

Medio	Titular	URL Noticia	Fecha	Promedio diario de usuarios únicos	Valor Publicitario Equivalente (€)
El Español	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3SX2Nzi	11/10/2022	28.682.075	57.365 €
La Razón Tu Economía	Las entradas digitales para eventos deportivos aumentarán un 58%	https://bit.ly/3Nx1Cyu	16/10/2022	144.000	44.392 €
La Razón	Las entradas digitales para eventos deportivos aumentarán un 58%	https://bit.ly/3sW59gp	16/10/2022	213.000	35.627 €
La Razón	Las entradas digitales para eventos deportivos superarán los 360 millones	https://bit.ly/3T8xBGp	16/10/2022	8.077.636	16.155 €
El Economista	Los españoles ya gastan un millón al día en entradas digitales para ver deporte	https://bit.ly/3ftn3En	16/10/2022	6.948.201	13.897 €
El Economista	Los españoles ya gastan un millón al día en entradas digitales para ver deporte	https://bit.ly/3WuGE7O	17/10/2022	52.000	7.910 €
El Economista	España, líder en digitalización de tickets	https://bit.ly/3h8OFz0	17/10/2022	52.000	3.947 €
La Razón	Patricia Peiró	https://bit.ly/3FgW9S	30/10/2022	213.000	13.114 €
La Razón Tu Economía	Patricia Peiró	https://bit.ly/3fymclK	30/10/2022	144.000	16.335 €
Europa Press	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3E0Jem	11/10/2022	5.273.904	10.549 €
Europa Press	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3fvpJRE	24/10/2022	5.273.904	10.549 €
Europa Press	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3sU18ZW	24/10/2022	5.273.904	10.548 €
La Información	Spotify arroja pérdidas de un millón de euros en España pese a elevar ingresos	https://bit.ly/3UoZU4M	05/10/2022	3.536.886	7.074 €
Diario Siglo XXI	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3FLTNDI	11/10/2022	104.576	209 €
Diario Siglo XXI	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3fy4NcW	24/10/2022	104.576	209 €
Diario Siglo XXI	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3ha4CoD	24/10/2022	104.576	209 €
Bolsamanía	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming - Bolsamanía.com	https://bit.ly/3DmYUu	24/10/2022	1.462.521	2.925 €
Bolsamanía	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021 - Bolsamanía.com	https://bit.ly/3FieArj	11/10/2022	1.462.521	2.925 €
Bolsamanía	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio - Bolsamanía.com	https://bit.ly/3FHxzCo	24/10/2022	1.462.521	2.925 €
El Confidencial Digital	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3FHxRjz	11/10/2022	1.373.778	2.748 €
El Confidencial Digital	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3Ulx05w	24/10/2022	1.373.778	2.748 €
El Confidencial Digital	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3h6vz0	24/10/2022	1.373.778	2.748 €
Crónica de Cantabria	Los beneficios de PcComponentes caen un 28% tras el boom del confinamiento Crónica de Cantabria	https://bit.ly/3h8guYi	01/10/2022	951	30 €
Crónica de Cantabria	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3NzWrOg	24/10/2022	1.000	30 €
Crónica de Cantabria	La sociedad principal de Orange España entra en números rojos y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3FK4Lcl	11/10/2022	1.000	30 €
Investing	Spotify España perdió en 2021 un millón de euros pese a ingresar un 26 % más	https://bit.ly/3DAUw7z	05/10/2022	1.896.911	3.794 €
El Debate	Orange España entra en números rojos con pérdidas de 570 millones de euros	https://bit.ly/3DyHcAS	11/10/2022	2.149.264	4.299 €
Estrategias de Inversión	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3TbAeHS	11/10/2022	487.169	974 €
Estrategias de Inversión	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3Nzq3eT	24/10/2022	487.169	974 €
Estrategias de Inversión	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3h83CBq	24/10/2022	487.169	974 €
Negocios	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3UjcvXb	11/10/2022	27.695	55 €
Negocios	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming Negocios TV	https://bit.ly/3NMJ7GN	24/10/2022	27.695	55 €
Negocios	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio Negocios TV	https://bit.ly/3h8rK71	24/10/2022	27.695	55 €
Press Digital	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3sx7BmY	11/10/2022	11.853	30 €
Press Digital	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3T4JfIV	24/10/2022	11.853	30 €
Press Digital	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio	https://bit.ly/3U1KMun	24/10/2022	11.853	30 €
Diario Aberito	La matriz de Orange España pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3U5lqLV	11/10/2022	14.518	30 €
spain.shafaqna.com	La sociedad principal de Orange España entra en números rojos y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3UaTu8q	11/10/2022	8.463	30 €
Teleprensa	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3NzRMff	11/10/2022	22.360	45 €
diarioeconomia.com	Adamo dispara un 44% sus ingresos y reduce a 7,8 millones las pérdidas en su último ejercicio Diario Economía	https://bit.ly/3UmjOgq	24/10/2022	1.000	30 €
Relación Cliente	Patricia Peiró Chief Strategy Officer en Telecoming	https://bit.ly/3SXmv7n	24/10/2022	3.765	30 €

