



2013|14

Memoria de Actividades



Asociación Española de la Economía Digital

Índice de Contenidos

1. Carta de la Presidenta	4
2. Órganos Gobierno	6
3. INFORME DE ACTIVIDADES	9
3.1. Formación	10
3.2. Relaciones Institucionales y Área Legal	12
3.3. Confianza on line	20
3.4. Divulgación	
3.4.1. EEC'13	26
3.4.2. Jornadas adigital	28
3.5. Internacional	30
3.6. Comunicación	
3.6.1. Online	33
3.6.2. Web	34
3.6.5. Prensa	35
3.7. SLR (Servicio de listas Robinson)	40
3.8. Colaboraciones	41
3.9. Redes Sociales	42
4. Asociaciones adheridas	45
4.1. Asociación Agencias Digitales	46
4.2. Asociación Contact Center	47
4.3. Jdigital	53
4.4. Empresas Asociadas	59

Carta de la Presidenta

1

Elena Gómez del Pozuelo
PRESIDENTA



José Luis Zimmermann
DIRECTOR GENERAL



Carta de la Presidenta

Con un horizonte en el que se comienzan a advertir signos de recuperación económica en nuestro país, el sector de la economía digital camina hacia una senda de expansión y bonanza que nos hace ser optimistas para encarar un futuro que, por otro lado, viene cargado de retos, pero también de oportunidades. En este contexto, el comercio electrónico se afianza como una actividad económica dinámica y que crece a un gran ritmo, superándose año tras año el volumen de facturación y el número de españoles que recurren al entorno online para hacer sus compras. Hay otra clave en este escenario que ya hemos venido resaltando en cada ejercicio y que hoy más que nunca es una realidad: el uso de los dispositivos móviles se consolida de manera clara condicionando todo el ecosistema digital.

Aunque el panorama se vislumbra más alentador, en *adigital* consideramos que tenemos que seguir trabajando en la dirección que hemos venido haciéndolo en los últimos años: contribuir a la transformación digital de las empresas españolas y convertir a España en un referente mundial en el ámbito de la economía digital. Sin duda, ambos aspectos continuarán marcando todas nuestras acciones para los próximos años. No lo lograremos, sin embargo, sin la colaboración de las empresas y profesionales, ni tampoco sin el apoyo de la Administración, cuyo papel es determinante a

la hora de crear un ambiente propicio y sin trabas que impulse la innovación digital y la creación de nuevas empresas.

Desde *adigital* seguiremos dedicando esfuerzos a las cinco áreas sobre las que se construye nuestra actividad: la formación, la divulgación, la regulación, la internacionalización y el emprendimiento. Y todo con un único hilo conductor que son nuestros asociados, quienes, pese a las dificultades económicas por las que atraviesa este país, continúan confiando en nosotros, lo que nos alienta y a la vez nos obliga a profundizar en la propuesta de valor que ofrece la asociación.

En el ámbito de la formación, el ejercicio que culminamos ahora se ha cerrado con más de 500 alumnos formados en nuestros workshops y con más de 3.000 asistentes a otras tantas jornadas y eventos con las que *adigital* ha querido contribuir a la mejora de la formación en el área digital de las empresas y profesionales, pues entendemos que el talento es clave para el futuro del sector.

La regulación y el lobby es otro de los pilares de esta asociación y, en este sentido, en los últimos meses hemos trabajado en asuntos de gran relevancia para el desarrollo de los negocios digitales como la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual,

“ el sector de la economía digital camina hacia una senda de expansión y bonanza que nos hace ser optimistas ”

“ seguiremos dando la batalla para que las empresas españolas puedan competir en un marco equitativo ”

la nueva Ley General de Telecomunicaciones, el Reglamento de Protección de Datos, la regulación sobre Crowdfunding o la Ley de Consumidores y Usuarios y hasta la reforma fiscal, entre otras normas de calado. En los próximos años seguiremos dando la batalla en todos aquellos temas que consideramos cruciales para que las empresas españolas puedan competir en un marco equitativo y con las mismas reglas de juego.

Ese marco también servirá de estímulo para la creación de empresas y para la empleabilidad y, por ello, seguiremos muy de cerca todas las iniciativas que desde el gobierno se promuevan para alcanzar ese objetivo como es el caso de la recientemente aprobada Ley de Emprendedores. No bajaremos la guardia a la hora de insistir en la necesidad de que se aprueben normativas fiscales que fomenten la inversión privada.

La internacionalización de las empresas de base tecnológica seguirá jugando un papel relevante en nuestra hoja de ruta. Son ya muchos años desde que iniciamos la aventura, junto al ICEX y el Ministerio de Industria, para ayudar a las empresas digitales españolas a buscar oportunidades fuera de nuestro país. Gracias a la colaboración con ambas instituciones un gran número de start ups y emprendedores han tenido la

oportunidad de conocer los mercados tecnológicos más punteros en todo el mundo como Silicon Valley, Londres, Dublín o China, entre otros.

El que cerramos ha sido, sin duda, un ejercicio muy intenso con muchos proyectos ejecutados en las alforjas y que nos prepara para hacer frente a los desafíos que el entorno digital nos va a deparar en el futuro inmediato. Estamos más que preparados para ello.

No quería olvidarme sin agradecer la confianza que han depositado en *adigital* un número cada vez mayor de instituciones, organizaciones, empresas y profesionales y sin destacar la dedicación y los esfuerzos que todo el staff de nuestra asociación dedica a un proyecto de todos y para todos.

Elena Gómez del Pozuelo
PRESIDENTA

Órganos de Gobierno

2

Órganos de Gobierno

PRESIDENTE

Elena Gómez.
Fundadora: Bebedeparis, Womenalia, Incipy, Inesdi, Increnta

VICEPRESIDENTES

Ricardo Goizueta. *Director General El Corte Inglés*
Juanjo Azcárate. *CEO CCC*
Luis Llairó. *Director General Findirect*
Jordi González. *Director General Venca*
Antonio Mas. *Director General Ideup*
Joana Sánchez. *Presidenta Incipy*

JUNTA DIRECTIVA

VOCALES

Marcos de Quinto. *Presidente Coca Cola*
Javier Rodríguez Zapatero. *Dtor. General Google España*
Irene Cano. *Country Manager Facebook*
Jose Carlos Villalvilla. *Director Marketing Iberdrola*
Michael Bennett. *CEO Planeta Agostini*
Juan P. Giménez. *Presidente Increnta*
Martí Manent. *Director General Derecho.com*
Joost Van Nispen. *Presidente Icemd*
Juan José Peso. *Socio Deloitte*
Tomás Muriana. *Fundador Chips & Geraniums*
Javier Echebarría. *Director General Mailteck*
Marta Rodríguez. *CEO Mediaprisme*
Pablo Robles. *Director Marketing Liberty Seguros*
David Tomás. *Director General Cyberclick*
Manuel Sala. *Director General OJD*
Joshua Novick. *CEO Antevenio*
Rodolfo Carpintier. *Presidente DAD*
Joaquim Ramis. *CEO Proximity*
Javier Celaya. *CEO DosDoce*
François Nuyts. *Country Manager España Amazon*
Nacho de Pinedo. *Director General ISDI*
Pere San Martín. *Dtor. General Arvato-Bertelsmann*
Eduardo Menal. *Dtor. General Desarrollo Nuevos Negocios - Grupo Planeta*

Joan Sitges. *CEO Cofidis*
Faustino Jiménez. *CEO Arsys*
Jesús Encinar. *Fundador Idealista.com*
Sacha Michaud. *Director General Betfair*
Almudena Román. *Directora General ING Direct España*
Mario Tascón. *Socio Director Prodigioso Volcán*
Isabel Sánchez-Lozano. *Presidenta Transcom*
Julio Alonso. *CEO Weblogs*
Amuda Goueli. *CEO Destinia*
Juan Macías. *CEO DeMartina*
María Fanjul. *CEO Entradas.com*
Antonio Bengoa. *Director Relaciones Institucionales Telefónica*
Aquilino Peña. *Socio Kibo Ventures*
Fernando Maudó. *Director General Vente Privee*
Rafael García del Poyo. *Socio Osborne & Clarke*

TESORERO

Nacho Somalo. *Director General Lonesome Digital*

SECRETARIO ORGANIZACIÓN

Eduardo Berrocal. *Director General Alternativa*

COMITÉ EJECUTIVO

Ignacio Somalo. *Lonesome Digital*
 Joshua Novick. *Antevenio*
 Pere San Martín. *Arvato-Bertelsmann*
 Juanjo Azcárate. *CCC*
 Eduardo Menal. *Planeta*
 Lluís Llairó. *Findirect*
 Eduardo Berrocal. *Alternatiba*
 Ricardo Goizueta. *El Corte Inglés*
 Ruth Díaz. *Amazon BuyVip*
 Fuencisla Clemares. *Google*
 Joost Van Nispen. *Icemd-Esic*
 Antonio Mas. *Ideup*
 Joana Sánchez. *Incipy*
 Nacho de Pinedo. *ISDI*
 Marta Rodríguez. *Mediaprism*
 Juan Pablo Giménez. *Increnta*
 Jordi González. *Venca*

COMISIONES

ÁREA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Comisión de eRetail
 Comisión de eServices
 Comisión de Contenidos Digitales
 Comisión de ePayments
 Comisión de Mobile Commerce
 Comisión de B2B
 Comisión de eLogistics
 Comisión de Pymes de eCommerce

ÁREA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Comisión de Conversión
 Comisión de Fidelización y CRM
 Comisión de Captación
 Comisión de Medición y Analítica
 Comisión de Social Media

ÁREA DE REGULACIÓN DIGITAL

Comisión Legal
 Comisión de Propiedad Intelectual

CONSEJO DE FORMACIÓN

STAFF

MADRID

José Luis Zimmermann
 César Tello
 Sarai Fernández
 Ana Herrera
 Alberto Lario
 Bárbara Yuste
 María Álvarez

BARCELONA

Ana Buxó
 Iñaki Uriarte
 Carolina Codinas
 Lola Iglesias
 Gemma del Arco

Informe de Actividades

3

“ las actividades de formación organizadas por **adigital** han estado enfocadas a la mejora constante del sector ”

Formación

Durante el ejercicio 2013-2014 las actividades de formación organizadas por *adigital* han estado enfocadas a alcanzar los objetivos marcados por nuestra entidad para la mejora constante del sector y su compromiso, no sólo con las empresas asociadas, si no también con la sociedad actual.

FORMACIÓN GRATUITA PARA NUESTRAS EMPRESAS ASOCIADAS

A) WORKSHOP TÉCNICOS

adigital ha seguido ofreciendo una serie de Workshop técnicos donde se han formado a un total de 450 personas entre Madrid y Barcelona, las novedades temáticas de este año han sido Branded Content y Entendiendo el uso de Apps en la empresa. Además, como en anteriores años, se ha continuado realizando formación en el área Legal.

- > Introducción a HTML5 y CSS3
- > Responsive Web Design
- > Entendiendo las APPs en la Empresa
- > Optimización SEO
- > La empresa en una tablet
- > Social CRM
- > Branded Content
- > Usabilidad Web

B) WORKSHOP DIGITAL TRACKS

Por otro lado, el departamento ha gestado una nueva forma de acercar a las empresas pequeñas píldoras de formación. Estos talleres, tienen una duración de dos horas, están planteados desde un enfoque absolutamente práctico. Entre los temas que se imparten, figuran todos aquellos relacionados con la estrategia y el desarrollo de negocios digitales, incluyendo tecnología, marketing online, medios de pago, etc. Hasta el momento se han realizado 8 digital tracks con un total de 160 personas en Madrid y se abrirán en Barcelona a partir de Septiembre.

- > De la newsletter al plan de email marketing
- > Best Practice in email marketing
- > Estrategias eficientes para vender más en una tienda online
- > Captación de usuarios basada en resultados
- > Catálogos de Producto como herramienta de adquisición de tráfico y optimización de campañas sobre el mismo
- > Posicionamiento avanzado en buscadores
- > Vete pensando en digitalizarlo
- > Ventajas fiscales para la economía digital ZEC

“ 285 alumnos formados a través de cursos de 300 horas lectivas más 150 horas de prácticas en empresas del sector ”

C) WORKSHOPS LEGALES

Los talleres de este año se han reducido a dos, aumentando los grupos y concentrando las temáticas. Como de costumbre los talleres han servido para crear un marco adecuado para el dialogo, el intercambio de opiniones y resolución de dudas legales entre asistentes y ponentes perteneciente a alguno de los despachos asociados. Los dos talleres realizados se impartieron en Madrid y Barcelona.

- > Aspectos fiscales de la contratación online
- > Protección de datos

ACUERDOS DE FORMACIÓN CON OTRAS ENTIDADES

Además de esta formación liderada por *adigital*, la asociación cuenta con una estrecha colaboración en materia de formación con diferentes institutos de formación consiguiendo así que todas las empresas asociadas se puedan beneficiar de grandes descuentos en alguno de los cursos, másters y posgrados que ofrecen estas entidades colaboradoras.

FORMACIÓN BONIFICADA

Así mismo, *adigital* sigue manteniendo el servicio de bonificaciones a la formación con el fin de generar

valor para su organización reduciendo los costes de la formación realizada por sus empleados a través de La *Fundación Tripartita*.

EL PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA DESEMPLEADOS EN ECONOMÍA DIGITAL

Tras 3 meses de intensa actividad de cursos, en el mes de Marzo finalizó la fase de formación del programa para la empleabilidad de personas en situación de desempleo en el sector de la economía digital. Han sido un total de 285 alumnos formados a través de cursos de 300 horas lectivas más 150 horas de prácticas no laborales en empresas del sector de la economía digital. Dichos cursos abarcaban diferentes temáticas, Gamification, Community Management, Posicionamiento WEB... Todos ellos impartidos por prestigiosas escuelas asociadas a *adigital*, como *Internet Academi*, *U-tad*, *Inesdi*, *Icemd* y *Chips* and *Geranius* con el máximo grado de satisfacción por parte de los alumnos que ahora esperan poder entrar en el mercado laboral dentro de nuestro sector.

Este proyecto ha contado con la financiación de Fondo Social Europeo y el Servicio Público de Empleo Estatal y se ha desarrollado en Madrid, Barcelona, Málaga y Sevilla, con un total de 19 cursos.

Área Legal y Relaciones Institucionales

“ **adigital** ha informado sobre estos cambios y se han celebrado workshops para explicar las novedades en esta materia ”

ÁREA LEGAL

1. COOKIES

Tras la elaboración y lanzamiento de la “Guía sobre el uso de la Ley de cookies” en abril de 2013, *adigital* ha lanzado en 2014 el “Servicio de Cumplimiento de la Ley de cookies”, un servicio gratuito para asociados y con descuento para adheridas a Confianza online, no estando disponible para no asociados ni adheridas. El servicio se enmarca en el ámbito de actuación de *adigital* Legal, con el fin de ofrecer a las empresas un análisis técnico-jurídico de las páginas web, apps o webs móviles, ayudándolas a cumplir con la normativa vigente en materia de cookies, protección de datos y privacidad. El análisis de *adigital* termina con la emisión de un informe con recomendaciones sobre cómo redactar la política de cookies de acuerdo con la ley vigente, recomendaciones sobre soluciones para la obtención del consentimiento, así como recomendaciones en materia de responsabilidad con terceros.

Asimismo, en los primeros meses de 2014, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) sancionó por primera vez por incumplimiento de la normativa de cookies. La primera resolución tuvo lugar el pasado 14 de enero y, la segunda resolución sancionadora, el pasado 14 de mayo. *adigital* ha realizado un análisis de ambas resoluciones que validan el sistema de información por capas de la Guía sobre el uso de las cookies.

Por otra parte, la nueva Ley General de Telecomunicaciones, publicada en el BOE el pasado 10 de mayo y en vigor desde el día siguiente a su publicación ha incorporado cambios en la normativa sobre cookies. Desde *adigital*, se ha informado a los asociados sobre estos cambios y se han celebrado workshops o talleres formativos para explicar las novedades en esta materia. Durante la tramitación de esta norma (LGT), *adigital* ha mantenido diversos encuentros con instituciones gubernamentales. Asimismo planteó diversas enmiendas a los grupos parlamentarios con el fin de que la normativa no obstaculizase el desarrollo de la economía digital.

