liderado por Telefónica I+D en colaboración con la Policía Local de Málaga y la Autoridad Portuaria de Málaga, e impulsado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital a través de Red.es y co-financiado con fondos FEDER.

**"EL PUERTO DE MÁLAGA HA
REALIZADO UN VUELO DE
RECONOCIMIENTO
ALREDEDOR DEL PUERTO Y
CON DISTINTOS ENFOQUES
DE CÁMARA"**

MIRAKL TIENE COMO OBJETIVO convertirse en líder de **RETAIL MEDIA** a **NIVEL GLOBAL**

Mirakl lanza Mirakl Ads, una innovadora solución de Retail Media para el ecosistema del comercio electrónico que permite generar más ventas y mayores beneficios a partir del gasto en publicidad digital.

PLATAFORMA **SaaS**

Mirakl, la primera y más avanzada plataforma SaaS de marketplace para empresas, ha anunciado hoy Mirakl Ads, una solución de Retail Media Network (RMN) que permite a las empresas monetizar el tráfico web del e-Commerce a través de la oferta de first-party y ofrecer más valor a los anunciantes, vendedores y editores. La solución Mirakl Ads es la más reciente incorporación a la cartera de productos de soluciones de crecimiento de Mirakl, que ofrece un mayor valor al optimizar y diversificar los flujos de ingresos del e-Commerce.

RETAIL MEDIA

El Retail Media se ha convertido en una de las tendencias más dinámicas del comercio electrónico. **Se estima que alcanzará los 160.000 millones de dólares a nivel mundial en 2027**, y esta tendencia está creando una enorme oportunidad para que los retailers online monetizen el tráfico web. Sin embargo, las soluciones existentes no satisfacen las necesidades de la industria del e-Commerce actual, ya que carecen del control, la visibilidad y la experiencia de compra requeridos para ofrecer un rendimiento adecuado de la inversión. Gracias a su posicionamiento único en el centro del ecosistema del marketplace, Mirakl está bien posicionado para cambiar esta dinámica para mejor con el lanzamiento de Mirakl Ads.



MIRAKL ADS ES LA ÚLTIMA ADICIÓN a la amplia gama de soluciones de Mirakl para ayudar a las empresas a mejorar enormemente la experiencia del cliente, acelerar el crecimiento y el rendimiento de los vendedores y maximizar los resultados financieros. A medida que los marketplaces escalan, las soluciones de crecimiento de Mirakl permiten a las empresas aprovechar todo su valor:

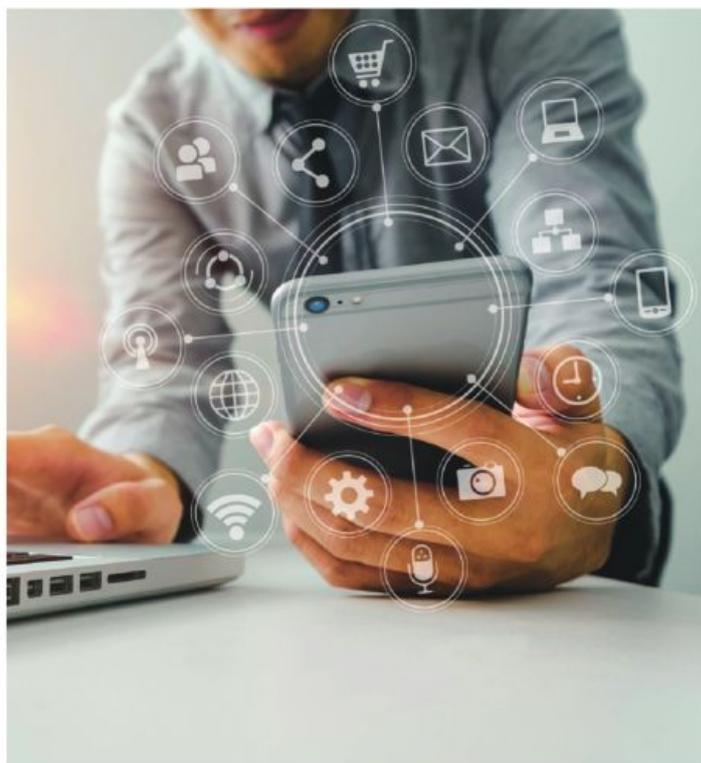
- **Potenciando la selección a escala:** Poner siempre el producto adecuado delante del cliente adecuado, en el momento adecuado y aumentar las conversiones con Mirakl Target2Sell.
- **Acelerando la expansión comercial:** Reduce la carga regulatoria

y la complejidad de los pagos de los vendedores a la vez que optimiza su experiencia en el marketplace con Mirakl Payout.