Norbolsa	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3E0XJyZ	24/10/2022	5.235	30 €
Norbolsa	La sociedad principal de Orange España entra en 'números rojos' y pierde 570 millones en 2021	https://bit.ly/3zla5tc	11/10/2022	5.235	30 €
Zonamovilidad	Patricia Peiró, nueva Chief Strategy Officer de Telecoming Zonamovilidad.es	https://bit.ly/3WF7F8C	24/10/2022	26.037	52 €
infonegocios.madrid	Patricia Peiró, nueva directora de Estrategia de Telecoming	https://bit.ly/3T2z5d	24/10/2022	1.000	30 €
RRHH Press	Telecoming nombra a Patricia Peiró, chief strategy officer	https://bit.ly/3DWkwy	24/10/2022	14.310	30 €
www.wtevent.com	ANNOUNCING THE 2022 PLATINUM PARTY	https://bit.ly/3T5ohmR	05/10/2022	1.000	30 €
MWL/ DIT	The rise of Africa's digital economy (Paper)	https://bit.ly/3FlkmJv	26/10/2022		
newsghana.com.gh	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa	https://bit.ly/3Nz4CD5	26/10/2022	117.809	236 €
ameyawdebrah.com	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access	https://bit.ly/3zHkDc9	26/10/2022	57.607	115 €
inspenonline.com	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access	https://bit.ly/3fAhtzZ	26/10/2022	1.000	30 €
african.business	The rise of Africa's digital economy report launched at DIT event	https://bit.ly/3fAhF2b	26/10/2022	162.993	326 €
worldfootballsummit.com	Why football clubs should offer mobile-first experiences to gain competitive advantages in Africa	https://bit.ly/3zGcXeq	26/10/2022	25.731	51 €
infomaniahub.com	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access – inspenonline	https://bit.ly/3Uoqs6l	26/10/2022	1.000	30 €
clickongh.com	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access	https://bit.ly/3DsgsBK	26/10/2022	1.000	30 €
www.myjoyonline.com	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access - MyJoyOnline.com	https://bit.ly/3Wr902B	26/10/2022	876.746	1.753 €
taarifa.rw	UK DIT Report Highlights Potential For Digital Growth An Africa through in Africa Through Affordable Mobile Access	https://bit.ly/3NBcOR9	26/10/2022	42.392	85 €
www.itedgenews.ng	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access	https://bit.ly/3DxAyBi	27/10/2022	1.000	30 €
www.itedgenews.africa	UK DIT report highlights potential for digital growth in Africa through affordable mobile access	https://bit.ly/3UqBFmr	27/10/2022	1.000	30 €
extensia-ita.com	Internet businesses could add US\$180bn to Africa's GDP	https://bit.ly/3zG6NXq	27/10/2022	1.000	30 €
infomaniahub.com	UK DIT Report Highlights Potential For Digital Growth An Africa through in Africa Through Affordable Mobile Access –...	https://bit.ly/3hdnumo	30/10/2022	1.000	30 €
elcandelerotecnologico.com	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3UluXhB	18/10/2022	2.217	30 €
Diario Emprendedor	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3Wr389z	19/10/2022	1.000	30 €
pymesymas.com	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3UINESh	19/10/2022	1.000	30 €
topempresa.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3Umj6zI	19/10/2022	1.000	30 €
redempresas.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3DChYBl	19/10/2022	1.000	30 €
cupulainformativa.com	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3NMHWqR	19/10/2022	1.000	30 €
infocapital.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3DCOtIO	19/10/2022	1.000	30 €
iberopress.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3SYgerP	19/10/2022	1.000	30 €
tecnobitt.com	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y...	https://bit.ly/3DCOEuu	19/10/2022	1.188	30 €
focoempresarial.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3U5aMVE	19/10/2022	1.000	30 €
digitoadigito.com	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3t3FBbX	19/10/2022	1.000	30 €
valormercado.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3Drhiik	19/10/2022	1.000	30 €
zonapymes.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3sXE8JA	19/10/2022	1.000	30 €
empresaaactiva.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3fzR8C3	19/10/2022	1.000	30 €
invierthoy.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3DXwvJf	19/10/2022	1.000	30 €
elnegocio.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3zGDjv	19/10/2022	1.000	30 €
idiario.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar – iDiario	https://bit.ly/3ha2LUK	19/10/2022	1.000	30 €
ecommerce-news.es	Suscripciones online: cinco consejos para gestionar y ahorrar	https://bit.ly/3UqkO38	24/10/2022	28.715	57 €
verfone.com	L'abonnement dans la distribution : état des lieux d'un nouveau business model	https://bit.ly/3h36MWV	25/10/2022	1.000	30 €