2. PROTECCIÓN DE DATOS

En enero de 2012 la Comisión Europea aprobó la Propuesta de Reglamento Europeo de Protección de Datos, que vendrá a sustituir cuando entre en vigor a la vigente Directiva 95/46/CE de Protección de Datos. La tramitación de este texto normativo ha sufrido importantes retrasos y las elecciones al Parlamento Europeo del pasado 25 de mayo se celebraron sin que se alcanzase un acuerdo sobre el texto normativo. No obstante, durante este año se han producido algún hito en el procedimiento, como es la votación en el seno del Comité LIBE (Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior) del Parlamento Europeo en octubre de 2013, que incorpora modificaciones al texto original de la Comisión

“ **adigital** forma parte de la Coalición ProInternet, junto con otros agentes de la industria ”

Europea. En marzo de 2014, la Eurocámara respalda el paquete legislativo de Protección de Datos con 621 votos a favor, 10 en contra y 22 abstenciones, asimismo incorporando enmiendas al texto. Por otra parte, y con respecto a alguna de las novedades que incorpora el texto original de la Propuesta de la Comisión Europea, en concreto, el derecho al olvido, el Tribunal de Justicia de la UE (TJUE) dictó el pasado 13 de mayo una sentencia que sienta las bases para resolver los asuntos pendientes relacionados con esta cuestión con los tribunales de los Estados miembros. Además, **adigital** ha participado en la consulta sobre la Evaluación de Impacto en Protección de Datos (EIPD) que la AEPD lanzó en marzo de 2014. También ha participado en las reuniones de CEOE sobre esta materia como miembro de la Junta Directiva de CEOE y del comité de Protección de Datos.

3. PROPIEDAD INTELECTUAL

En 2013/14 se constituyó la *Comisión de Propiedad Intelectual de adigital*, como una Comisión específica e independiente de la Comisión Legal.

El 22 de marzo de 2013 se aprueba el Anteproyecto de Ley de modificación del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, con el fin de reformar parcialmente la Ley de Propiedad Intelectual en vigor que data de 1996. A lo largo de 2013, diversos órganos

consultivos fueron emitiendo sus informes (Consejo General del Poder Judicial, Consejo de Estado, Agencia Española de Protección de Datos, Competencia, etc) hasta que en febrero de 2014 el Consejo de Ministros aprueba el texto para su tramitación como Proyecto de Ley en las Cortes Generales. La reforma se estructura en cuatro pilares: entidades de gestión, copia privada, fortalecimiento de los instrumentos para la lucha contra la vulneración de derechos de propiedad intelectual en Internet y el denominado canon AEDE o compensación equitativa que los agregadores de noticias deberán pagar a los editores por el uso de fragmentos no significativos de sus contenidos. Este último eje de la reforma fue incorporado en el último momento por el Consejo de Ministros sin que fuese analizado por ningún organismo. **adigital** forma parte de la Coalición ProInternet, junto con otros agentes de la industria, una coalición que persigue la introducción de modificaciones al texto del proyecto de ley con el fin de que éste no sea perjudicial para el sector de Internet. Asimismo ha participado en diversos foros, reuniones institucionales y jornadas sobre propiedad intelectual y ha presentado propuestas de enmiendas a los grupos parlamentarios para lograr una regulación en la materia que sea compatible con el desarrollo de la economía digital. Por otra parte, **adigital** ha participado en la consulta de la UE sobre copyright.

adigital ha celebrado reuniones con distintos organismos públicos con responsabilidades en esta materia e implicados en la misma,

“ adigital ha elaborado una “Guía sobre la Ley de Consumidores y Usuarios”, que sirve a modo de orientación para las empresas ”

así como con los grupos parlamentarios encargados de la presentación de enmiendas al articulado del proyecto de ley de reforma parcial.

Asimismo, *adigital* ha llevado a cabo un seguimiento de la actividad realizada por la Sección Segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual así como de la actividad judicial en materia de webs de enlaces y propiedad intelectual.

4. CONSUMIDORES Y USUARIOS

La Ley para la defensa de Consumidores y Usuarios, Ley 3/2014, de 27 de marzo incorpora una serie de relevantes modificaciones en materia de contratación a distancia, comercio electrónico y venta telefónica que son aplicables desde el pasado 13 de junio. Esta norma traspone al ordenamiento jurídico español la Directiva de Consumidores y Usuarios. *adigital* ha elaborado una “Guía sobre la Ley de Consumidores y Usuarios”, que sirve a modo de orientación para las empresas sobre cómo cumplir con esta normativa que incluye modificaciones en materia como los spams telefónicos, el derecho de desistimiento o requisitos en materia de información precontractual, entre otros cambios. Para la elaboración de esta Guía, *adigital* ha tomado como referencia, además de la normativa comunitaria y nacional, la Guía elaborada por la Comisión Europea. Asimismo, en abril de 2014 *adigital* celebró en Madrid y

Barcelona una jornada para dar a conocer los cambios de esta Ley, a la que asistieron más de 500 personas, y contó con la presencia de un experto de la Comisión Europea. En junio, mes en el que entraba en vigor la norma de transposición de la Directiva y se lanzaba la Guía de *adigital*, además, celebró una jornada en Sevilla para dar a conocer todos los cambios.

5. CROWDFUNDING

adigital ha analizado y realizado un seguimiento a la consulta en materia de crowdfunding que la UE lanzó a finales de 2013. Además, el pasado 5 de marzo de 2014 el Ejecutivo aprobó el Anteproyecto de Ley de Fomento de la Financiación Empresarial que, en su Título V, aborda el régimen jurídico de las plataformas de financiación participativa, regulando así el equity crowdfunding así como el basado en préstamos. Esta normativa no cubriría el crowdfunding basado en recompensas o donaciones. *adigital* ha presentado su propuesta de enmiendas o modificaciones al texto del Anteproyecto durante la fase de consulta pública. Asimismo ha celebrado diversas reuniones con agentes implicados en esta materia, como, por ejemplo, la Asociación Española de Crowdfunding.

“ **adigital** ha asistido a foros sobre consumo colaborativo y ha tenido visibilidad relacionada con esta materia ”

6. CONSUMO COLABORATIVO Y REGULACIÓN

A lo largo de este año, *adigital* ha venido realizando un seguimiento de la normativa en vigor y en tramitación que afecta al consumo colaborativo, como, por ejemplo, la relacionada con el sector turístico. Las Comunidades Autónomas están legislando sobre el alquiler de las viviendas turísticas –Madrid, Aragón o Andalucía tienen en este momento normas en tramitación-, tomando como referencia la legislación catalana ya vigente. *adigital* ha planteado enmiendas al Decreto de alquiler de viviendas turísticas de Madrid con el objetivo de que se logre tener un régimen armonizado en todas las CCAA, con seguridad jurídica y que fomente el impulso de nuevos modelos de negocio basados en plataformas de consumo colaborativo. Asimismo, *adigital* ha asistido a foros sobre consumo colaborativo y ha tenido visibilidad relacionada con esta materia en medios de comunicación.

7. OTROS

- > Ley Unidad de Mercado. *adigital* ha realizado el seguimiento de la norma hasta su entrada en vigor en diciembre de 2013.
- > Fiscalidad de la Economía Digital. *adigital* ha realizado un seguimiento de la actividades realizadas por el grupo de expertos de la UE de fiscalidad de la economía digital, que tras celebrar diversas reuniones emitió su informe en junio de 2014.

- > Código Penal. *adigital* está realizando el seguimiento y propuesta de redacción sobre la modificación del Código penal en lo que afecta a la revisión y actualización de los delitos contra la propiedad intelectual
- > Normativa sistemas de resolución de reclamaciones: *adigital* está realizando el seguimiento de la transposición a derecho interno de las Directiva sobre ADR (Alternative Consumer Dispute Resolutions) y ODR (Online Consumer Dispute Resolutions) cuyo plazo de transposición vence en junio de 2015
- > Medios de pago: Directiva de Servicios de Pago y Propuesta de Reglamento de tasas de intercambio para operaciones con tarjeta

ÁREA DE RELACIONES INSTITUCIONALES

CEOE: *adigital* es miembro de la junta directiva de CEOE y preside el Comité de Nuevas Tecnologías y Economía Digital y la Comisión de Protección de Datos. Forma parte del Comité de Ayudas Públicas y de Propiedad Intelectual, y es miembro de la Comisión de I+D+i. Ha participado con su aportación en los siguientes documentos: “Propuesta de CEOE para la mejora del clima de negocios y el entorno empresarial en los ámbitos sociolaboral, económico, unidad de mercado e internacionalización” y en “Propuesta CEOE Cumbre Innovación” así como en el seguimiento de las normas sobre propiedad intelectual o la Propuesta europea de Reglamento de protección de datos.

CEIM: *adigital* esta presente en Confederación Empresarial de Madrid con tres vocales. Asimismo forma parte los siguientes Comités o grupos de trabajo: Pymes, Emprendedores, Innovación y Sociedad de la Información y Ética y Responsabilidad Social.

EMOTA: *adigital* como miembro de la asociación europea Emota ha participado en las reuniones celebradas por la asociación, esencialmente en la Comisión de regulación y de su Junta Directiva. Ha participado en el Ecommerce Forum en Barcelona los pasados 12 y 13 de marzo organizado por Emota.

ECOMMERCE EUROPE: *adigital* como miembro de la asociación europea Ecommerce Europe ha participado en las reuniones celebradas por la asociación, esencialmente, en la Comisión de regulación, medios de pago y logística. Ha participado en Global E-commerce Summit en Barcelona los pasados 16 y 17 de junio organizado por Ecommerce Europe.

BUSINESS EUROPE: Constituye la representación empresarial de CEOE en Bruselas, como principal patronal europea que agrupa a un total de 41 organizaciones de 35 países. Entre los objetivos de Business Europe destaca la apuesta por impulsar políticas orientadas a la creación de un mercado digital, clave a la hora de revitalizar el Mercado Único, desarrollar la productividad y la innovación en todos los sectores y fomentar la creación de empleo. Para ello, aboga por la eliminación de los obstáculos existentes en el desarrollo de la actividad online, así como la fragmentación legislativa. *adigital* representa a CEOE en dos comisiones dedicadas a la Agenda Digital y a Protección de Datos.

FORO NACIONAL PARA LA CONFIANZA DIGITAL: *adigital* se ha integrado en este Foro, que es un instrumento de cooperación de la industria TIC española en materia de confianza digital, en el que colaboran los agentes más relevantes del sector privado, con el propósito de prestar asesoramiento a la SETSI (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información) en

■ **adigital** forma parte del Comité de Ayudas Públicas y de Propiedad Intelectual, y es miembro de la Comisión de I+D+i.

materia de confianza digital.

FORO CPP-RIPS (Foro de Colaboración público-privada para la reutilización de información del sector público): *adigital* se integra en este foro que pretende analizar y explorar el intercambio de información con la administración. El foro nace en 2013, aunque ha venido retrasando el comienzo de su actividad a este año. En este Foro participan el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, junto con entidades y asociaciones vinculadas al sector tecnológico e infomediario. La iniciativa se enmarca en la Agenda Digital para España y tiene como propósito favorecer el desarrollo de servicios de alto valor para ciudadanos y empresas que contribuyan al impulso de la actividad económica y generación de empleo cualificado, a partir de información del sector público.

FICOD. *adigital* forma parte del Consejo Asesor de FICOD (Foro Internacional de Contenidos Digitales), foro puesto en marcha por la SETSI y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, con el objetivo de desarrollar y potenciar la industria nacional de contenidos digitales, con especial foco en los contenidos en lengua española.

SERVICIOS DE CONSULTAS

El volumen de consultas respondidas durante el periodo octubre de 2013 hasta junio de 2014 ascendió a un total de 457. Respecto al origen de las cuestiones planteadas un 43 % se corresponden a cuestiones planteadas por entidades integradas en *adigital* y el resto a cuestiones de organización interna de *adigital*.

COMISIÓN LEGAL Y LA COMISIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Respecto a la actividad realizada por la Comisión Legal y la Comisión de Propiedad Intelectual:

Reuniones de la Comisión Legal: 1-3 de octubre de 2013 y 6-11 de marzo 2014 en Madrid y Barcelona. En estas reuniones se han tratado los siguientes temas: la Propuesta de Reglamento europeo de Protección de Datos, los expedientes sancionadores sobre cookies, el Proyecto de Ley de modificación parcial de la Ley de Propiedad Intelectual y su aplicación a los prestadores de servicios de publicidad, el Proyecto de Ley de modificación del Código Penal, el proyecto de Ley General de Telecomunicaciones y la modificación la LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico), la modificación de la Ley de Consumidores y Usuarios en relación con la ventas a distancia, y en particular, la venta telefónica, el proyecto de Ley de Unidad

de Mercado, el acuerdo Transatlántico sobre Comercio e Inversión y Safe Harbor, el Reglamento 611/2013 de la CE sobre las medidas aplicables a la notificación de casos de violación de datos personales en el marco de la Directiva 2002/58/CE sobre comunicaciones comerciales y la Propuesta de la Directiva de la Comisión Europea para garantizar un alto nivel común de seguridad de las redes y de la información en la Unión (Directiva de cybereguridad) y el Anteproyecto de Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, por el que se regulará el Crowdfunding

Reuniones de la Comisión de Propiedad Intelectual: 28 enero, 20 de febrero y 15 de abril. Durante este año, la actividad de la Comisión de Propiedad Intelectual se ha centrado en el análisis de la reforma parcial de la Ley de Propiedad Intelectual, con la redacción de propuestas de enmiendas al Proyecto de Ley de modificación parcial de la Ley de Propiedad Intelectual. Asimismo, se ha analizado y preparado las respuestas a la consulta de la UE sobre copyright. También se ha realizado un seguimiento de la actividad llevada a cabo por la Sección Segunda de la Comisión de Propiedad Intelectual en relación con los procedimientos contra las webs de enlaces.

RECUPERA TU DOMINIO

Servicio para la recuperación de nombres de dominio .es A través de este Servicio *adigital* ofrece un mecanismo para la resolución extrajudicial de reclamaciones sobre los nombres de dominio registrados bajo el dominio de país .es. *adigital* fue acreditado como proveedor oficial para la prestación del servicio por la Entidad Publica Empresarial RED.ES de acuerdo con la resolución dictada el 31 de enero de 2006 por su Director General.

adigital ha intervenido como órgano de resolución de reclamaciones en casi 50 ocasiones para la recuperación de entre otros los siguientes dominios: oracle.es, disneystore.es, www.eroski.es, faro.es, sexshop.es, webfactory.es, webfactory.com.es, desmon.es, siemsa.es, www.consumer.es, thagson.es, grandvalira.es, contratasyobras.es, expomobi.es, bolma.es, google.com.es, sociedadbiblica.es, almeidaviajes.es, sexywebcam.es, ratestogo.es, bilbogas.es, internovios.es, caloryfrio.es, editorialplaneta.es, martinezroca.es, hooters.es, idealista.es, emarket.es, sto.es, alacarta.es, farho.es, artemisa.es, barcelona-airport-transfers.es, autoescuelafreedom.es, portaldesegundamano.es.

Asimismo, han sido atendidas desde *adigital* más de 525 comunicaciones relacionadas con los diferentes aspectos del sistema.

Los expertos que forman parte del Comité encargado de la resolución de las reclamaciones son:

D. Rodolfo Fernández Fernández
Socio del despacho MILINERS ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS

D. Rafael García del Poyo
Socio del Despacho OSBORNE CLARKE

D. Luis Gosálbez
Socio director de la firma METRICSON

D. Martí Manent González
Director General y abogado de DERECHO.COM

D. Luis Marimón
socio de MARIMÓN ABOGADOS

Dña. Ángeles Martínez
Abogada en METRICSON

Dña. Cristina Mesa Sánchez
abogada del despacho GARRIGUES

D. Xavier Ribas
Socio de RIBAS Y ASOCIADOS

D. Marc Rius
Abogado de RIBAS Y ASOCIADOS

D. Samuel Martínez
Asociado Senior Despacho OSBORNE CLARKE

“ 613 nuevas entidades se han adherido a Confianza Online en 2013. ”

Confianza Online

Resumen de actividad 2013

2013 ha sido un año de consolidación y continuidad, todavía bajo los efectos de una situación de crisis económica que se remonta a los años anteriores y aún se mantiene en la actualidad. A pesar de ello, *Confianza Online* ha cumplido 10 años de actividad, manteniendo una intensa actividad tanto enfocada a las novedades legislativas, como a las mejoras en la productividad y en nuestro principal canal de comunicación. En efecto, en 2013 *Confianza Online* ha lanzado su nueva página web más accesible y con nuevas secciones que facilitan la navegación de los usuarios. Asimismo, ha aumentado la proyección de sus servicios en todo el país gracias a la campaña publicitaria y la participación en ferias y jornadas.

En el marco de los resultados positivos del ejercicio de 2013, así como en años anteriores, la labor de *Confianza Online* ha sido acreditada por organismos e instituciones como la Agencia Española de Protección de Datos, los organismos de consumo a nivel estatal y de la Comunidad de Madrid, con quienes se han continuado las estrechas relaciones de colaboración en materia de tramitación de reclamaciones de consumidores.

ADHESIÓN DE NUEVAS EMPRESAS

613 nuevas entidades se han adherido a *Confianza Online* en 2013. Gracias a estas empresas, en el décimo cumpleaños de *Confianza Online*, se han alcanzado y superado las 2.000 entidades adheridas (2.036), correspondientes a 2.659 páginas web que lucen el Sello de

Confianza Online, siguiendo el incremento y la evolución de los años anteriores. En cuanto a los Agentes Oficiales Prescriptores, ya son 105 los que ayudan a impulsar la Sociedad de la Información y la Economía Digital.