- **Creando nuevas oportunidades de crecimiento rentable:** Desbloquear nuevas fuentes de ingresos rentables con Mirakl Ads, que permite a los marketplaces monetizar su web a la vez que ofrecen más valor a los vendedores y anunciantes de terceros.

La disponibilidad inicial de Mirakl Ads comenzará en abril de 2023 a través de un programa global de acceso anticipado.

En el **blog** de Mirakl se pueden encontrar los últimos puntos de vista sobre los marketplaces. Para más desarrollos y actualizaciones del negocio, sigue a **Mirakl** en **LinkedIn** y **Twitter**.



<< EL RETAIL MEDIA OFRECE UN ENORME POTENCIAL PARA QUE LAS EMPRESAS ACELEREN EL CRECIMIENTO DE SU COMERCIO ELECTRÓNICO, PERO LAS SOLUCIONES EXISTENTES A DÍA DE HOY SIMPLEMENTE NO OFRECEN LAS CAPACIDADES NECESARIAS PARA APORTAR VALOR EN EL PANORAMA ACTUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO", HA MENCIONADO JEAN-GABRIEL DE MOURGUES, VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE CONNECT AND GROWTH SOLUTIONS DE MIRAKL. "MIRAKL ADS ESTÁ CAMBIANDO ESA DINÁMICA PARA MEJOR. LOS ANUNCIANTES, LOS VENDEDORES DE MARKETPLACE Y LOS EDITORES TENDRÁN POR FIN UNA SOLUCIÓN PREPARADA PARA LA PLATAFORMA QUE NO SOLO IMPULSA LA RENTABILIDAD DE LOS ANUNCIANTES Y SUS VENTAS, SINO QUE TAMBIÉN OPTIMIZA LA EXPERIENCIA DE COMPRA PARA LOS PROPIOS CLIENTES, APROVECHANDO LA CAPACIDAD DE LA TECNOLOGÍA, LA EXPERIENCIA Y EL ECOSISTEMA DE MIRAKL >>

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**



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)

ASTRAZENECA E IDOVEN

apuestan por la IA para diagnosticar enfermedades cardiovasculares a través de un PROYECTO PIONERO EN EUROPA

- AstraZeneca y la startup española Idoven están desarrollando un programa innovador en varios hospitales del país para identificar, monitorizar y tratar a pacientes con insuficiencia cardiaca en remoto.
- El proyecto se desarrollará en dos fases. La primera, tiene como objetivo analizar e identificar a pacientes con insuficiencia cardiaca. La segunda, monitorizará en remoto a pacientes ya medicados para prevenir eventos cardiacos de riesgo.





<< UN SOFTWARE BASADO EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL IDENTIFICA MÁS DE 80 ALTERACIONES DEL CORAZÓN QUE REPRESENTAN EL 90% DE LOS PROBLEMAS CARDÍACOS MÁS FRECUENTES >>

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

EL SECTOR HEALTHCARE vive un momento de transición favorecido por la irrupción de nuevas herramientas innovadoras para el diagnóstico, tratamiento y seguimiento de pacientes con el objetivo de ofrecer un servicio personalizado a cada uno de ellos según las características de sus patologías. En este sentido, AstraZeneca, junto con la startup española Idovent, especialista en el desarrollo de Inteligencia Artificial para detectar enfermedades cardiovasculares, están aplicando sus conocimientos para convertirse en dinamizadores estratégicos del ámbito sanitario.