La venta de entradas online se dispara

La vuelta a los estadios aumenta el «ticketing» para actos deportivos **P. 9**



Las entradas digitales para eventos deportivos aumentarán un 58%

► La vuelta a los estadios tras la pandemia dispara un mercado que alcanzará los 569 millones en 4 años

C. R. MADRID

El mercado digital de entradas a eventos deportivos es un segmento de gran potencial, en plena expansión, sobre todo tras la vuelta a los estadios. El valor de la compra de entradas digitales para eventos deportivos en España superará los 360 millones de euros en 2022. La cifra aumentará un 58%, hasta los 569 millones, en 2026. Así se desprende del análisis sobre este mercado elaborado por Telecoming, compañía especializada en tecno-

logías de monetización de servicios digitales de entretenimiento y deporte.

Por su parte, el mercado europeo cerrará este año con un valor de 4.792 millones, una cantidad que alcanzará los 6.919 millones en 2026. En nuestro país un total de 1,8 millones de personas comprarán entradas para eventos deportivos vía online en 2022, y se espera que la cifra aumente hasta los 2,1 millones en cuatro años, por encima del volumen de países como Italia, Portugal, Noruega o Dinamarca, y por debajo de Alemania y Francia. La cantidad de entradas digitales que se venderán en nuestro país escalará de los 13 millones de 2022, hasta los 19 millones de tickets en 2026. El peso de España a escala europea es actualmente del 8% del total del volumen del negocio de este sector.

El precio medio del ticket digital para eventos deportivos en Espa-

Claves

► Se estima que en España 1,8 millones de personas compren este año entradas para eventos deportivos vía online, cifra que se elevará a 2,1 millones en 2026

► El precio medio del ticket digital asciende a 28,2 euros, aunque la previsión es que se produzca un descenso, hasta los 26,2 euros en un plazo de cuatro años

► Cada español realizará en 2022 una media de 7,1 transacciones, que ascenderán hasta las 9,1 en 2026

ña es de 28,3 euros (2022) y ascenderá a los 29,8 en 2026, creciendo por encima de la media europea, que cerrará 2022 en un valor medio de 27,2 euros, y descenderá a 26,2 en un plazo de cuatro años. El análisis de la evolución del precio medio de las entradas vaticina el descenso en Reino Unido, pasando de una media de 37,3 euros por ticket a 35,3 en 2026. Noruega crecerá de 28,3 a 29,3 y Dinamarca de 28,3 a 29,8 euros.