Los principales sectores representados por los adheridos a *Confianza Online* son los siguientes: hogar y decoración, E-commerce genérico, alimentación y bebidas, salud y parafarmacia, moda y calzado, deportes y turismo.

WWW.CONFIANZAONLINE.ES

La tendencia de las visitas se ha visto incrementada exponencialmente puesto que en 2013 *Confianza Online* ha lanzado su nueva página web. Ésta ha sido realizada con tecnología wordpress tratando de incorporar todas las medidas de seguridad existentes en el mercado. Asimismo, se ha tratado de hacer una página web intuitiva, accesible según los estándares A+ y teniendo en cuenta las reglas de usabilidad existentes. El nuevo sitio web además ha tratado de incorporar los plugins de vinculación con las páginas de redes sociales como Facebook, LinkedIn, Slideshare y Youtube.



CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

Una vez más la Campaña de Publicidad de *Confianza Online* se ha distribuido entre los medios, desde el mes de mayo hasta el mes de septiembre, ambos inclusive. La creatividad ha sido la misma utilizada en 2012 con el objetivo de acercar el Sello a los consumidores, que lo conozcan y lo busquen en las páginas web a la hora de realizar sus compras.

Como viene siendo habitual los medios de comunicación, de forma desinteresada, han querido participar de la Campaña de *Confianza Online*, como también lo han hecho Havas Media y Órbital Proximity, permitiendo así que la Campaña haya aparecido en Internet, Televisión, Radio, Prensa y Revistas.

FERIAS Y JORNADAS

Durante 2013, coincidiendo con los 10 años de *Confianza Online*, se ha participado en varias ferias y Jornadas para poder fomentar la confianza del usuario en Internet.

Feria E-show 2013 en Barcelona y en Madrid

Jornada “Las nuevas Tecnologías al servicio del consumidor” organizada por *Confianza Online* junto con la Comunidad de Madrid y FUCI, donde queríamos acercar la problemática que tiene el cliente de la mano de una de las Asociaciones de

consumidores más representativas en España, FUCI, junto con la autoridades de Consumo y Comercio de la Comunidad de Madrid.

Feria Expo-E-commerce 2013 Madrid (Abril 2013)

Durante los días 25 y 26 de Abril, se celebró en Madrid Expo-E-commerce junto con Omexpo y *Confianza Online* tuvo ocasión de compartir en un acto, la celebración de los 10 años junto con sus adheridos. Además de la mano de nuestro Presidente, José Domingo Gómez Castallo y nuestro Director General, José Luis Zimmermann se tuvo la oportunidad de presentar los datos, del Primer Estudio sobre E-commerce realizado por *Confianza Online*.

Jornada sobre el Comercio Electrónico Comunidad de Madrid (Mayo 2013)

El arbitraje de consumo para la resolución de conflictos en la contratación electrónica. Marta Ayed, subdirectora de *Confianza Online* desarrolló en esta jornada formativa dirigida a funcionarios y a árbitros de consumo, cómo funciona el arbitraje en ámbitos de consumo online.

“ Destacan los datos relativos a los procedimientos de mediación impulsados por el Comité de Mediación de adigital ”

TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES

La actividad del departamento de reclamaciones de *Confianza Online*, se ha mantenido en línea con la del año anterior, si bien con un leve descenso en cuanto al número total de reclamaciones recibidas, que han sido relativas al comercio electrónico con consumidores y 138 relativas a la publicidad interactiva.

En lo que respecta a las **reclamaciones interpuestas por consumidores en materia de comercio electrónico**, las reclamaciones han sido 4.589. Destacan los datos relativos a los procedimientos de mediación impulsados por el *Comité de Mediación de adigital*, cuyos resultados han sido los siguientes:

- > **Acuerdos de mediación:** 1.330 (1.275 relativos a casos distintos). Este número representa el 55% de las mediaciones y, un año más confirma la eficacia del procedimiento.
- > **Traslados a la JANC:** 603 (25%) reclamaciones interpuestas contra entidades adheridas y no solucionadas durante el procedimiento de mediación.
- > **Traslados al IRAC:** 15 reclamaciones remitidas por la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid o por el Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid, tras la mediación finalizada sin acuerdo, se han

remitido al Instituto Regional de Arbitraje de Consumo de la Comunidad de Madrid, conforme al Convenio de colaboración firmado con dicho organismo.

- > **Traslados a las autoridades competentes:** 47 reclamaciones interpuestas contra entidades no adheridas y no solucionadas durante el procedimiento de mediación.
- > **Archivadas sin resultado:** 408 reclamaciones (17%) reclamaciones no han producido ningún resultado a pesar del traslado de propuestas de solución o bien del ofrecimiento de traslado a las distintas autoridades de consumo mencionadas anteriormente.
- > **Rechazo mediación:** 25 empresas reclamadas, no adheridas a Confianza Online o que han dejado de serlo durante el año, han rechazado el sometimiento al procedimiento de mediación.

Por otro lado, *las reclamaciones que no han llegado a tramitarse* han sido un total de 1.985, *de las cuales:*

- > 761 se encontraban fuera del ámbito de aplicación del Código Ético de *Confianza Online*;
- > 1.224 se han archivado porque los consumidores han desistido del procedimiento (1.231), o porque la empresa ha resuelto su queja antes de que empezara la mediación (601).

RECLAMACIONES INTERPUESTAS POR CONSUMIDORES EN MATERIA DE COMERCIO ELECTRÓNICO



En 2013 los principales motivos de las reclamaciones por comercio electrónico, han sido: los plazos de entrega (20%), la imposibilidad de ejecución de los contratos (13%), incidencias con la garantía de los productos (10%), el incumplimiento del genérico principio de legalidad relativo a los contratos (10%), la entrega defectuosa de pedidos (8%), desistimiento y devolución (7%) o incumplimiento contractual (7%).

Los plazos registrados en 2013, han mejorado significativamente con respecto al ejercicio anterior. En efecto, podemos destacar que el plazo referido a las reclamaciones en su totalidad desde su apertura hasta su cierre y con independencia de que se haya iniciado un procedimiento de mediación, ha descendido de 29 a 19 días naturales. Por otro lado, la duración media de los procedimientos de mediación se sigue manteniendo en 15 días naturales, al igual que en 2012.

Por otro lado, las reclamaciones relativas a la publicidad interactiva han sido un total de 138.

60 han sido los pronunciamientos del Jurado de la Publicidad de Autocontrol, de los cuales:

- > 35 resoluciones han sido estimatorias en su totalidad;
- > 6 estimatorias parciales;
- > 19 desestimatorias.

Por otro lado, en 19 casos, las empresas han aceptado la reclamación con un compromiso de cese o de rectificación de la publicidad y una reclamación se ha resuelto por mediación entre las partes, por lo que en ambos casos no ha sido necesario recurrir a un pronunciamiento del Jurado de la Publicidad. Asimismo, 2 reclamaciones han sido inadmitidas a trámite por considerarse que el objeto de la reclamación no se refería a un supuesto de publicidad interactiva y una reclamación se ha resuelto en fase previa al traslado a Autocontrol.

Al igual que en ámbito de la contratación electrónica, cuando las empresas no se encuentran adheridas a Confianza Online o a Autocontrol, pueden rechazar la competencia de ambas asociaciones, lo que ha ocurrido en un caso a Confianza Online y en 2 reclamaciones directamente al Jurado de la Publicidad.

Por último, 12 reclamaciones se han archivado por no reunir los requisitos establecidos por el Código Ético de Confianza Online, 1 por haber sido interpuesta ante una autoridad competente que estaba ya conociendo los mismos hechos y 39 reclamaciones se han archivado debido a la falta de respuesta del consumidor a la solicitud de documentación probatoria o aclaraciones por parte de la Secretaría Técnica.

En cuanto a los principales motivos que han ocasionado la interposición de estas reclamaciones, nos encontramos con que el 76% se han instado contra la publicidad considerada engañosa y el 18% se debía a la recepción de correos electrónicos no deseados. Los restantes motivos se referían a la vulneración de las normas sobre propiedad intelectual (3%), a las obligaciones de información de los anunciantes (2%) y a la privacidad referida a la publicidad interactiva (1%).

SERVICIO DE VERIFICACIÓN

Durante el 2012, la Secretaría Técnica ha emitido a lo largo del ejercicio 2013 un total de 898 informes de verificación de nuevas páginas web correspondientes a 529 entidades adheridas.

En estos informes la Secretaría Técnica, en un esfuerzo porque el contenido de los mismos se mantenga en consonancia con la legislación existente, además de las recomendaciones habitualmente realizadas en materia de comercio electrónico y protección de datos, ha incluido ciertas novedades Legislativas que han tenido lugar a lo largo del año, tomando como referencia las directrices contenidas en documentos elaborados por algunos organismos públicos.

Aunque cada vez son más los prestadores de servicios de la sociedad de la información que muestran su compromiso de autorregulación y del cumplimiento normativo aplicable a sus sitios en Internet, de los análisis realizados en las páginas web, sigue siendo frecuente la existencia de incumplimientos sobre cuestiones de protección de datos de carácter personal (ausencia de políticas de privacidad completas e inclusión de mecanismos en los que se solicite el consentimiento informado de los usuarios, ausencia de información sobre cookies y tecnologías similares) y sobre aspectos relacionados con la información del prestador de servicios recogido en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI).

Por lo que respecta a los aspectos esenciales de la contratación, existen textos en los sitios web que recogen información precontractual incompleta o errónea sobre el ejercicio del derecho de desistimiento y garantías, plazos de entrega, ausencia de gastos de envío, modalidades de pago, etc., así como cláusulas abusivas de diversa naturaleza.

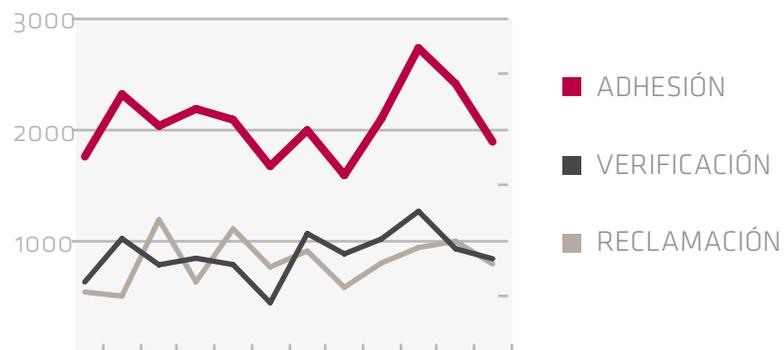
El plazo medio de entrega de los informes, a lo largo de este año, es de 3 días naturales, lo que refleja el compromiso del área de verificaciones de fomentar que las empresas adheridas adecúen sus sitios web a las modificaciones propuestas y así luzcan el Sello en el menor plazo posible.

Por otra parte, la proactividad y colaboración de los adheridos durante el proceso de verificación, sitúa el plazo medio de entrega del Sello en 11 días naturales.

CONSULTAS

Durante el 2013, las consultas atendidas por Confianza Online han sido 45.017, es decir un 135% más que en 2012.

CONSULTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
ADHESIÓN	1751	2322	2032	2187	2088	1663	1992	1581	2098	2745	2418	1887	24764
VERIFICACIÓN	626	1023	783	843	785	436	1069	883	1019	1273	930	838	10508
RECLAMACIÓN	533	496	1198	627	1112	763	910	576	799	941	999	791	9745
TOTAL	2910	3841	4013	3657	3985	2862	3971	3040	3916	4959	4347	3516	45017



Divulgación EEC'13

adigital celebró la 7ª Edición de European Ecommerce Conference (EEC13).

La conferencia tuvo lugar el 5 de noviembre en los Teatros del Canal de Madrid (C/ Cea Bermudez, 1).

EEC consiguió un año más atraer a varios de las empresas digitales que más interés están generando a nivel global, así contó con:

- > *Frederic Mazzella*, Fundador y CEO de *BlaBlaCar*, el portal de car sharing más utilizado en Europa y que está desatando un intenso debate sobre los nuevos modelos de negocio de la economía colaborativa.
- > *Apoorvah Metha*, Fundador y CEO de *Instacart*, una revolucionaria forma de realizar las compras online de supermercados en Estados Unidos, basados en una red de conductores no profesionales para realizar la recogida y entrega en tiempo record.
- > *Angela Wang*, Fundadora y CEO de *Republic Spaces*, un Marketplace de espacios de retail para que tiendas online, marcas y diseñadores puedan realizar showrooming en espacios destacados en Nueva York.
- > *Vijay Talwar*, Director de Internacionalización de *Blue Bile*, la tienda online de joyería más importante del

mundo, especializada en diamantes, que explicó cómo generar confianza en la venta online de productos de lujo.

- > *Arnie Gullov-Singh*, Chief Revenue Officer de *Polyvore*, el marketplace de social commerce que está experimentando uno de los mayores crecimientos de ventas online gracias a las herramientas sociales.
- > *Eamon Fitzgerald*, Chief Operating Officer de *Naked Wines*, uno de los primeros marketplaces de crowdfunding verticales que se han desarrollado con éxito en el mundo, enfocado en financiar pequeños productores de vino a través de una red de business angels particulares.
- > *Alfredo Ouro*, Fundador y CEO de *Hall St.*, una de las evoluciones más disruptivas en el ámbito de las reservas de hoteles en los últimos años, ayudando a sus usuarios a encontrar habitaciones de hotel con descuentos, e incluso compartirlas.
- > *Giulio Limongelli*, Co-fundador y VP Internacional de *Groupon*, el gigante de los descuentos a nivel mundial, que presentó una visión de la compañía globalmente y de la estrategia de cara al futuro inmediato.
- > *Andy Goodman*, Managing Director de *Fjord Madrid*, la agencia escandinava especializada en la innovación de nuevos productos y servicios a través del diseño.

“ EEC consiguió un año más atraer a varios de las empresas digitales que más interés están generando ”



@Destinia @amuda





“ La valoración global del evento por parte de los asistentes presenciales fue de 8,5 sobre 10 ”

El programa se completó con dos sesiones muy especiales. En primer lugar, una entrevista a los fundadores de dos de las empresas de comercio electrónico más importantes nacidas en España, *Lucas Carné*, Co-Fundador y Presidente Ejecutivo de *Privalia*, que junto a *Amuda Goueli*, Fundador y CEO de *Destinia*, repasaron el presente y futuro del negocio digital, moderados por Juanjo Azcárate, Presidente de CCC.

Por último, *Pablo Reaño*, Fundador y CEO de *WePlan*, presentó su proyecto como ganador de la competición de emprendedores *EEC Launch*.

EEC Launch se celebró por 4º año consecutivo en el entorno de *EEC* y presentó a los 10 finalistas de una larga lista de startups que pelearon durante meses por estar llegar a la final del 4 de noviembre. Como Ganador, *WePlan* recibió como premio 2.500€ del patrocinador principal de la competición, *Cofidis*, y la posibilidad de presentar su proyecto en el escenario principal de *EEC*.

EEC13 arrojó unos resultados muy positivos para *adigital* como organizador único del evento:

- > 850 asistentes profesionales presenciales.
- > 2000 asistentes únicos por el canal oficial de streaming.
- > Trending Topic en twitter en España durante gran parte de la conferencia.

La valoración global del evento por parte de los asistentes presenciales fue de un 8,5 sobre 10, lo que consolida *EEC* como uno de los eventos más relevantes del panorama digital en España.

Estos resultados nos llevan a continuar innovando por lo que la próxima edición, *EEC14*, contará con novedades que permitan al evento continuar creciendo y aportando a la comunidad profesional digital, un canal de conocimiento, creatividad e inspiración.



Divulgación

Jornadas adigital

Desde *adigital* trabajamos para ofrecer a los profesionales de la Economía Digital eventos que les acerquen a herramientas, estrategias, productos y servicios útiles para aprovechar las oportunidades que el entorno digital y las nuevas tecnologías ofrecen.

El pasado año un total de 3200 asistentes acudieron a los Eventos, Talleres y Seminarios que *adigital* organiza sobre áreas, si nos centramos en las jornadas realizadas en nuestras diferentes sedes de Madrid, Barcelona y Sevilla el número de asistentes asciende a 1000. En formato de media o jornada completa, la asistencia a estos eventos es totalmente gratuita para los profesionales de nuestras empresas asociadas.

SHARE ECONOMY Y EL PODER DEL CONSUMO COLABORATIVO

19/09/2013 - Madrid

En esta sesión, se analizarán las oportunidades existentes alrededor de la economía colaborativa y cómo se han transformado algunos de los sectores más tradicionales como el transporte o las industrias culturales.