ESTADÍSTICAS

LAS ENFERMEDADES CARDIOVASCULARES son las patologías más prevalentes y la primera causa de muerte en el mundo. Una de las más graves y costosas es la insuficiencia cardiaca, que se caracteriza por una disminución en la capacidad del corazón para bombear sangre de manera eficaz. La IC afecta en España a más de 770.000 personas y es la primera causa de hospitalización en personas mayores de 65 años, según el estudio **PATHWAYS-HF**, publicado en la Revista Española de Cardiología.

A pesar de ser una causa importante de consultas médicas, ingresos hospitalarios, alta tasa de mortalidad y representar un enorme coste para los sistemas de salud, a menudo también es mal diag-

nosticada. Además, el diagnóstico precoz es difícil debido a la falta de síntomas específicos en las etapas iniciales de la enfermedad. Así, la alianza entre AstraZeneca e Idoven pretende hacer frente a esta problemática.

Gracias a esta alianza se podrá diagnosticar de manera eficaz a pacientes mayores de 65 años que padezcan insuficiencia cardíaca, mejorando la interpretación de electrocardiogramas y estableciendo un proceso estandarizado para sus lecturas en Atención Primaria. Por ende, se adecuará el tratamiento a los pacientes gracias a su monitorización en remoto, por lo que ayudará a reducir la sobrecarga en los centros sanitarios.



<< LA IC AFECTA EN ESPAÑA A MÁS DE 770.000 PERSONAS Y ES LA PRIMERA CAUSA DE HOSPITALIZACIÓN EN PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS >>



PROYECTO INNOVADOR

Para el correcto desarrollo del proyecto, se realizará la implementación en dos fases. La primera consistirá en la identificación de pacientes y el seguimiento de sus patologías cardíacas. Para ello, varios centros sanitarios participarán en la identificación de pacientes con insuficiencia cardíaca. "Se realizará mediante un electrocardiograma que es analizado por nuestra plataforma basada en Inteligencia Artificial para identificar a pacientes con riesgo de padecer IC en minutos, siendo los resultados revisados y confirmados por nuestro equipo de cardiólogos. Tras esto, son compartidos con el médico de atención primaria para su posterior seguimiento", explica Manuel Marina, cardiólogo y CEO de Idovent.

MONITORIZACIÓN

La segunda fase consistirá en monitorizar de manera remota a pacientes que ya hayan sido diagnosticados con insuficiencia cardíaca, realizándose este seguimiento con la ayuda de un dispositivo Fitbit. La monitorización se realizará con una frecuencia de entre tres y siete veces a la semana o por petición del paciente, dependiendo de su historial clínico. Esto será posible gracias a que los dispositivos Fitbit seleccionados permiten registrar electrocardiogramas desde la muñeca para luego, en colaboración con Idovent, se pueda trasladar la información a los profesionales sanitarios.

PROGRAMA PIONERO

Este programa, pionero en nuestro país y en Europa, se va a desarrollar con la intención de sentar las bases de la aplicación de la Inteligencia Artificial para la detección de enfermedades cardiovasculares. En este sentido, el Dr. César Velasco, Director de Innovación y Estrategia Digital de AstraZeneca España destaca que "estamos convencidos de que los avances tecnológicos, como el Big Data y la Inteligencia Artificial, están abriendo nuevas vías de innovación en salud, permitiendo un giro hacia una atención más personalizada, un diagnóstico precoz y una herramienta de mejora de la calidad asistencial. Por ello, desde AstraZeneca fomentamos la colaboración con instituciones académicas, gobiernos, centros sanitarios y empresas para acceder a mejores avances científicos y estimular así la innovación: centrándonos más en el paciente y avanzando en ciencia de vanguardia"

Es importante reseñar que el programa cuenta con el apoyo de 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.





TECNOLOGÍA SANITARIA

Idoven es una empresa de tecnología sanitaria pionera en la detección temprana y la medicina de precisión para enfermedades cardiovasculares.

PLATAFORMA CON IA

La plataforma con inteligencia artificial de Idovent, Willem, supone una mejora sustancial en la velocidad, la coheren-

cia y la precisión de la interpretación y predicción de los electrocardiogramas. Los potentes algoritmos patentados de su IA, que funcionan con los electrocardiógrafos actuales, también sirven para desarrollar marcadores biológicos de enfermedades que permiten la identificación de los pacientes, la estratificación del riesgo y el pronóstico, así como para el seguimiento de la seguridad cardiovascular de fármacos.