Tecnología NFC

En cuanto al uso de la tecnología NFC en España para el acceso a los eventos deportivos, aún es residual, sobre todo en comparación con otros países, a pesar de que crece año a año. La proporción de usuarios que utiliza este sistema para la validación de las entradas a encuentros deportivos está estimada en el 13% en 2022. Se prevé que este porcentaje aumente hasta el 15% en los próximos cuatro años.

Nuestro país se queda atrás en la adopción de esta tendencia. La mayoría de países europeos triplicarán sus tasas de penetración hasta 2026. Reino Unido, por ejemplo, pasará de un 29% en 2022 a un 63% en 2026; Portugal, de un 11% a un 42%; Italia, de un 12% a un 44%; y Alemania, de un 13% a un 50%.

El crecimiento medio de usua-

rios europeos que abrazan esta tecnología para la validación de sus entradas será más significativo, y crecerá del 16% hasta el 37% desde 2022 a 2026.

Cada español realizará, de media, 7,1 transacciones en 2022 y 9,1 operaciones de compra de entradas a eventos deportivos en 2026 a través del canal digital. En suma, en España se procesarán 13 millones de transacciones de entradas digitales a eventos deportivos al cierre de 2022, una cifra que llegará a los 19 millones en 2026.

En el plano europeo, se espera que de los 22,9 millones de usuarios en 2022 que hagan transacciones online, se escale a los 26,4 millones en 2026. En 2022 se ejecutarán un total de 127 millones de transacciones en Europa, que se convertirán en 173 millones cuando llegue 2026.

Asimismo, los usuarios, cada vez más móviles, exigen agilidad, seguridad y eficacia en las experiencias de compra. Existe una creciente adopción del móvil como medio de compra de entradas y de acceso a eventos deportivos. En Europa, ya hay 12 millones de personas que compran este tipo de tickets a través de un teléfono móvil, y se prevé que esta cifra suba hasta los 18 millones en 2026. El valor actual de esas compras es de 1.667 millones

España superará a países como Italia, Portugal, Noruega o Dinamarca en los próximo cuatro años

Los españoles prefieren el canal web para la compra; pero el móvil impulsa el mercado

de euros, y serán cerca de 3.030 millones en 2026.

Roberto Monge, Chief Operations Officer de Telecoming, considera que la tecnología está cada vez más integrada en la industria del deporte, desde el entrenamiento a la venta de entradas. «El ticketing ha acogido el canal digital con fuerza y el móvil seguirá impulsando este mercado. Los españoles tienden aún a preferir el canal web para adquirir entradas a eventos deportivos (64% del mercado digital). Sin embargo, en los próximos años el móvil acumulará el 45% de las transacciones y el canal online se reducirá al 55%», asegura Monge.



DREAMSTIME

Los españoles compraremos 13 millones de entradas en 2022

Los españoles ya gastan un millón al día en entradas digitales para ver deporte

Sólo Reino Unido superará el negocio doméstico de 360 millones previsto este año

Antonio Lorenzo MADRID.

Reino Unido y España llevan la voz cantante en Europa en el joven negocio del ticketing digital para eventos deportivos. Según se desprende de un estudio de la compañía Telecoming, al que ha tenido acceso *elEconomista.es*, los españoles se han convertido en uno de los más entusiastas mercados de un producto llamado a conquistar todo tipo de sectores y actividades. Según las mismas fuentes, la facturación anual prevista para este año superará los 360 millones de euros, con una media de más de un millón de euros diario, limitado a la compra de entradas para partidos de fútbol, baloncesto, tenis y otros espectáculos deportivos. Las previsiones de la tecnológica especializada en monetización de servicios digitales de entretenimiento y deporte apuntan al cielo, con incrementos del negocio del 58% en 2026 hasta los 569 millones. El mismo análisis apunta que este mercado cerrará el curso en Europa con un valor de 4.792 millones, una cifra que alcanzará los 6.919 millones de euros en 2026.