III FORO DE MEDIOS DE PAGO Y FRAUDE ONLINE (DIGITAL PAYMENTS 2014)

05/03/2014 - Madrid

adigital presentó Digital Payments 2014, una conferencia de un solo día dedicada completamente a conocer, debatir y compartir acerca del presente y futuro de la gestión de los medios de pago y el fraude online: tendencias, innovación, wallets, mobile payments, regulación... Todo el ecosistema digital relacionado con los medios de pago que reunió compañías de ecommerce españolas e internacionales, banca, medios de pago y proveedores de soluciones, procesadoras de pagos, operadoras...en una conferencia única sobre un tema clave en el desarrollo de los negocios digitales.

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LOS NEGOCIOS B2B

26/03/2014 - Madrid

La contribución de los negocios B2B a la Economía digital supera en al menos 3 veces el volumen de los negocios B2C. Sin embargo, el grado de especialización que requieren la mayoría de negocios entre empresas, hace complicado la estandarización de una estrategia digital. En esta jornada, se trató de romper algunos de estos mitos alrededor del B2B, y se felicitaron las herramientas que ayudan a las empresas a desarrollar sus negocios en el ámbito digital y en un entorno internacional.

“ La asistencia a estos eventos es totalmente gratuita para los profesionales de nuestras empresas asociadas ”

SHARE ECONOMY
Y EL PODER DEL
CONSUMO COLABORATIVO

19/09/2013 - Madrid

III FORO DE MEDIOS DE PAGO
Y FRAUDE ONLINE

05/03/2014 - Madrid

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
EN LOS NEGOCIOS B2B

26/03/2014 - Madrid

CLAVES PARA
TU ESTRATEGIA DE MOVILIDAD

10/06/2014 - Madrid

NUEVA REGULACIÓN DIGITAL:
COMERCIO ELECTRÓNICO,
COOKIES
Y LLAMADAS TELEFÓNICAS

26/06/2014 - Sevilla



III Foro de Medios de Pago y Fraude Online
Digital Payments 2014

CLAVES PARA TU ESTRATEGIA DE MOVILIDAD

10/06/2014 - Madrid

Esta jornada se dio una visión sobre los retos y las claves para que una empresa pueda relacionarse con sus clientes en este estado de constante movilidad, haciendo la relación transparente y fácil para el usuario. *adigital* presenó, en colaboración con Google, a tres expertos en movilidad que nos conducirán en el recorrido necesario para desarrollar, medir y trasladar al mundo físico, tu estrategia móvil.

NUEVA REGULACIÓN DIGITAL: COMERCIO ELECTRÓNICO, COOKIES Y LLAMADAS TELEFÓNICAS

26/06/2014 - Sevilla

Desde *adigital* mostramos la nueva normativa y repasamos otros aspectos clave de la relación con los clientes, en las jornadas que vamos a celebrar en Sevilla el próximo día 26 de Junio. Información previa y posterior a la realización de un pedido online. Precio final. Ejecución del contrato. Envío de bienes sustitutos. Plazos del derecho de desistimiento. Devolución de cantidades. Deterioro de los bienes. Modelo. Servicios de atención al cliente y contratación telefónica. Plazo de resolución de incidencias. Coste de las llamadas

“ Desde **adigital** mostramos la nueva normativa y repasamos otros aspectos clave de la relación con los clientes ”

SHARE ECONOMY
Y EL PODER DEL
CONSUMO COLABORATIVO

19/09/2013 - Madrid

III FORO DE MEDIOS DE PAGO
Y FRAUDE ONLINE

05/03/2014 - Madrid

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
EN LOS NEGOCIOS B2B

26/03/2014 - Madrid

CLAVES PARA
TU ESTRATEGIA DE MOVILIDAD

10/06/2014 - Madrid

NUEVA REGULACIÓN DIGITAL:
COMERCIO ELECTRÓNICO,
COOKIES

Y LLAMADAS TELEFÓNICAS

26/06/2014 - Sevilla

Internacional

MISIÓN DIGITAL LONDRES 2013

26 de noviembre al 29 de noviembre

Misión organizada por *adigital* en colaboración con ICEX (España Exportación e Inversiones), y Red.es (Ministerio de Industria, Energía y Turismo), con el apoyo de UKTI (UK Trade & Investment).

Las empresas participantes tuvieron la oportunidad de conocer espacios de coworking e incubadoras (Central Working, Innovation Warehouse y The Office), visitar empresas como Google y Lime&Tonic, así como participar en reuniones con emprendedores españoles instalados en Londres y eventos de networking como Startup Grind.o el organizado para la ocasión Spanish Tech meets Shoreditch, que contó con la participación de Heather Leisman, responsable para Europa de Hotel Tonight.

Asimismo, se realizó una sesión de aterrizaje de mercado con aspectos legales, fiscales y de mercado. Por último, se participó en el evento Business Startup donde las empresas pudieron asistir a numerosos seminarios y visitar la zona expositiva con numerosos proveedores de servicios útiles a la hora de implantarse en Londres.

Previamente a la misión, se realizó una jornada de preparación

para el viaje en la que las empresas seleccionadas pudieron conocer las bases para realizar negocios en Londres.

Empresas participantes: Codeeta, Enigmedia, Findirect, Gigoing, IActive, ICTI Internet Passion, Mobbitat, Netex, NetSense, Planet Media, SocialERP TeleGestión, Soluntia, TECHNOactivity, ticketea.com, Viclone.

MISIÓN DIGITAL SHANGHAI 2013

7 de diciembre al 14 de diciembre

Misión organizada por *adigital* en colaboración con ICEX (España Exportación e Inversiones) y Red.es (Ministerio de Industria, Energía y Turismo).

Las empresas participantes tuvieron la oportunidad de visitar y mantener reuniones con representantes de las empresas más relevantes del mundo digital en China: Alibaba, Baidu o Yihaodian. Además, asistieron a sesiones formativas sobre aspectos legales y de mercado en la Oficina Comercial de ICEX en Shanghai y en ISPC, así como a una masterclass impartidas por Gang Lu (uno de los bloggers tecnológicos más influyentes) y con el fundador de la incubadora iStart, Cha Li. Se organizaron dos eventos de networking para



MISIÓN DIGITAL LONDRES 2013
26 de noviembre al 29 de noviembre

MISIÓN DIGITAL SHANGHAI 2013
7 de diciembre al 14 de diciembre



favorecer los contactos entre las empresas españolas y empresas locales y también se realizaron reuniones con empresas y emprendedores europeos arrancando negocios en China.

Previamente a la misión, se realizó una jornada de preparación para el viaje en la que las empresas seleccionadas pudieron conocer las bases para realizar negocios en Shanghai con la participación de Deloitte, Kanlli, Deportes Moya, etc.

Empresas participantes: Marbella Creafi Online, Mercachef, Mubiquo, OpenSistemas, Quieroapps-Iberinternet, Rastreator, RocaSalvatella, Seeketing, Solostocks, Ticketbis.

MISIÓN DIGITAL DUBLÍN 2014

8 de abril al 9 de abril

Misión organizada por *adigital* en colaboración con ICEX (España Exportación e Inversiones), y Red.es (Ministerio de Industria, Energía y Turismo).

Las empresas participantes tuvieron la oportunidad de conocer espacios de coworking e incubadoras (The Digital Hub, NDRC), visitar empresas como Google, HP, O2 y Hailo, así como participar en reuniones con emprendedores

españoles instalados en Dublín. Asimismo, se realizó una sesión de aterrizaje de mercado con aspectos legales, fiscales y de mercado con Enterprise Ireland e Invest in Ireland. Se organizó para la ocasión el evento de networking

Spanish Tech meets Dublin realizado en las instalaciones de Wayra donde varias de las empresas participantes en el viaje pudieron realizar su elevator pitch.

Empresas participantes: BoSo Group, Cumberland Solutions, Esfera Marketing, La Revolta, Mobile CRM, Apps SL, OpenCoast, OpenSistemas, Questionity, Smile & Think, Technoactivity.

SPAIN TECH WEEK SEATTLE - SILICON VALLEY 2014

12 de mayo al 16 de mayo

Segunda edición de la semana de actividades en Estados Unidos organizada por *adigital* en colaboración con ICEX (España Exportación e Inversiones), Red.es (Ministerio de Industria, Energía y Turismo) en colaboración con Spain Tech Center, el Consulado Honorario de Seattle y la Cámara de Comercio California - España.

Misión Digital a Dublín
8-9 de abril

adigitalInternacional
Asociación Española de la Economía Digital

MISIÓN DIGITAL DUBLÍN
8 de abril al 9 de abril

SPAIN TECH WEEK SEATTLE - SILICON VALLEY
12 de mayo al 16 de mayo

SPAIN TECH WEEK SEATTLE - SILICON VALLEY
12 al 16 de Mayo de 2014

adigitalInternacional

Las empresas pudieron participar en las siguientes actividades tanto en Seattle como en el área de San Francisco-Silicon Valley:

- > *Spain Investor Breakfast*, desayuno, con inversores para poner en valor la tecnología española en el Valle.
- > *Visitas corporativas*: Microsoft, Boeing, Amazon, Salesforce, ebay.
- > *Formación legal y Masterclass sobre emprendeduría* en Silicon Valley.
- > *Evento Startup Conference*: donde destaca el espacio expositivo en el pabellón español
- > *Eventos de networking*: Professional Networking encuentro de net working con españoles liderando empresas tecnológicas referentes; Spanish Tech meets Silicon Valley y Spanish Tech meets San Francisco.

Empresas participantes: AGBO, Alter Core, ChicPlace, CIC Consulting, Datknosys, Facephi, Frontera Azul, Global Online Devices, Icinetic, IDAPT, iphonedroid, jobandtalent, Kronomav, Mobbeel, Mobimento Mobile, S.L., Seeketing, SummuS Render, Tecsis, TheRanking.com

Previamente a la misión, se realizó una jornada de preparación en la que las empresas pudieron aprender a realizar o mejorar su elevator pitch, clave en la realización de negocios en Estados Unidos.

MISIÓN DIGITAL LONDRES

26 de noviembre al 29 de noviembre

MISIÓN DIGITAL SHANGHAI

7 de diciembre al 14 de diciembre

MISIÓN DIGITAL DUBLÍN

8 de abril al 9 de abril

SPAIN TECH WEEK SEATTLE - SILICON VALLEY

12 de mayo al 16 de mayo

“ **adigital** ha lanzado una newsletter completamente renovada, cuyo primer número vio la luz el pasado 11 de diciembre de 2013 ”

Comunicación: Online

“ADIGITAL NEWS”, LA NUEVA NEWSLETTER

En su afán por ofrecer información relevante del sector a sus asociados, *adigital* ha lanzado una newsletter completamente renovada, cuyo primer número vio la luz el pasado 11 de diciembre de 2013.

La newsletter es quincenal y aporta un contenido de valor añadido tanto relacionado con el sector como con las novedades y actividades de la asociación.

¿Qué tipo de contenidos integran “adigital News”?

- > Entrevistas exclusivas con responsables de empresas, ecommerce o entidades asociadas a *adigital*;
- > Noticias sobre novedades y tendencias en el ámbito de la economía y el negocio digital;
- > Estudios publicados por consultoras y empresas especializadas sobre el mundo de Internet, el comercio electrónico o el marketing digital, entre otros temas;
- > Noticias sobre nuestros asociados, donde se recogen documentos, informes, estudios o notas de prensa enviadas por las empresas asociadas a *adigital*;

- > Noticias sobre la actividad de *adigital* como formación, estudios, congresos, jornadas, acciones de lobby, nuevos asociados...;
- > Análisis en profundidad sobre legislación aprobada o en vías de aprobación que afecta al sector.

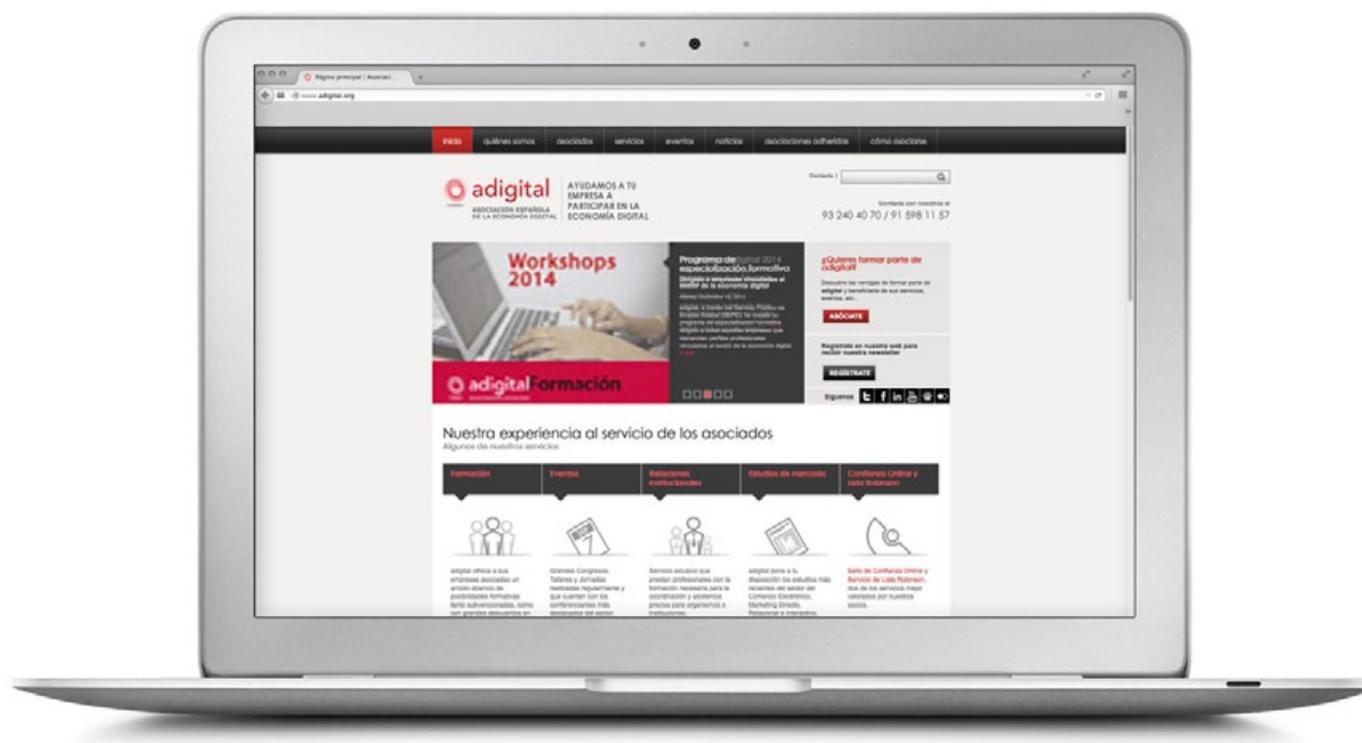
¿A quién se dirige?

“*adigital News*” va dirigida a más de 10.000 profesionales vinculados al sector. La newsletter se envía quincenalmente por correo electrónico y de forma gratuita. Para recibirla basta con inscribirse únicamente en nuestra web:

www.adigital.org



Comunicación: Web



“
Siempre a la última también en tendencias online, sin renunciar a la información y difusión de la economía digital

”

www.adigital.org

“**Adigital** considera que se deberían aclarar estos puntos e incluir un criterio reforzado sobre la aplicación de las normas en caso de conflicto”

ELECONOMISTA.ES octubre 2013

Comunicación: Prensa

El Proyecto de Ley aprobado por el Gobierno no cumple con las exigencias comunitarias que regulan el eCommerce

MARTES, 15 DE OCTUBRE DE 2013 00:00 SECCIÓN: ECOMMERCE - ECOMMERCE

Usar puntuación: 00000 / 0

Malo Bueno **PUNTUAR**

El proyecto de Ley de Consumidores y Usuarios, tal y como se plantea en la actualidad, no cumple con las exigencias comunitarias y quebranta, además, el principio de máxima armonización que establece la Directiva 2011/83/UE sobre Derechos de los Consumidores. Ésta es una de las principales conclusiones de un informe que ha realizado la Asociación Española de la Economía Digital (adigital) sobre el proyecto de Ley aprobado por el Gobierno. Dicha Directiva no permite a los Estados incorporar disposiciones más o menos estrictas que las recogidas en la propia norma, con la finalidad de garantizar la igualdad de trato tanto para las tiendas online españolas como para las del resto Europa.



El proyecto incumple esta premisa en varios aspectos, lo que podría dar lugar a un proceso de infracción contra el Gobierno español por la incorrecta transposición de la Directiva. **Adigital** considera que se deberían aclarar estos puntos, e incluir un criterio reforzado sobre la aplicación de las normas en caso de conflicto, impidiendo el establecimiento de barreras legales al comercio transnacional y evitando mayores cargas a las tiendas online españolas.