COLABORACIONES

Idoven colabora con las principales empresas de dispositivos médicos y farmacéuticos para desarrollar innovaciones basadas en IA, con el objetivo de establecer un nuevo paradigma en la atención sanitaria cardiovascular. Idovent ha obtenido numerosos reconocimientos por su tecnología IA en Europa y Estados Unidos, incluidos los galardones del prestigioso Acelerador del Consejo Europeo de Innovación

(EIC Accelerator) y Horizon 2020 (H2020), así como el Healthy Longevity Catalyst Award de la Academia Nacional de Medicina de Estados Unidos. La empresa cuenta con el apoyo de inversores de primer nivel como Insight Partners, Northzone y Wayra (Telefónica), el programa Accel Starters, importantes inversores privados (business angels) y el IET Salud. Para más información sobre Idovent, visite idoven.ai o síguenos en LinkedIn @idoven.



iVoox

LA PLATAFORMA LÍDER DE
PODCAST EN ESPAÑOL

www.ivoox.com

‘ LAS DIEZ TENDENCIAS DEL PODCAST PARA 2023 ’

Convertido en uno de los formatos para contenidos de información y entretenimiento con mayor proyección, el podcast seguirá gozando de gran protagonismo durante los próximos años, según la experiencia de la plataforma española iVoox, que cerrará este año con más de 800M de escuchas, más de 5 millones de usuarios únicos al mes, y más de 3M de euros generados a través de sus programas de monetización.

La síntesis: según los expertos de iVoox, 2023 traerá un escenario multiplataforma donde crecerá la personalización y especialización de los contenidos, sobre todo orientados a la información, así como la relevancia de la comunidad, y donde el podcaster podrá consolidar su profesión a través de la monetización de sus creaciones mediante las suscripciones y la publicidad, que mantendrá un significativo crecimiento.

1. Aprender, la principal motivación. La audiencia lo tiene claro: según datos del último informe publicado por el Observatorio iVoox, el 65,96% de los oyentes escuchan podcasts porque aprenden. Lo demuestra también el éxito de un gran número de podcasts de divulgación independientes como **Días Extraños**, **La ContraCrónica** o **Roma Aeterna**, que han cubierto un espacio que ni grandes plataformas ni grandes medios ofrecen. El del podcast es, mayoritariamente, un oyente formado, en activo y con un poder adquisitivo medio-alto, que se seguirá viendo atraído por temáticas como la historia, el misterio y la política.

2. Competencia entre plataformas: Si en los inicios del podcast existían tan solo aplicaciones como iVoox o Apple Podcasts, en la actualidad han llegado otras grandes multinacionales como Spotify o Amazon Music, e incluso YouTube, que han agilizado el crecimiento del sector. Esto, además de permitir una enorme oferta de contenidos, impulsa su personalización y perfeccionamiento, ya que independientemente de la estrategia de cada una, bien sea ofreciendo contenidos exclusivos o desarrollando nuevas funcionalidades, todas las plataformas seguirán luchando para retener a los oyentes.

3. Un podcast para cada tipo de oyente: Así, una de las principales herramientas para captar y fidelizar a la audiencia será la creación de contenidos adaptados a las necesidades de todo tipo de perfil de usuario. El crecimiento del interés de los oyentes por la actualidad seguirá fomentando la oferta de contenidos informativos, destacando sobre todo la generación de podcasts de actualidad o reportajes de investigación. Eventos como la Guerra de Ucrania o el Mundial de Qatar son una oportunidad para la generación y el consumo de este tipo de contenidos. Otras tendencias que están al alza son las ficciones sonoras, los crímenes reales, podcasts del corazón o dirigidos a la generación z, entre muchos otros.