DERECHO DE DESISTIMIENTO, INFORMACIÓN SOBRE EL PRECIO Y PAGO CON TARJETA

EL ECONOMISTA.ES octubre 2013

Claves de la reforma de la ley del consumidor

• **Compras online: qué cambia con la nueva ley de consumo**

L.SALICRÚ | MADRID | 14/10/2013 | 11:14

Facebook 25 Twitter 65 LinkedIn 1 RSS 2

Temas relacionados: Consejo de Ministros, Legislación consumo, Gobierno de España, Consumidores, Salario, Consumo, Atención al cliente, Internet, Economía



Una persona consulta un teléfono móvil (ILLUSTR)

El pasado viernes el Consejo de Ministros aprobó el proyecto de ley para la defensa de los consumidores y usuarios, que busca adaptar una normativa europea de 2011 a la legislación española. La norma busca además dar respuesta al número de reclamaciones que realizan los consumidores que año tras año crecen. Así, en 2012 las asociaciones de consumidores presentaron más de 350.000 reclamaciones y de las 75.000 fueron presentadas a través de las Juntas Arbitrales de Consumo.

El texto busca reforzar la seguridad jurídica de consumidores y empresas, al mismo tiempo que quiere elevar la protección de los derechos de los consumidores y eliminar las

disparidades en la legislación europea de los contratos con consumidores. La ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ana Mato, explicó el pasado viernes que la reforma busca reforzar la protección jurídica de los consumidores para impulsar el comercio electrónico y las transacciones a distancia: "Si el usuario se siente seguro, no tendrá miedo a usar las nuevas tecnologías para hacer sus compras". agregó. Pero, ¿realmente va a suponer un cambio para los consumidores?

1. **Números 902:** El texto, que aún tiene que ser aprobado por el Congreso, obliga a que las líneas habilitadas por las empresas para comunicarse con sus clientes no tengan un precio superior al de la tarifa básica. Pero... ¿qué es una tarifa básica? Tradicionalmente las empresas suelen ofrecer un número de teléfono que comienza con el 902, que no entra en las tarifas planas que han puesto en el mercado las operadoras y que tienen un coste inicial para la persona que realiza la llamada de 9.102.000 euros por minuto, más 0.074000 de tarifa por minuto, según las tarifas de Movistar, más una tasa inicial de 0.1000 euros. En el caso de Vodafone, los 902 cuestan 0.40 euros por minuto, más 0.15 euros por establecimiento de llamada.

El texto presentado el pasado viernes no explica si esa tarifa básica estará incluida en las tarifas planas o no.

CINCODIAS.ES octubre 2013

EL ECONOMISTA.ES
Octubre 2013

CINCODIAS.ES
Octubre 2013

2013

“ (...) **adigital** destaca que estos resultados respaldan el potencial de un sector que puede convertirse en un dinamizador para la economía española ”

CINCO DÍAS marzo 2013

España factura 13.000 millones en comercio electrónico minorista

Solo Gran Bretaña, Alemania y Francia la superan en Europa

Los ingresos por la venta online de bienes y servicios crecieron en Europa un 19% en 2012, hasta los 371.800 millones, según **Eurostat**. España es el mayor mercado B2C del mundo, y España, la cuarta en Europa.

Panel de las ventas por internet en Europa en el año 2012

País	Clasificación por países
Gran Bretaña	1ª
Alemania	2ª
Francia	3ª
Italia	4ª
Países Bajos	5ª
Polonia	6ª
Portugal	7ª
República Checa	8ª
Eslovenia	9ª
Eslovaquia	10ª
Letonia	11ª
Lituania	12ª
Malta	13ª
Irlanda	14ª
Esuecía	15ª
Finlandia	16ª
Países Bajos	17ª
Polonia	18ª
Portugal	19ª
República Checa	20ª
Eslovenia	21ª
Eslovaquia	22ª
Letonia	23ª
Lituania	24ª
Malta	25ª
Irlanda	26ª
Esuecía	27ª
Finlandia	28ª

El comercio electrónico en España

El comercio electrónico en España creció un 19% en 2012, hasta los 13.000 millones de euros. España es el mayor mercado B2C del mundo, y España, la cuarta en Europa.

El comercio electrónico en España

El comercio electrónico en España creció un 19% en 2012, hasta los 13.000 millones de euros. España es el mayor mercado B2C del mundo, y España, la cuarta en Europa.

CINCO DÍAS mayo 2013

La patronal adigital considera insuficiente la ley de emprendedores es

Madrid, 8 Jul (EFE/COM) - La Asociación Española de Economía Digital (adigital) ha calificado el anteproyecto de ley de Apoyo al emprendedor y su internacionalización de limitado y ha dicho que obvia cuestiones de gran trascendencia para este colectivo.

En un comunicado publicado hoy, adigital, que agrupa a más de 500 empresas, valora el objetivo final del texto que busca conseguir un entorno empresarial favorable tanto para la creación de empresas como para el fomento del empleo, pero "puede suponer una oportunidad perdida".

Elena Gómez de Pozuelo, presidenta de adigital, afirma en la nota que el anteproyecto "en unos casos no acomete las medidas necesarias para el impulso del emprendimiento y los nuevos negocios en España y, en otros, las iniciativas que desarrolla no son lo bastante ambiciosas para lograr esos fines".

Para adigital es necesario ampliar la cuota de cotización inicial reducida para autónomos de cualquier edad y no restringirla a los menores de 30 años.

EXPANSIÓN.COM julio 2013

Economía/Empresas - Adigital considera "insuficiente" la ley de Emprendedores para el desarrollo de negocios digitales

MADRID, 8 (EUROPA PRESS)

La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) considera que el anteproyecto de Ley de Apoyo al Emprendedor y su Internacionalización es "limitado y obvia cuestiones de gran trascendencia" para el colectivo, por lo que ha reclamado al Gobierno que se realice una última ronda de consultas con representantes de distintas organizaciones profesionales y empresariales.

La presidenta de Adigital, Elena Gómez del Pozuelo, ha asegurado que la reforma "se queda sustancialmente corta y puede suponer una

ELECONOMISTA.ES julio 2013

La CEOE elige a Adigital para representar a las empresas españolas digitales en Europa

MADRID, 02 (EUROPA PRESS)

La CEOE ha elegido a la asociación española de la Economía Digital (Adigital) para representar los intereses de las empresas digitales españolas en los grupos de trabajo sobre la agenda digital europea y en materia de protección de datos de la patronal Business Europe, que agrupa a un total de 41 organizaciones de 35 países.

La participación de Adigital en los grupos de trabajo se materializará a través del director general de la organización, José Luis Zinnenmann, quien se encargará del ámbito relacionado con la Agenda Digital, mientras que para los temas específicos de protección de datos el encargado será el director de Asuntos Jurídicos de la entidad, Iñaki Urribe.

La asociación ha explicado que entre los objetivos de Business Europe destaca la apuesta por impulsar políticas orientadas a la creación de un mercado digital, que revitalice el mercado único, desarrolle la productividad y la innovación en todos los sectores y fomente la creación de empleo.

EXPANSIÓN.COM julio 2013

Adigital considera "insuficiente" la ley de Emprendedores para el desarrollo de negocios digitales

MADRID, 8 Jul. (EUROPA PRESS) -

La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) considera que el anteproyecto de Ley de Apoyo al Emprendedor y su Internacionalización es "limitado y obvia cuestiones de gran trascendencia" para el colectivo, por lo que ha reclamado al Gobierno que se realice una última ronda de consultas con representantes de distintas organizaciones profesionales y empresariales.

La presidenta de Adigital, Elena Gómez del Pozuelo, ha asegurado que la reforma "se queda sustancialmente corta y puede suponer una oportunidad perdida", puesto que "en algunos casos no acomete las medidas necesarias para el impulso del emprendimiento y los nuevos negocios, y las iniciativas que desarrolla no son lo bastante ambiciosas".

La asociación, que integra a más de 500 empresas, ha destacado que es necesario ampliar la cuota de cotización inicial reducida para autónomos a cualquier edad, y no restringirla al límite de los 30 años. Además, ha expresado que los incentivos fiscales son insuficientes y "hacen totalmente

EUROPA PRESS julio 2013

CINCO DÍAS
Mayo 2013

EXPANSIÓN.COM
Julio 2013

ELECONOMISTA.ES
Julio 2013

EXPANSIÓN.COM
Julio 2013

EUROPA PRESS
Julio 2013

2013



ECOMMERCE-NEWS.ES octubre 2013



ELECONOMISTA.ES octubre 2013



LA VANGUARDIA diciembre 2013

ECOMMERCE-NEWS.ES

Octubre 2013

ELECONOMISTA.ES

Octubre 2013

ELECONOMISTA.ES

Diciembre 2013

2013

“ No estamos viviendo una época de cambio, sino un cambio de época ”

ELENA GÓMEZ PARA EL DIARIO MONTAÑES enero 2014

Adigital pide retirada de la subida de impuestos a emprendedores y pymes

La Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) se ha mostrado contraria a las nuevas subidas de impuestos que el Gobierno ha introducido a través de Real Decreto-Ley 16/2013 de Medidas para favorecer la Contratación estable y mejorar la Empleabilidad de los trabajadores, de 20 de diciembre de 2013, que se produce "en un sábado vespertino de Navidad".

Adigital considera que esta norma "puede suponer un incremento medio de alrededor de dos puntos en las cotizaciones que pagan las empresas a la Seguridad Social, lo que traerá como consecuencia la pérdida del empleo y el incremento de la economía sumergida".

Subida de los autónomos
En este sentido, explican que "los autónomos se enfrentan a una subida del 2% de la base mínima de cotización a la Seguridad Social, de los 856,60 euros a los 875,70 euros, de manera que la cuota mínima mensual pasará de 256,72 a 261,83 euros".

Además, añaden, de "un aumento del 5% de la base máxima, de modo que los autónomos que elijan esta cotización pasarán a pagar de 3.425,70 a 3.597 euros".

Adigital recuerda que la Ley de Presupuestos Generales del Estado para 2014 incluye un aumento a las bases de cotización a la Seguridad Social, nivel que sirve de referencia para determinar la cuota que pagan los autónomos.

Asimismo, recoge una subida del 22% para los autónomos societarios y para aquellos con más de diez empleados, pasando la cuota mensual de 256,72 euros a 313,4 euros.

ELECONOMISTA.ES enero 2014

EL PAÍS ECONOMÍA

ESTÁ PASANDO Recibo de la luz Ejecutivos blindados Portugal sale del rescate

El futuro tiene nombre de mujer

La presión demográfica y la débil recuperación exigen una mayor participación laboral femenina

Editorial: Viejo problema, nuevo enfoque

ALICIA GONZÁLEZ | 12 ENERO 2014 - 00:00 CET

Archivado en: Productividad laboral Crecimiento demográfico Dinámica población Recesión económica

Día de la mujer Derechos mujer Coyuntura económica Empleo femenino Días mundiales Pensamiento

JAPAN AIRLINES

ELPAIS.ES enero 2014

«No estamos viviendo una época de cambio, sino un cambio de época»

Elena Gómez del Pozuelo Presidenta de la Asociación Española de Economía Digital

Emprendedoras en Internet. Llegó a la online, así una de las ponentes destacadas del Santander Social Weekend

El futuro tiene nombre de mujer. La presión demográfica y la débil recuperación exigen una mayor participación laboral femenina. Editorial: Viejo problema, nuevo enfoque.

Además, añaden, de "un aumento del 5% de la base máxima, de modo que los autónomos que elijan esta cotización pasarán a pagar de 3.425,70 a 3.597 euros".

Adigital recuerda que la Ley de Presupuestos Generales del Estado para 2014 incluye un aumento a las bases de cotización a la Seguridad Social, nivel que sirve de referencia para determinar la cuota que pagan los autónomos.

Asimismo, recoge una subida del 22% para los autónomos societarios y para aquellos con más de diez empleados, pasando la cuota mensual de 256,72 euros a 313,4 euros.

DIARIO MONTAÑES enero 2014

Cursos de economía digital para la rápida inserción de desempleados

Los alumnos que comienzan estos cursos consiguen un contrato de trabajo, en el primer trimestre de seis meses tras la finalización del programa, destaca José Luis Zimmerman, director general de Adigital.

Con esta iniciativa se persigue mejorar las posibilidades de inserción laboral de los demandantes de empleo, que se encuentran en el momento de un enorme crecimiento y en el que día a día surgen nuevas necesidades ante las vicisitudes del crecimiento emprendedor del sector digital.

Una vez concluido el período de entrenamiento el próximo mes de marzo, analizará las empresas que han mostrado interés al programa, para ofrecer a los alumnos más opciones de empleo.

Una vez concluido el período de entrenamiento el próximo mes de marzo, analizará las empresas que han mostrado interés al programa, para ofrecer a los alumnos más opciones de empleo.

que se tuvo en cuenta, puesto que en las personas tienen mayores dificultades de inserción en el mercado laboral. Pero también se analizarán las posibilidades reales de obtener empleo en esos seis meses de plazo, ya que esa es el objetivo principal del programa, y de ello depende en gran medida la consecución del mismo.

Los cursos prácticos -en modalidad presencial y online- iniciarán sus actividades desde una adaptación en los procesos de formación. Asimismo, contemplan prácticas de carácter estudiantil para ir ganando experiencia a la incorporación de los alumnos al mundo de los negocios.

El plan de formación se centra en áreas muy diversas de lo que hoy se conoce como el sector de la economía digital: desde el comercio electrónico al marketing digital, pasando por redes sociales, desarrollo de aplicaciones, gamificación, posicionamiento de Internet o marketing digital de empresas. «La idea -concreta al desarrollo- es proporcionar a los alumnos una formación más transversal que les permita aplicar a distintos sectores, independientemente del sector o de la industria en

ELECONOMISTA.ES

Enero 2014

ELPAIS.ES

Enero 2014

DIARIO MONTAÑES

Enero 2014

ABC

Enero 2014

2014

“ El consumidor es el mismo, aunque ahora está mucho mucho más informado, cuenta con más líneas de contacto directas con la marca y sobre todo, potentes simplificadores para hacerse escuchar ”

JOSÉ LUIS ZIMMERMANN PARA LA REVISTA FORBES marzo 2014



EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD

enero 2014



FORBES marzo 2014

EL PROGRAMA DE LA PUBLICIDAD

Enero 2013

FORBES

Marzo 2014



2014

SLR (Servicio de listas Robinson)

La Lista Robinson es un servicio de exclusión publicitaria a disposición de los consumidores que tiene como objetivo disminuir la publicidad que éstos reciben.

Cifras globales

Nº total de Ciudadanos 329.740

Canal Correo Postal 121.551

Canal Correo Electrónico 128.104

Canal Llamadas Telefónicas 263.834

Canal SMS/MMS: 129324

Páginas vistas 2.397.588 **+4%**

Visitas 329.740 **+5%**

adigital

- ▶ Inicio
- ▶ ¿Qué es?
- ▶ Reglamento
- ▶ Ciudadanos
 - Registro Web
 - Modificación Registro
 - Acceso al Servicio
 - Preguntas Frecuentes
- ▶ Entidades
 - Darse de Alta
 - Acceso al Servicio
 - Preguntas Frecuentes

LISTAS ROBINSON
DE EXCLUSIÓN PUBLICITARIA



El Servicio de Lista Robinson es un servicio de exclusión publicitaria gestionado por la Asociación Española de la Economía Digital, creado conforme a lo previsto en la normativa sobre Protección de Datos.

Este servicio se enmarca en el ámbito de la publicidad dirigida a nombre de una persona y a una dirección de correo postal, a una dirección de correo electrónico o a un número de teléfono concreto.

Ciudadanos *****

Cualquier persona puede inscribirse en el Servicio de Lista Robinson de forma gratuita. Para ello es necesario indicar, de acuerdo con lo señalado en el Reglamento del Servicio, el medio a través del cual no desea recibir publicidad de entidades con las cuales no mantenga ni haya mantenido algún tipo de relación.

Entidades *****

Las entidades deben consultar la Lista Robinson para no enviar comunicaciones comerciales a aquellas personas inscritas en el Servicio, cuando realicen acciones publicitarias dirigidas a personas que no sean sus clientes, socios, usuarios, etc.

adigital - Asociación Española de la Economía Digital
C/Muntaner, 92 Ptal 3º - 08011 Barcelona
info@listarobinson.es
CIF G41448504
Estadutos depositados en el Servicio de Depósitos de Estatutos del Ministerio de Trabajo

“ **adigital** trabaja intensamente para que las distintas normativas o legislación que afecta a las empresas asociadas sean favorables a su desarrollo ”

Colaboraciones

ACUERDOS ESTRATÉGICOS Y ACCIONES CONJUNTAS CON OTRAS ORGANIZACIONES

Durante este periodo, *adigital* ha llegado a acuerdos de colaboración con organizaciones empresariales, instituciones u otras entidades y colectivos que han tenido reflejo en los medios de comunicación a través de la difusión de notas de prensa o de acciones específicas con periodistas. Es el caso del acuerdo alcanzado con CEOE para el lanzamiento del primer Barómetro de Digitalización de la Empresa Española 2014 o el acuerdo de colaboración con la Coalición Pro Internet en el ámbito de la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual llevada a cabo por el Gobierno.

DEFENSA DE LOS INTERESES DEL SECTOR

Siguiendo con la experiencia de años anteriores, *adigital* trabaja intensamente para que las distintas normativas o legislación que afecta a las empresas asociadas sean favorables a su desarrollo. En este sentido, se han llevado a cabo distintas acciones en medios de comunicación que han servido como complemento y refuerzo a las realizadas en el ámbito de las relaciones institucionales y de lobby para asuntos de gran relevancia como la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual, la nueva legislación en defensa de los consumidores y usuarios, el decreto-ley aprobado por el

Gobierno con subidas de impuestos para emprendedores y pymes, la sentencia sobre el derecho al olvido o la posible regulación de plataformas de consumo colaborativo.

INFORMES SECTORIALES

Como asociación que agrupa a sectores de actividad económica muy diversos, *adigital* ha dado a conocer a través de los medios distintos estudios e informes como el III Informe de Medios de Pago Online 2013, el Informe Anual del Juego Online en España 2013, así como el Estudio de Sueldos y Salarios 2013 y el Estudio de Honorarios 2013.

“ Se consolida el constante crecimiento de ambas con un aumento del 20% de su comunidad de seguidores. ”

Redes Sociales

Uno de los pilares fundamentales de la comunicación online de *adigital* son las redes sociales.

Con miles de seguidores en Twitter y Facebook, la asociación usa estas plataformas para difundir sus propios contenidos y otros de interés del sector, así como interactuar con la gran mayoría de asociados y colaboradores, también presentes en ellas. Se consolida el constante crecimiento de ambas con un aumento del 20% de su comunidad de seguidores.

Twitter, especialmente, se ha consolidado como el principal medio social a través del cual *adigital* comparte a tiempo real todo lo que sucede en las actividades que organiza y participa. En este sentido, la asociación ha apostado por la plataforma de *storytelling* Storify para resumir en forma de *tweets* y fotos las misiones de su programa de internacionalización y congreso anual (European Ecommerce Conference).

Linkedin continúa siendo el principal espacio profesional de debate, mientras que Youtube, Slideshare y Flickr recogen todos los contenidos generados en la actividad de la asociación. En este sentido, destacan el aumento del volumen de contenidos gráficos y audiovisuales con una media del 40%.



RRSS	Seguidores	Seguidos	Crecimiento
Twitter	15.609	2.523	+20%
Facebook	3.591	-	+20%
Linkedin (grupo)	8.178	-	+10%
Linkedin (página)	1.140	-	+17%
Youtube	252	-	+57% (+15% contenidos)
Slideshare	363	-	+33%
Flickr	1048 (fotos)	-	+67% (contenidos)
Storify	139	-	-



facebook

adigital está en facebook.

500 empresas forman parte de adigital.

adigital 3,7 ★★★★★ (7 calificaciones)

Servicio empresarial - Organización

La Asociación Española de la Economía Digital, adigital, quiere aunar a empresas y entidades interesadas en el desarrollo de la economía digital para el beneficio y la defensa de sus intereses.

Ya están las inscripciones abiertas para asistir a la segunda edición de Internet Sensors, de la Cámara de Comercio y la experiencia!

Interact Simposium Marketing Digital | Asociación Española de la Economía Digital

La segunda Internet Sensors tendrá cabida el mundo 3.0 de la mano del Marketing Digital, gracias a esta iniciativa, las empresas pueden generar conversaciones directas e interactivas con sus...

adigital ha recomendado un enlace

¿Qué generación lidera las compras online?

La Generación X, líder de las compras online | Asociación Española de la Economía Digital

Un reciente estudio de Global Web Index analiza cuáles son los hábitos de compra online entre los diferentes grupos de edad durante el primer trimestre de este año. El estudio se centra en los países hispa...

adigital ha recomendado un enlace

El comercio electrónico europeo crece un 16% hasta los 363 mil millones en el 2013

Europa crece un 16% hasta los 363 mil millones en el 2013

El comercio electrónico europeo crece un 16% hasta los 363 mil millones en 2013 | Asociación...

Las últimas ventas de bienes y servicios B2C de comercio electrónico en Europa crecieron un 16,7%, alcanzando los 363,1 mil millones de euros en 2013. Desde de este año, la tienda de los 30 llegó en volumen...

adigital ha compartido un enlace

¿A Vilanova, Como Héro de Vilanova, Enrique Pizarro Hernández y 4 personas más les gusta esto.



LinkedIn (adigital)

Deberías | Permisos | Empresa | Buscar

Acerca del grupo Asociación Española de la Economía Digital (adigital)

La Asociación Española de la Economía Digital, adigital, es una organización sin ánimo de lucro comprometida y participativa activa en el desarrollo de la economía digital... más »

¿Tienes algo que decir? Te invitamos a LinkedIn gratis y participa en conversaciones. Cuando te vienes, podrás comentar y publicar los propios debates.

Acerca de este grupo

Creado: 3 de diciembre de 2009
Tipo: Grupo de networking
Miembros: 1.176
Subgrupos: 1
Presentador: adigital A.
Administradores: Elena G. y Gabriela E.
Sitio web: <http://www.adigital.org>

Conecta con co-workers

Learn more about who they are.

Add your position

Cómo decidir entre calidad o cantidad en una estrategia de marketing online

Trinidad E. Colaborador y CEO en El Amor de Madrid

Para cualquier empresa volumen y calidad, nos interesa tener en el sitio de cliente que permitamos para la empresa y al mismo de clientes en función de su aportación a este valor.

http://www.icanal.org.com/2014/06/15/customer-equity-estrategia-marketing-online/

Synopsis: Representación a Internetadigital.com The first character indicates the file type and is not related to permissions. The remaining nine characters are in three sets, each representing a class of permissions as three characters. The first set represents the user class. The second set...

Recomendado [1] Conectar [2] Seguir [3] Más... Elena R. recomienda esto

Elena R. Me parece que el trabajo en el ciclo de vida del cliente es fundamental y para día es necesario trabajar los datos de los clientes canales.

Trinidad E. Mucha gracia Elena! Hace 10 horas

The Overlapping Alternatives for Marketing Data Integration, Discovery, Delivery...

Sergio H. CEO at Sweepnet Intelligence and Founder/OF Counsel at Divisadero

Integration, Discovery, Delivery, Insight Management

www.stroff.com

I was recently covering the importance of building your very own marketing technology ecosystem. Being in a varied collection of software solutions that every one of us should be able to align with is our key power reason and marketing strategy 1.

Recomendado [1] Conectar [2] Seguir [3] Más... Javier C. recomienda esto

Muchas de las tiendas online que quieren cumplir en condiciones con la nueva ley no van a tener otra opción que sacar la cartera...

Al Borealis S. Directora Ejecutiva | Director/Co-Generates / B2B Expert CRM/OFF

¿Cómo afecta la nueva ley de defensa de los consumidores a las... internet.com

A continuación repasamos los puntos principales de la nueva ley nacional de defensa de los derechos de los consumidores que afectan directamente a las tiendas...

Recomendado [1] Conectar [2] Seguir [3] Más... Elena R. recomienda esto



LinkedIn

Únete a LinkedIn y averigua cómo estás conectado a adigital. Es gratis.

Obtén información detallada sobre la red en miles de empresas.

adigital

La Asociación Española de la Economía Digital, adigital, es una organización sin ánimo de lucro comprometida y participativa activa de la que hoy son una de las sectores más importantes de la economía: el comercio electrónico, el marketing directo e interactivo y las nuevas tecnologías.

Con más de 500... más

Find your next opportunity

Update your profile

Actualizaciones recientes

adigital

adigital organiza dos jornadas para analizar las ventajas del... adigital.org

La Asociación de Agencias Digitales (A2D) y la Asociación Española de la Economía Digital (adigital) organizan dos jornadas con el objetivo de profundizar en el CRM Social así como conocer las ventajas que supone para la empresa y cómo se aplican...

Hace 8 minutos

adigital

El potencial económico del consumo colaborativo... adigital.org

La edición digital de El País de Economía de Cataluña ha publicado una entrevista con el profesor de la Universidad de la Economía Digital, sobre el fenómeno del consumo colaborativo, ahora en pleno auge con lo...

Hace 27 horas

adigital

Zimmermann explica el fenómeno del showponing y cómo opera... adigital.org

showponing - José Luis Zimmermann, director general de la Asociación Española de la Economía Digital (adigital), ha declarado en una entrevista para iProf que combatir la buena feuca y la orden es la mejor opción que tienen las empresas para luchar contra...

Hace 22 horas

adigital

adigital analiza las claves para desarrollar una buena estrategia móvil... adigital.org

La jornada, celebrada ayer en colaboración con Google, contó con expertos en estrategias empresariales en un entorno de movilidad. La Asociación Española de la Economía Digital, en colaboración con Google, celebró ayer una jornada en la que analizó...

Hace 4 días

adigital

adigital celebra, 1 de julio, el primer día de la jornada sobre Social CRM "Conectando con el cliente social" | Principales asistentes

Social CRM: Conectando con el cliente social - ed. Bcn | Asociación... adigital.org

Hace 11 días

adigital

adigital celebra sobre Social CRM el primer día de junio en Madrid. ¿Os esperamos junto a Agencias Digitales?

Social CRM: Conectando con el cliente social - ed. MADRID | Asociación... adigital.org

Hace 11 días



Storify *by href="http://www.adigital.org" data-bbox="128 158 185 172">adigital_org*

adigital adigital_org **23 stories** **139 followers** **42 following**

Barcelona - Madrid
<http://www.adigital.org>
 @adigital_org

La Asociación Española de la Economía Digital ayuda a tu empresa a participar en la #economíadigital. Son más de 500 los #sociosdigital

Spain Tech Week 2014 **570 views**
 a month ago

Misión Digital a Dublin (8 y 9 de abril de 2014) **339 views**
 2 months ago

#DigitalPayments14 **0 views**

207 fotos y vídeos

No te pierdas ninguna actualización de adigital

Nombre completo:

Cambio electrónico:

Contraseña:

Regístrate en Twitter

Tendencias Globales - Cambiar

#IndonesiaJemberAley
 #beranimandinu_ADALAHWITA
 #TheRevelation
 #YouAreIllarkit



adigital *by href="http://www.adigital.org" data-bbox="543 155 600 169">adigital_org*

Asociación Española de la Economía Digital

Barcelona - Madrid
 Se unió en noviembre de 2008

207 fotos y vídeos

8,445 Tweets **207** Fotos/Videos **2,523** Seguimientos **15,6K** Seguidores **Más**

Seguir

Tweets Tweets y respuestas

adigital @adigital_org · 2 min
 Ya puedes inscribirte a la segunda edición de Interact Sessions de la Cámara de Madrid, el 23 de junio ow.ly/yaoqz Marketing 2.0

Remetido por adigital
 Nurun Spain @Nurun_ES · 22 min
 ¿El entrega de un servicio se debe ajustar a las necesidades del usuario? O a las conveniencias del distribuidor? @soy_DAF en @adigital_org

Remetido por adigital
 Genetisis @genetisis · 40 min
 El 25 de junio estaremos en la jornada #ADSocialCRM de @adigital_org bit.ly/1kFBn6K ¡Te esperamos!

adigital @adigital_org · 43 min
 No olvidéis que hoy celebramos nuestro #DigitalTrack: Vete pensando en digitalizarlo, en Madrid ow.ly/yahm #adigitalFormacion

Remetido por adigital
 Nurun Spain @Nurun_ES · 51 min
 A punto de comenzar el Digital Track con @soy_DAF para @adigital_org con "vete pensando en digitalizarlo" en el Centro Cultural Galileo

adigital @adigital_org · 1h
 Os recordamos que hoy es nuestro #Workshop de #UsabilidadWeb en BCN ¡Os esperamos! ow.ly/yahat #adigitalFormacion

Asociaciones Adheridas

4

Asociación de Agencias Digitales



La Asociación de Agencias Digitales agrupa a todas aquellas agencias de marketing y comunicación en las que el entorno digital se encuentra en el centro de su organización y servicios y que entienden la comunicación desde una visión integral. Hoy somos 33 agencias.

En septiembre de 2013, se celebraron elecciones a la presidencia de AD, desde las que el nuevo presidente es Juan Luis Polo, Director General Corporativo de Territorio Creativo. *La junta directiva está compuesta por:*

OGILVYONE WORLDWIDE - Jorge Santacana

PROXIMITY - Joaquim Ramis

ALTERNATIBA - Eduardo Berrocal

CARROTS - Ángel G. Vila

DDB - Javier Urbaneja

WUNDERMAN - Oscar Orellana

MRM - Marina Specht

NURUN - Sebastian Cavanagh

LEO BURNETT - Sergio Martínez

SOCIAL NOISE - Dulce Heredia

ESTUDIO DE HONORARIOS Y SALARIOS:

La quinta edición de ambos estudios ofrecen un benchmark útil tanto a agencias como a anunciantes para contrastar adecuadamente el valor de los servicios ofrecidos por las Agencias Digitales en España y suponen una herramienta esencial para mejorar la gestión de las agencias en términos de competitividad, política de precios y servicios.

ACUERDO ADIGITAL / AD / IED

Ad alcanzó un acuerdo con el Instituto Europeo de Diseño de colaboración a través del cual el IED cede espacios para albergar jornadas y eventos de AD y de *adigital* que tengan un componente de creatividad e innovación.

JORNADAS AD

17 febrero, Desayuno Asociados AD, Barcelona

19 febrero, Desayuno Asociados AD, Madrid

11 marzo, Marketing de influencia, Madrid

18 marzo, Marketing de influencia, Barcelona

9 abril, Agencias Digitales: acompañando a las marcas al espacio digital (OmExpo)

25 junio, Social CRM, Madrid

1 julio, Social CRM, Barcelona

REDES SOCIALES



twitter
[@ag_digitales](https://twitter.com/ag_digitales)



facebook
<https://www.facebook.com/AgenciasDigitales>



youTube
<https://www.youtube.com/user/agenciasdigitales>



flickr
www.flickr.com/agenciasdigitales



Asociación de Contact Center Española

ASOCIACIÓN DE CONTACT CENTER ESPAÑOLA

La Asociación de Contact Center Española (ACE) es una entidad sin ánimo de lucro que se constituye en 1989 con el objetivo de potenciar el sector como motor de la economía, velar por la calidad de los servicios apostando por la profesionalización de la atención al cliente, y supervisar el cumplimiento de los principios reguladores. En la actualidad, representa a 21 empresas que mueven el 85% de la facturación global y generan más de 70.000 puestos de trabajo.

ACE es sinónimo de calidad y garantiza la gestión profesional de la experiencia de los clientes con las empresas.

INFORME DE ACTIVIDADES 2013-2014

IMAGEN DE SECTOR

En este ejercicio ACE ha decidido apostar firmemente por la Comunicación con el fin de poner en valor la imagen del sector. Para ello, se contrata los servicios profesionales de Inforpress, consultora de Comunicación y Relaciones Públicas.

La labor desarrollada por ACE en materia de comunicación tiene como objetivo principal proyectar al mercado el valor del Customer Experience que las empresas agrupadas en la misma prestan como gestión profesional de la atención al cliente. Esta actuación se materializa en la identificación de oportunidades informativas, la transmisión de mensajes clave y la respuesta a las necesidades informativas de los medios de comunicación. Ello contribuye a incrementar la notoriedad de este sector, destacando su peso en la economía española como generador de riqueza y empleo, la cualificación y desarrollo de su equipo humano y una sólida apuesta por la calidad y la innovación tecnológica.

Esta apuesta ha dado como fruto una amplia cobertura en los medios, enumerando a continuación alguna de las más destacadas:

- > Los portavoces de ACE en la Junta Directiva se reúnen con los principales medios de comunicación con el fin de posicionar a la Asociación como referente del sector en España, bajo los pilares de: generador de riqueza, calidad y customer experience. Los medios que han participado en este encuentro son: Expansión, Cinco Días, El Economista, Relación Cliente + Call Center Mag, Contact Center, Agencia Efe y Europa Press.
- > Entrevista sobre el sector en la revista Contact Center.
- > ACE lanza una nota de prensa sobre las claves para conseguir una gestión de Customer Experience de calidad según la



Asociación de Contact Center Española.

- > El programa de TVE2 “Aquí hay trabajo” realizó un reportaje sobre la profesión de agente de Contact Center.
- > Gestiona Radio entrevista a Isabel Sánchez-Lozano.
- > Artículo para Europa Press titulado *Un sector con futuro para todos*.
- > Entrevista realizada a Isabel Sánchez-Lozano en Dossier Empresarial.
- > Con motivo del Día Internacional de la Mujer, ACE difunde una nota de prensa a modo de radiografía del sector, resaltando el papel de la mujer en los Contact Centers.
- > Diario Sur de Málaga publica un reportaje titulado *Los Contact Centers se expanden a través de la red*.
- > Entrevista realizada a Isabel Sánchez-Lozano en El Economista.
- > Entrevista en el magacín informativo matinal de Aragón Radio de Carlos Marina, miembro de la Junta.
- > Entrevista a Isabel Sánchez-Lozano en el programa de radio Capital Intereconomía, en “Los desayunos de Capital”.
- > Cinco Días publica un artículo sobre recobro amistoso en colaboración con ACE.