4. Perfeccionar el Machine Learning: Según el Observatorio iVoox, el 48,41% de los oyentes descubre podcasts a través de recomendaciones de contenido. Es por ello que las platafor-

mas apostarán por mejorar sus algoritmos de recomendación, afinando las sugerencias según el comportamiento de los oyentes en base a sus escuchas, intereses o edad. El objetivo es facilitar la selección a los usuarios, que cuentan con un tiempo de ocio limitado; y las redes sociales, plataformas de streaming de vídeo, podcast, música o incluso entretenimiento offline compiten por su atención. Al final, el usuario se decantará por las propuestas que ofrezcan un contenido afín a sus gustos de la manera más sencilla.

5. Podcast transmedia y videopodcast: En el último año el podcast se ha popularizado entre las generaciones más jóvenes a través de streamers e influencers como **Club113** (Team Heretics), **The Wild Project** (Jordi Wild) o **Charlando Tranquilamente** (Ibai Llanos) que han lanzado sus propios podcasts en vídeo. En los próximos meses, la tendencia seguirá al alza y más celebridades se sumarán a un formato indispensable para los millennials y la generación Z. Esta tendencia ya ha empezado a presionar a los creadores independientes de podcast a hacer el salto al vídeo, para aprovechar la interacción con la comunidad con los directos en Twitch o la viralidad con la compartición de clips en TikTok, el canal de referencia de la Gen Z para informarse y entretenerse.

6. En vivo y en directo: Otra gran corriente que llega es la de los podcasts en vivo como un modo de entretenimiento cultural, por el que ya apuestan programas como **La Ruina**, **Estirando el chicle** o **Mochila al Pasado**. Así, cada vez veremos más iniciativas apostando por este formato, que permite a los podcasters hacer sus programas en directo con público y obtener el apoyo de su audiencia para monetizar sus contenidos. Para 2023 se darán muchas más propuestas, ya sea con grandes aforos o en espacios más íntimos, como la proliferación de espacios de podcast o podcast en directo dentro de grandes eventos culturales como ya se está dando en Ubeat Live, Dreamhack o el salón del Cómic de Valencia.

7. Apoyo de la audiencia = independencia de los creadores. También según la última encuesta del Observatorio iVoox, el 57,3% de los oyentes está dispuesto a pagar por ayudar al creador a través de las suscripciones a sus contenidos favoritos, tendencia que sigue creciendo año tras año. Esta moda-

lidad permite al podcaster monetizar su podcast sin renunciar al crecimiento en audiencia, y la previsión es que evolucione hacia el pago único de episodios, listas o podcasts, abriendo un abanico de opciones para el creador que convive con el modelo de suscripción con pagos recurrentes mes a mes.

8. Interactuar con la comunidad. De igual modo que en las redes sociales, el creador tenderá a construir una comunidad sólida y comprometida, algo imprescindible para seguir creciendo en audiencia y poder monetizar. Para ello, aumentarán sus interacciones con los oyentes, animándolos a que colaboren, comenten, compartan y recomienden el podcast desde la misma plataforma en la que se escucha el contenido. Estas acciones ayudan a conseguir convertir a oyentes ocasionales en fieles seguidores que los escuchen semana a semana.

9. Más y mejor publicidad. El gran potencial del podcast como vehículo publicitario para las marcas está muy lejos de tocar techo. Según IAB, el gasto en publicidad en podcast crecerá un 8% en 2023, incluso por delante de los servicios de transmisión de música, y se prevé que los ingresos totales por publicidad en Internet en España crezcan un 5,8 % hasta 2026, alcanzando unos 5.214 millones de euros (PWC). En este apartado, el branded content seguirá siendo una modalidad en auge elegida por las marcas para alcanzar a sus consumidores, y los creadores aumentarán la búsqueda de patrocinios de valor que no distorsionen la creación y difusión de sus contenidos.

10. Hacia una profesión rentable. Se espera que la audiencia de podcast crezca hasta los 26,6 millones de oyentes en 2026, y que estos generen unos ingresos de 590 millones de euros (PwC). Una verdadera explosión del podcast que ya está provocando el aumento de la inversión en la producción de contenido en audio de calidad (casos de grandes players como El Confidencial, El Mundo o El Terrat), lo que deriva en una mayor profesionalización del podcast, y que este formato siga llegando a grandes audiencias. En esta dirección, en los próximos años se estandarizarán también los cargos y profesionales alrededor del podcast, así como su formación académica.