RELACIONES INSTITUCIONALES

La labor institucional que se comenzó a desarrollar durante el ejercicio anterior se ha intensificado, si cabe, todavía más. Con el apoyo de la AEERC en muchas ocasiones ACE ha mantenido reuniones con:

D. Jesús Terciado, Presidente de CEPYME.

Para tratar la morosidad y plazos de pago en el sector.

Dña. Engracia Hidalgo, Secretaria de Estado de Empleo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Se le solicita reducción del IVA y mejoras en SS.

D. Juan Luis Gimeno y D. Beltrán de la Torre, asesores de la Ministra de Trabajo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Se les presentó la actividad del Contact Center, la situación actual y se plantearon retos y oportunidades.

Dña. María Fernández Pérez, Directora de Departamento de la Oficina Económica del Presidente Rajoy y D. Ángel Jurado, asesor de la Oficina Económica del Presidente.

Con el fin de solicitar mayor flexibilidad en el empleo y mejoras en la reforma laboral.

D. Jorge Travesedo, Director Territorial de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social de la Comunidad de Madrid.

Se le describe los problemas de intrusismo de nuestra industria.



“ El aumento del empleo en 2013 es un claro ejemplo de la salud de nuestro sector ”

ISABEL SÁNCHEZ-LOZANO Presidenta de ACE

Dña. Carmen Perete, abogada de bufete Ashurst y especialista en Defensa de la Competencia.

Con el fin de valorar acciones a acometer frente a la enorme competencia desleal que existe hoy en día en el sector del Contact Center a través de la defensa de la competencia.

En relación con la Ley General para Defensa Consumidores y Usuarios, innumerables han sido las gestiones y reuniones realizadas:

- > Senado, con Dña. Carmen Riobos
- > Dirección Gral. de Comercio (Ministerio de Economía y Competitividad)
- > Dirección Gral. de Telecomunicaciones (Ministerio de Industria, Energía y Turismo)
- > Dirección Gral. de Servicios de la Sociedad de la Información (Ministerio de Industria, Energía, Turismo)
- > Instituto Nacional de Consumo (Ministerio de Sanidad)
- > Telefónica
- > Reunión con Asociaciones de Consumidores y Consejo Nacional de Consumidores (Dña. Francisca Sauquillo (Presidenta), Alejandro Perales (asesor), José Antonio Cano (Coordinador) y CECU.

ESTUDIO SECTORIAL

El informe de sector elaborado por ACE anualmente es un estudio afianzado que facilita los únicos datos existentes en Contact Center y que analiza la evolución y situación actual del sector en los mercados español y latinoamericano.

Este Informe desvela las claves de la evolución y la importancia para la economía de este sector en España y fuera de nuestro país. Se trata, así, de una actividad profesional que en los últimos años se ha convertido en el aliado estratégico de aquellas compañías que quieren ofrecer una atención personalizada a sus clientes como sello diferencial.

La facturación en España de las 21 empresas pertenecientes a ACE ha sido en 2013 de 1.467,86 millones de euros (un 4% más que en 2012) en España y emplean a cerca de 67.000 personas. Si consideramos el volumen de negocio global del sector dentro y fuera de España, este asciende a 1.712,05 millones de euros.

Según señala Isabel Sánchez-Lozano, presidenta de ACE “El aumento del empleo en 2013 es un claro ejemplo de la salud de nuestro sector. Hoy las empresas no pueden desatender a sus clientes y cuidan cada día más la experiencia global que le ofrecen. Desde la Asociación trabajamos día a día para potenciar la gestión



integral de una avanzada gama de servicios profesionales”, señala.

Este sector representa una salida profesional para algunos de los colectivos sociales más desfavorecidos (mujeres: 74%, jóvenes: 53% y personas con alguna discapacidad: 2,37%). El perfil medio del profesional que atiende los Contact Center en España es el de una mujer de entre 26 y 35 años con estudios secundarios, y un 35% de los empleados tiene estudios universitarios.

Todas las empresas adscritas a ACE están sujetas al cumplimiento de una serie de normativas en material laboral y de RRHH, lo que redundará en una mayor calidad para los clientes y un compromiso con la sociedad en términos de empleo estable y de calidad. Como en años anteriores, los niveles de rotación y absentismo se mantienen en mínimos históricos.

Por sectores de actividad, los que más apuestan por los servicios de Centros de Atención al Cliente son Telecomunicaciones (representado con un 44%), seguido de Administración Pública (13%) y Banca y Servicios Financieros (un 9%).

La principal actividad se centra en labores de Atención al Cliente (57%), seguido de las de Venta (20%) y Soporte Técnico (6%) y Backoffice (6%).

El 90% de las empresas asociadas tiene el certificado ISO 9001 y el 33% el ISO 14000. Estas empresas mantienen asimismo la apuesta por la formación continua a sus empleados. En 2013, se impartieron más de dos millones de horas en formación (un 1,4% más).

CONVENIO COLECTIVO

La relación entre los firmantes del Convenio se ha traducido en este ejercicio en un acercamiento, a través de un Observatorio sectorial, con el fin de estudiar y debatir todas aquellas cuestiones o materias de interés para el sector de Contact Center.

Comisión Paritaria de Interpretación

Con una asiduidad mensual, ACE, CCOO y UGT se reúnen con el fin de resolver todas las consultas dirigidas a la Comisión Paritaria de Interpretación del V Convenio Colectivo.

Comisión Paritaria de Formación

La Comisión Paritaria formada por los sindicatos firmantes del Convenio y ACE se reúnen asiduamente para resolver mediaciones y establecer las bases de los futuros contratos programa.

ASESORÍA JURÍDICA Y LABORAL

Un año más, ACE y el Despacho Sagardoy mantiene su acuerdo en materia jurídico-laboral, por el cual todas las dudas y consultas laborales, relacionadas con el Convenio Colectivo y su interpretación, que pueden surgir a las empresas asociadas se resuelven a través del Despacho Sagardoy a través de un contacto fluido de consultas, emisión de notas legales u opiniones dictámenes, y consejos legales.

Asimismo, el Despacho Sagardoy asiste a la Asociación frente a cualquier mediación del SIMA y le asiste en pleitos y procedimientos de impugnación por conflictos colectivos.

FORMACIÓN ACE

Un nuevo ciclo se ha iniciado en la asociación en materia de formación al no ser concedida la subvención por parte de la Fundación Tripartita. Una amplia propuesta formativa con jornadas gratuitas para los asociados, y talleres formativos a coste 0 y bonificables por la SS se ha desarrollado a lo largo de este último ejercicio:

- > Jornada: “Gestión de Equipos Discovery Insights”

- > Jornada: “Nociones Básicas de Coaching para Mandos Intermedios”
- > Jornada: “El sistema de bonificaciones en la empresa y la Escuela de Formación ACE”
- > Diferentes talleres de Acciones Formativas a medida de las empresas asociadas

DIVULGACIÓN

ACE ha organizado durante este año varios encuentros y jornadas con el fin de informar a los asociados de todas las novedades jurídicas, formativas, así como de los cambios relacionados con el sector:

- > Jornada Laboral: Aplicación de la Reforma Laboral en nuestro sector: claves prácticas
- > Jornada sobre Customer Experience: clave a la hora captar nuevos clientes, retener los existentes e incrementar la rentabilidad de todos ellos.
- > Jornada Legal: La nueva normativa de la relación con tus clientes, con la participación de Mr. Gösta Petri, de la Comisión Europea.
- > Jornada de Formación Dual: La formación dual y sus

Si no visualizas correctamente este e-mail, haz click [aquí](#)

ACE
ASOCIACIÓN DE CONTACT CENTER ESPAÑOLA

**JORNADA FORMACIÓN
COACHING**
8 de mayo 2014
Madrid

Desde ACE continuamos con las jornadas de formación, en colaboración con Hedima, y la próxima será el día 8 de mayo de 2014 con: **Nociones Básicas de Coaching para Mandos Intermedios.**

- En el programa encontrarás toda la información de dicha jornada.
- Recuerda que las plazas son limitadas y el plazo de inscripción es el 30 de abril.
- Es una jornada de interés para **MANDOS INTERMEDIOS.**

Fecha	Jueves, 8 de mayo. De 9 a 14 horas
Lugar	CENTRO PARA EL DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN Y ALTO RENDIMIENTO (Pl. Carlos Trias Beltrán, 7. Edificio Solbale, planta 0. Madrid)
Modalidad	Esta jornada será de 5 horas presenciales
Inscripciones	Enviar un email a: buxeo@hedima.es

Ana Buxó
Secretaría General ACE

Asociación de Contact Center Española
www.ace.digital.org ace@digital.org

Barcelona:
C/ Mustaner, 91, Pta. 3ª - 08011
Barcelona
Tel.: 93.242.48.70

EUROPEA

El contenido de este correo electrónico y sus anexos son estrictamente confidenciales. En caso que no seas el destinatario y hayas recibido este mensaje por error, agradecemos que lo notifiques inmediatamente al remitente, con el fin de cancelar o retirar su contenido.

Manejado enviado a través de

cabestan
CORREO ELECTRÓNICO

importantes ventajas, principalmente en costes.

- > Jornada Legal: La Ley de Consumidores en Contact Center.
- > Jornada Laboral: Perspectivas actuales en el mercado laboral tras las últimas reformas laborales.

Asimismo, ha colaborado con los siguientes eventos de nuestro sector:

- > Relación Cliente + Call Center organizado por IFAES
- > Colaborador en Expocontact 2014, organizado por Konecta.
- > VII Congreso Ecofin

NEWSLETTER

ACE consolida la comunicación con sus asociados a través de una newsletter mensual, dirigido a los asociados, detallando las reuniones de las comisiones y órganos internos, novedades que de ellas se deriven, y cualquier otro tema de interés.

ACUERDO CON CEPYME

ACE y CEPYME llegan a un acuerdo de colaboración en el ámbito de la lucha contra la morosidad de las operaciones comerciales. ACE realiza encuestas entre las PYMES y empresarios autónomos sobre la situación y perspectivas de la morosidad en las operaciones comerciales, a fin de que CEPYME pueda llevar a cabo un estudio de investigación de la morosidad en el tejido de la PYME a nivel nacional como complemento del Monitor Cepyme de Morosidad Empresarial que publican trimestralmente.

JUNTA DIRECTIVA

Presidenta: Isabel Sánchez-Lozano de TRANSCOM

Vicepresidente: Iñigo Arribalzaga de ARVATO

Vocales: Gonzalo Gómez de ATENTO

Jesús Vidal Barrio de KONECTA

Alejandro Fernández de SERTEL

Esmeralda Mingo de SITEL

Carlos Marina de TELEPERFORMANCE

Víctor González de UNISONO

Luis del Olmo de UNITONO

Secretaria General: Ana Buxó



Jdigital

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE JUEGO DIGITAL

Jdigital es una asociación sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es velar por los intereses de la industria del juego online en España, ya sean usuarios o empresas proveedoras de juego. En este sentido, Jdigital enfoca su trabajo en la consecución de una regulación positiva competitiva que permita desarrollar un mercado abierto, seguro y acorde con la actividad del comercio electrónico e internet.

Desde su constitución en febrero de 2012, la Asociación Española de Juego Digital en España, su interés es dotar a los asociados de una amplia gama de servicios y, a su vez, como verdadera declaración de principios, para lograr el reconocimiento del juego online como una actividad de peso en la economía digital.

La asociación cuenta con una amplia lista de miembros que ya suman cerca de 40 asociados, quienes participan activamente en todas las iniciativas impulsadas por la asociación.

INFORME DE ACTIVIDADES 2013-2014

A continuación relacionamos un resumen de todas las actividades desarrolladas por Jdigital a lo largo del año:

ACTIVIDAD INSTITUCIONAL

La Asociación ha desarrollado una intensa actividad institucional con aquellos actores públicos y privados que estén vinculados al sector del juego y de la economía digital en España. Dicha actividad se ha realizado en los siguientes niveles:

- a) **Dirección General de Ordenación del Juego:** Una adecuada y continua interlocución pública con la DGOJ basada en la aportación de información y reuniones periódicas.
- b) **Otros organismos públicos:** Interlocución con aquellos organismos públicos vinculados al sector del juego digital, entre otros:
 - > Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas; Dirección General Ordenación del Juego, Dirección General de Tributos.
 - > Ministerio de Industria; SETSI, ONTSI, RED.ES.
 - > Ministerio de Salud; Secretaría General de Sanidad y

JUNTA DIRECTIVA

Presidente

Sacha Michaud - *Betfair*

Vicepresidentes

Carlos Blanco - *Akamon*

Cristina García - *Zitro*

Vocales

Heliodoro Giner

Asociación Española de Casinos de Juego

Simón Muñoz - *Educapoker*

Luis Hernández - *Eurojuego Star*

Aurora Merino - *GLI*

María González - *Paysafecard*

Pedro Extremera - *Playtech*

María Rosa Rotondo - *Political Intelligence*

Sacha Michaud - *Betfair*

Portavoz

Miguel Ferrer - *TELAM*

STAFF

Ana Buxó

Secretaria General

Gemma del Arco

Área Interactiva y Redes Sociales

Consumo, Consejo Consumidores y Usuarios, Instituto Nacional de Consumo.

- > Ministerio de Cultura, Educación y Deporte; Consejo Superior de Deportes
- > Comunidades Autónomas.
- > Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia para tratar cuestiones en materia de publicidad
- > Comisión de Expertos para la Reforma Fiscal
- > Partidos Políticos.
 - Con el Grupo Socialista en el Congreso para tratar cuestiones relacionadas con el juego responsable y fiscalidad de los jugadores.
 - Con el Grupo Popular en materia fiscal
 - Con UPyD para tratar temas relacionados con la publicidad de juego

C) **Sector privado:** Interlocución activa con otras asociaciones sectoriales del juego, CEOE, *adigital*, Autocontrol, Fejar... para la consecución de objetivos comunes.

INICIATIVAS EN MATERIA DE REGULACIÓN

Desde Jdigital se viene trabajando en los últimos meses en importantes cuestiones normativas que afectan al sector:

Una menor presión fiscal: Junto con los impuestos generales que se aplican a todas las empresas, los operadores de juego están sometidos a un impuesto especial muy gravoso. Además, hay que destacar que los usuarios tributan por sus ganancias a diferencia de lo que ocurre en otros países europeos.

Regulación de nuevos productos de juegos y apuestas: Autorización de juegos y apuestas con éxito comercial que eran ofrecidos en España antes de la aprobación de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego.

Liquidez internacional: Permitir que los operadores licenciados en España puedan integrar la liquidez que aportan jugadores internacionales en su oferta de juegos y apuestas, especialmente en el ámbito del póquer online, donde los jugadores tradicionalmente buscan jugar con usuarios de todo el mundo y buscan liquidez para lograr mejores premios.

Actualidad Jurídica **digital**

Más a través de

Hacer unas sesiones de información sobre la iniciativa de la DGGJ en aprobar un Real Decreto en materia de actividades publicitarias y de juego responsable.

Os recordamos las líneas generales de los temas que queremos abordar:

- Desarrollo artículos 7 y 8 de la Ley 13/2011 relacionados con la publicidad.
- Interés de que el RD se aplique a todas las actividades a las que es de aplicación de la Ley 13/2011, incluyendo actividad de SLLAJ y SMLL.
- Prohibe revisión de la publicidad y patrocinios dentro de horarios protegidos. Evaluación de aquellos actividades con un régimen especial de horarios, días y espacios en vivo, considerando posibles casos de cross selling.
- Posible limitación de la participación en la publicidad de personajes con notoriedad pública.
- Integrar en la norma las diversas políticas de juego responsable y generación normativa de las medidas exigidas por la DGGJ y el Consejo Asesor de Juego Responsable. Estado de medidas para reforzar posiciones de los jugadores.

Dada la importancia de este tipo de actividades en nuestro sector, desde Jdigital vamos a elaborar un documento de alegaciones para enviar a la DGGJ, las medidas fiscales en aquellos puntos que puedan impactar en las actividades publicitarias de las empresas, especialmente cualquier posible limitación de las

Asimismo, la Asociación, con la participación de sus socios, ha elaborado diferentes enmiendas:

- > Para la modificación de la Ley de Juego
- > Alegaciones de Jdigital a la DGOJ en regulación de las Máquinas de Azar y sobre Apuestas Cruzadas
- > Alegaciones sobre el proyecto de Real Decreto en materia de publicidad y juego responsable

INFORMES Y ESTUDIOS

INFORME FISCAL

Con la colaboración de Deloitte, Jdigital realizó el “Informe sobre la fiscalidad del juego online”. Un informe que destaca la excesiva presión fiscal que afecta al sector del juego “online” con respecto a otros sectores y jurisdicciones de nuestro entorno y que propone medidas que evitarían la desaparición o “huida” de los operadores de nuestro país, por inviabilidad y falta de competitividad derivadas de la excesiva presión fiscal. Además, este documento es una comparativa entre la tributación española y la de otras jurisdicciones de nuestro entorno.

INFORME ANUAL

El Informe Anual de Juego Online en España recoge los datos del sector correspondientes a 2013 y que revela, como una de las principales conclusiones, el estancamiento del mercado. A pesar de que el juego online sigue siendo uno de los segmentos preponderantes dentro de las actividades de comercio electrónico, ha bajado su porcentaje de negocio respecto a los datos publicados en el informe del año pasado.

Conviene destacar en este sentido que en contra de lo que ocurre en otros mercados no regulados, donde se constata un importante crecimiento en los primeros años posteriores a la regulación, en España no se está produciendo ese aumento por varias razones: la falta de flexibilidad en la oferta que proporcionan los operadores; la elevada carga fiscal hace que muy pocas empresas sean rentables y puedan invertir en el mercado español; y finalmente, la difícil situación económica que afecta al gasto en actividades de ocio por parte de los españoles.

Otra de las principales conclusiones del informe tiene que ver con la inversión publicitaria. 2013 ha sido el primer año completo en cuanto a inversión en comunicaciones comerciales y marketing del sector, pues desde la regulación del mercado solo empresas licenciadas pueden realizar campañas publicitarias según la





normativa sobre juego y publicidad. La inversión publicitaria el pasado año alcanzó los 140 millones de euros, lo que supone un ligero aumento con respecto a 2012 de un 12%. Ese incremento se debe principalmente a la publicidad directa vinculada a los medios de comunicación (TV, radio, prensa e Internet). En cambio, la inversión de patrocinios cayó cerca de un 40%, sobre todo en patrocinios deportivos.

WHITE-PAPER

Este documento se actualiza regularmente y que recoge los siguientes temas:

- > Ley de Publicidad
- > Código Autorregulación propio
- > Liquidez Internacional
- > Límite de depósito
- > Otros juegos
- > Social Gaming
- > Eventos y Jornadas

PREMIOS EGAMING.ES

El 27 de febrero Jdigital celebró con gran éxito la gala de los I Premios eGaming.es en la sala El Sol de Madrid.

Los Premios eGaming.es son un reconocimiento a todas aquellas entidades vinculadas con el sector de juego digital en España. Organizados en diferentes categorías se tienen consideración los nuevos proyectos, la labor empresarial realizada y, en general, todas aquellas actuaciones que hayan contribuido a la dinamización y mejora de la imagen del sector.

El juego digital en España es uno de los segmentos con mayor crecimiento del ecommerce ayudando al impulso y desarrollo de la economía digital en España.

Nacen estos galardones, por tanto, con el objetivo de reconocer a las empresas y personas que apuestan por sectores como el gambling y el gaming.

Sacha Michaud, presidente de Jdigital, fue el encargado de presentar el evento en el que se pudieron ver caras muy representativas del sector. En total, unas 140 personas disfrutaron de la gala, entre ellos, el director de la Dirección General de Ordenación del Juego, Carlos Hernández.



Y tuvo protagonismo el director, ya que Sacha Michaud, después de preguntar a todas las empresas con licencia en España, le hizo llegar cuáles eran las principales preocupaciones para 2014. Primando, por encima de todas, la petición de que la autorización de nuevos productos se hiciera con más ligereza y que la regulación correspondiente se estatuyera de manera rápida y flexible.

Se valora muy positivamente el desarrollo de la ceremonia ya que hubo muy buen ambiente y se vio a la gente contenta y motivada. La gala fue amena, divertida y, en absoluto, encorsetada. Con discursos cortos, solemnidad y también momentos para esbozar un sonrisa, como el vídeo que envió, para agradecer su premio, la mejor jugadora española de poker de la historia, Leo Margets, que no pudo asistir a la gala.

La lista completa de galardonados es la siguiente:

- > **Bet365**: mejor operador del mercado español.
- > **King**: mejor empresa de social gaming.
- > **Pokerstars**: mejor producto.
- > **Campaña “Las emociones” de William Hill**: mejor campaña de marketing, publicidad online o anuncio de televisión.
- > **Apuesta10.com**: mejor web de información de apuestas y poker.

- > **Poker Red**: mejor medio especializado.
- > **Leo Margets**: mejor embajador del sector.
- > **888**: empresa revelación en el sector del juego digital.
- > **Playtech**: mejor proveedor.
- > **Asensí Abogados**: mejor proveedor de servicios.

Participación de Jdigital en los principales foros del sector en España:

- > **EIG**: Congreso y Expo
- > 3era edición del Programa Avanzado “El Sector del Juego”, organizado por el Instituto de Empresa
- > **ANESAR** celebró su Congreso de Salones con ponentes de Jdigital
- > **FIDE** en el seminario sobre deporte “Integridad en el deporte”
- > **Feria Internacional del Juego FER INTERAZAR 2014**
- > **Empresas asociadas a Jdigital nominadas a los EGR Operator Marketing & Innovation Awards**



COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación de Jdigital es un elemento clave para cumplir sus objetivos y minorar potenciales campañas negativas que afecten al sector, así como para potenciar la vinculación del juego online con la economía digital y el comercio electrónico. Para ello, se articula –de la mano de *adigital*– una estrategia de comunicación veraz y con adecuada difusión tanto de forma periódica (vía informes sobre el sector o newsletters) como en aquellos momentos que por razones de actualidad (ej. Casos de fraude en el deporte, blanqueo de capitales...) se exija una respuesta contundente desde el sector.

Se destacan las siguientes vías de actuación y canales:

- > Notas de Prensa, Artículos de Opinión, Entrevistas realizadas:
 - Jdigital en El País
 - Declaraciones de Miguel Ferrer en relación al “Día sin juego”
 - Artículo de El Economista (IURIS) sobre el informe de fiscalidad en el sector.
 - Entrevista a Miguel Ferrer en la Cadena Ser
 - Entrevista a Sacha Michaud en Azarplus
 - Expansión: “Los anuncios de apuestas online despegan un 12%”
 - Artículo en El Confidencial sobre declaraciones de Sheldon Adelson, Proyecto Eurovegas.

- Entrevista a Miguel Ferrer en Antena 3 Noticias sobre regulación nuevos juegos y apuestas.
- Entrevistas en medios especializados: Sector del Juego, Casino Top 10 y El Recreativo.
- > Elaboración de un Dossier de Prensa
- > Newsletter mensual: Envío mensual de una newsletter a todos los asociados que incluye las principales actividades y novedades de la propia Asociación.
- > Web: La web de Jdigital es el fiel reflejo de sus objetivos: fomento y divulgación del sector del juego online y representación de sus empresas asociadas. En este sentido, la asociación ha mejorado y ampliado el espacio dedicado a sus empresas miembros, ofreciendo la posibilidad de incluir notas de prensa y personalizar las fichas de asociados.
- > Redes sociales. on presencia en LinkedIn (www.linkedin.com/company/jdigital) y Twitter (@jdigital_es), esta segunda plataforma se consolida como la principal ventana de comunicación social de la asociación. Con 567 seguidores, *Jdigital* registra un aumento del 64% de su masa de seguidores y apuesta por este canal para divulgar las novedades del sector y difundir las actividades de la propia asociación y *adigital*.



Empresas Asociadas

20:20 Mobile Services

24symbols

3AWorldWide

3llideas

.....
A.J.A. Publicidad Directa y Promociones

Abacosalud

Abanlex Abogados

Abertis

Accenture

Acceso Cero

ACL

ACNUR

Adesis Netlife

ADL Partner

Adtriboo

Adyen

Agbo Training

Agents of Influence

AGMEDirect

Agora News

Airbnb

Akamon

Alternatiba

Amazon

Ampliffy

Ampliffy.com

Amvos

Ancha Castilla

Anexa

Antevenio

ANTPJI

Anuntis

Aplicalia

Aqualogy Solutions

Aquilino Peña

Arag

Arnold Madrid

Arsys

Artyco Customer Database Marketing

Arvato Customer Service

Arvato Marketing Services

Aseido Consulting

Asendia

Asesores Jurídicos Alemany & Asociados

Asociación de Pintores con la Boca y Pie

Asociación de Tiendas Virtuales de Aragón

Asociación Española de Casinos de Juego

Asociación Española de Fundraising-AEFr

Atento

AutoScout24

Avantia Marketing Solutions

Axa Assitance España

Axesor Marketing Intelligence

.....
Baby Moon

Banco Cetelem

Banco Cooperativo Español

Banco Sabadell

Barcelo Viajes

Bayard Revistas

Bazar Textil

Bebé de París

Bed's

Beruby

Betfair

BidAway.com

Bidphoria.com

Blanco

Blueknow

Bodybell

Bonet Consulting

Booknbloom

Boolino // my little book box

Bosch Security Systems

Botemania

Bottega Verde

BrainSINS

BricMania.com

Busco el Mejor

Buzz Marketing Networks

ByHours.com

.....
C2 Intelligent Solutions

Cabestan

Camerdata

Camerfirma

Camper

Capgemini

Caprabo

Capsapack

Carousel Game

Carrefour Online

Carrots Comunicación

Casa del Libro

Casanova

Cash Converters

Casino.es

Catalunya Caixa

CATSA

CCC	DDB	Educa Poker	Foro Economía Digital	Hall St
Celeritas	Deloitte	El Corte Inglés	Friso Decoración	Havas Worldwide Spain SA
Celestino Martin Ventura	deMartina	Elogia	Fruitbull	HIBU
Centro Universitario de Tecnologías y Artes Digital U-tad	Deportes Moya	Emailing Network	Fucoda	Hipay
CHC	Derecho.com	Emergia Contact Center	Fundgrube	Hiperlimpieza
Chips and Geraniums	Desigual	Empatica.net	Hofmann
Christy Disfraces	Desmarkt	Enracha	Gaes	Holidaysinspain.com
Círculo de Lectores	Destinia.com	Entradas.com	Garrigues	Home Away
Clínicas Diego de León	Deusto Business School	ePages	General Óptica	Hoteles Elba
Club Internacional del Libro	Digital Compring	Epsilon Internacional	Genetsis	Hybris Software
Coca Cola	Digital Migration Partners	ePublicaciones	Geomobile
Codeeta	Dimensión Marketing Directo	Equifax	Gerco	iapuestas
Cofidis	Directa&Mente	e-Retail Advertising	GETE Direct	Iberdrola
Colchon Expres	Direct Seguros	Eroski	Gigoing, sl	Iberinform
Comercia Global Payments	Divisadero	Escrapalia	GLI	iBird
Comunidea	Dogaboo	Esdecómic	GMS	ICSW
Confirmsign	Donmendo.com	ESIC	Goalplan	Idealista
Contactel	Dormitia	Estantería Rápida	GoldenPark.es	Ideup
Contact Lab	Dormity	Eurojuego Star	Google	IEBS, Innovation & Entrepreneurship Business School
Contrapunto	Dosdoce.com	Evolution	Grey España SLU	IED Madrid
Conzumo Servicios Online	Dos Espacios	Ex ICEX	GroupM	IIMN
Corral de la Moreria	Dosniha	Éxito ECommerce	Groupon Spain	ikomobi
Correos	Duracomm	Experian	Grupo Bodybell	Incipy
Cremades & Calvo Sotelo	Dylmedia	Extel Contact Center	Grupo Cortefiel	Increnta
Criteo	Grupo GSS	Indra
Cyberclick	eBay	Facebook	Grupo Intercom	Inesdi
Cybersource	Ecija	Farm.co	Grupo ITnet	Infojobs
Cysol	Ecofin	Fashiondomus	Grupo Lo Monaco	Informa
.....	Ecological Mailing	Fashion In You	Grup Solplay	Inforpress
DAD	Edenred	FDI School	GTech G2	ING Direct España
Datacentric	Editorial Médica Panamericana	Feebbo.com	Gureak Marketing	Innubu
Datem	Editorial Planeta DeAgostini	Flash2Flash	Insiteout
	Editorial Salvat	Fnac	Habitissimo	in-Store Ion1
	eDreams	Formación Alcalá Sl	Hailo	

Interflora España	Línea Directa	Mostaza Comunicación	Osborne Clarke	Proximity Barcelona
Internalia Group, Business Apps	Locotravel.com	MRM	Oscaro	Proximity Madrid
Internet Academi	Loewe	Muchoviaje	Oxford University Press	Puedes Más Marketing
Inversis	Logalty	My Best Option	Punto Pack
IP Label	Logiber	Packlink
ISDI Instituto Superior para el Desarrollo de Internet	Logtrust	Naranjas del Carmen	PAF	Qualimax International
ISGF	Lonesome Digital	Nearmeeting	Pagantis
.....	Longitud 3M (MRW Logística)	Netbet.com	Page Personnel	R*
J. M. Bruneau España	Luckia	Neteven	Paula Alonso	Rajapack
José Carlos Ruiz Borges	Ludei	NetRefer	PayMet	Rakuten Spain
Just Eat	Net Sales Factory	Paypal	Rapidmail
JWT Delvico	MailTeck	Netsense	Paysafecard	Rastreator.com
.....	Manutan	Neumáticos al mejor precio	Pentasoft	RBA
Kiabi	Mapfre	Nexica	Permission Lead	Recambios Viaweb
Kiala	Marimón Abogados	Nóvalo eLinguistic Services	Pharma Reports	Redbilty
King Barcelona	Matchpoint	nPeople	Pixmania	REDK
Konecta	Max Arregui	N-Screens	Playful Gaming	Reparalia
KPMG Digital (KPMG Asesores)	Maxcolchón	Nurun	Playtech Software Bulgaria EOOD	Repsol
Kriter Software	Mayoflor.com	Playthe.net	Reta
Kubicco-Topsecretaria	Mayoral	Ocaso	Plunge Interactive	Ribas y Asociados
Kuombo	Mediapost	Ocu	Pluralmente	RMG Connect
.....	Media Saturn	OdiloTID	Political Intelligence	Roca Salvatella
La Caza Benissa	Mediatech Solutions	Office Depot	Poncelet	ROI UP Agency
La Redoute	Mercachef	Ogilvyone Worldwide Madrid	Prisma-MPA Grupo	Rousaud Costas Durán
La Revolta	Mercado Español de Avals, Fianzas y otras Garantías Personales	OJD Introl	Privalia
Latorre Retail Group	Mercedes	Onedirect Comunicaciones	PRNoticias	SafetyPay
Latorta	Metricson	One to One	Proclinic	Sagardoy Abogados
La Vanguardia	Metronia	Only-apartments	Procter & Gamble	Sage
LBi	Meydis	ONO	Prodigioso Volcán	Sage Pay
Leo Burnett	Miliners Abogados y Asesores	OpenBank	Promega	Santander Elavon
Leroy Merlin	Tributarios	Open Coast	Promod	Sat Aurysion
Letsbonus.com	Mipuf.es	Open Sistemas	Promofarma.com	SEAT
Liberty Seguros	MK Plan 21	Optimus	ProRetoque	Secuoyas
		Orange	Prosumerlab	Segade Studio

Segittur	SPC ServiceProfit Consulting	Telemarketing Golden Line	Ukash	Weblogs
Self Bank	Splio	Telemark Spain	Ulabox	Webloyalty
Sellbytel	Sportium.es	Teleperformance	Ultracongelados Dona Dona	Webpilots
Selligent Interactive Marketing	Sport zone	Teradata	UNICEF	Womenalia
Seomarcablanca	Spotify	Territorio creativo	Unísono	Worten
Sertel	Spotlinker	Testamenta	Unitono	Wunderman
Serviapuestas	Staples Kalamazoo	The Cocktail	Universia
Seur	STC	The Etailers	Universidad Antonio de Nebrija	Xternaliza Marketing y Ventas SL
Shackleton	STD Multiopción	Ticketea	Xupera
ShoppoDoo	stibo Systems	Tinkle	Vega	Ydral e-commerce
ShowRoom Prive	Stickway	Tipsa	Venca
Simply Colors	Suop	Tompla	Venta Única	YoBingo.es
Sitel	Surf 3	Tourline Express	Vente-privee.com	Yoigo
Skomodo	Transcom Worldwide	Ventura24	Yupick
SmartFocus	TAPTAP Networks	Triitme!	Ventura24Games.es	Yves Rocher
Smydia	Teaser Below the Line	Trucco	Vertbaudet
Social Media SL	TECHNOactivity	Trustly	Visa europe	Zeleris
Social Noise	TeDormimos.com	TualarmaSINcuotas.es	VivaKi	Zitro On Line
Softonic	Tefpay	Tu Despensa	Vodafone	Zonaregalo
Somuden	Telam International Business Partner	Tywenn.com	Voltimum Interactive	Zooplus
Spain Business School	Telefónica Móviles

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2013 | 14



Asociación Española de la Economía Digital