QOALA LEVANTA UNA nueva ronda de inversión de 1.6M€ PARA SEGUIR CRECIENDO

La operación ha sido liderada por Media Digital Ventures y ha contado con la participación de Wayra (Telefónica), Draper B1, el angel investor Andreas Mihalovits y más de 250 inversores del "equity crowdfunding" que la compañía llevó a cabo en la plataforma Crowdcube.



QOALA CIERRA UNA RONDA DE FINANCIACIÓN, clave para su crecimiento y asentamiento como cabeza del sector "loyalty". Se unen al elenco de inversores participantes -entre los que se encontraban ya Draper B1 o angel investors como Andreas Mihalovits- los fondos de inversión Wayra, el fondo early stage de Telefónica, y Media Digital Ventures, el fondo de Media for Equity líder en España, parte de Antai Venture Builder. Se suman, además, más de 250 inversores de la plataforma de financiación colectiva o "equity crowdfunding" Crowdcube. "Desde Wayra estamos encantados de invertir en Qoala, tiene un equipo fundador muy potente y un producto muy escalable que permite aumentar la conversión de los e-commerce y facilitar el ahorro de los usuarios; algo muy necesario en los momentos que estamos viviendo. Estamos deseando poder apoyarles desde todo el grupo Telefónica para que sigan creciendo y expandiéndose a nuevos países" comenta Marta Antúnez, directora de Wayra Barcelona.

QOALA, FUNDADA EN 2020, ES UNA EXTENSIÓN DE NAVEGADOR Y APP QUE ENCUENTRA Y APLICA CUPONES DE DESCUENTO ONLINE Y OFRECE CASHBACK A SUS USUARIOS EN SUS MÁS DE 3000 TIENDAS AFILIADAS Y ASEGURANDO EL MEJOR PRECIO POSIBLE ONLINE PARA SU RED DE COMPRADORES.

OPERACIÓN DE MEDIA FOR EQUITY

LA OPERACIÓN de Media for Equity con MDV, una de las pioneras en España, proporciona a Qoala un tipo de inversión que le permite capitalizar su crecimiento y trabajar con influencers y agencias de primer nivel. De esta forma, la compañía espera poder aumentar de forma considerable su base de usuarios. Ramiro Iglesias, Venture Partner de MDV explica su racional detrás de esta inversión “Con esta inversión del Social Hub, replicamos la estrategia de comunicación de una de las grandes historias de éxito en el sector...que siempre ha apostado por creadores de contenido, influencers y equipos de esports para generar notoriedad y credibilidad en su público objetivo.”

La compañía, dedicada a encontrar y aplicar cupones de descuento en compras online y proveer a sus usuarios con “cashback”, cuenta ya con más de 250.000 usuarios y trabaja con más de 3.000 tiendas en Europa y Latinoamérica.

Con esta inyección de capital, Qoala se posiciona para convertirse en la solución de ecommerce referente en España, y abrirse camino en América Latina. Además, pretende ampliar el equipo con talento de primer nivel, atraer más usuarios y continuar desarrollando la vertiente sostenible de su producto involucrándose en nuevos proyectos de acción climática.



**“El capital de esta ronda nos ayudará a seguir creciendo para convertirnos en la herramienta líder de ahorro en España y LATAM. Son tiempos difíciles dado al rápido aumento del coste de vida, que está teniendo un impacto importante en mucha gente. Es un gran momento para que Qoala siga creciendo y ayude al máximo número de personas a ahorrarse dinero en sus compras online” -
Rafael Rubio, CEO**

A person wearing a blue suit jacket is shown from the chest up. The jacket is a vibrant blue with a subtle texture. The person's hair is dark and visible at the bottom right. The text 'EYE IS TECHNOLOGY' is overlaid on the image. 'EYE' is in a large, white, serif font. 'IS' is in a smaller, red, cursive font. 'TECHNOLOGY' is in a white, serif font, similar to 'EYE' but smaller.

EYE
IS
TECHNOLOGY



Suscríbete en
www.empleayemprende.com