En el caso de España, más de 1,8 millones de personas habrán comprado a finales de año sus entradas telemáticas para ver a sus ídolos del deporte y se espera que la cifra aumente hasta los 2,1 millones en cuatro años, por encima del volumen de países como Italia, Portugal, Noruega o Dinamarca, y por debajo de Alemania y Francia. “La cantidad de entradas digitales que se venderán en nuestro país escalará de los 13 millones de 2022, hasta los 19 millones de tickets en 2026”, añaden desde Telecoming. Por todo lo anterior, el peso de España en el ámbito europeo alcanza el 8% del volumen del negocio de este sector.

Por término medio, el precio actual del ticket digital para eventos

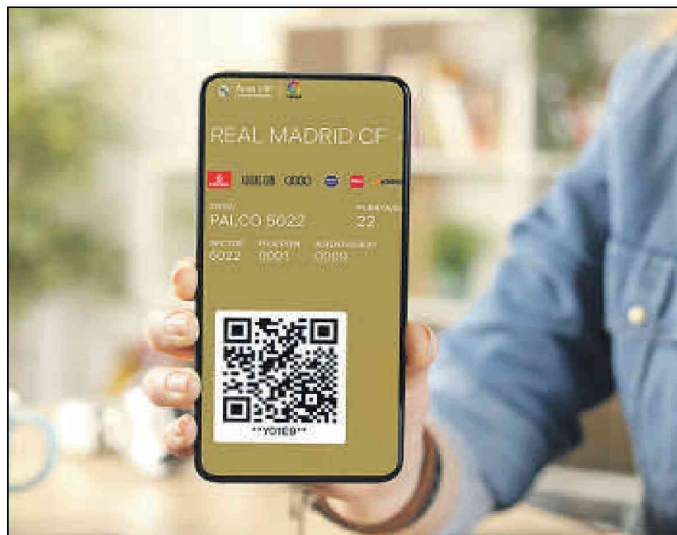
El deporte, motor del ‘ticketing online’

Datos en millones de €

CONCEPTO	2022	2026
Valor del mercado digital de entradas a eventos deportivos - España	360	569
Valor del mercado digital de entradas a eventos deportivos - Europa	4.792	6.919
Usuarios que compran entradas a eventos deportivos a través de la red - España	1,8	2,1
Usuarios que compran entradas a eventos deportivos a través de la red - Europa	32	38
Número de transacciones por usuario al año - España	7,1	9,1
Volumen de transacciones del mercado - España	13	19

Fuente: Telecoming.

elEconomista



Un usuario de móvil muestra su entrada digital para ver un partido de fútbol. EE

deportivos ronda los 28,3 euros y prevé ascender a los 29,8 euros en 2026. El análisis de la evolución del precio medio de las entradas vaticina el descenso en el Reino Unido, desde una media de 37,3 euros por ticket a 35,3 euros en 2026. Noruega crecerá de 28,3 a 29,3 euros y Di-

namarca de 28,3 a 29,8 euros.

Además, resulta residual el uso de la tecnología NFC en España para el acceso a los eventos deportivos, especialmente en comparación con otros países, a pesar de que crece año a año. “La proporción de usuarios que utiliza este sistema pa-

ra la validación de las entradas a encuentros deportivos está estimada en el 13% en 2022 y se prevé que este porcentaje aumente hasta el 15% en los próximos cuatro años”, explican desde Telecoming.

Por otra parte, cada español realizará una media de 7,1 transacciones en 2022 y 9,1 operaciones de compra de entradas a eventos deportivos en 2026 por medios *online*. Así, los autores del estudio calculan que en España se procesarán 13 millones de transacciones de entradas digitales a eventos deportivos al cierre de 2022, una cifra que llegará a los 19 millones en 2026. En toda Europa, se espera que de los 22,9 millones de usuarios en 2022 que hagan transacciones *online*, se escale a los 26,4 millones en 2026. Este año se ejecutarán 127 millones de transacciones en Europa, que se convertirán en 173 millones en 2026.

Asimismo, el *smartphone* será la herramienta preferida para estos usos debido a la “agilidad, seguridad y eficacia en las experiencias de compra”, con 12 millones de europeos que compran este tipo de tickets a través de un móvil.

En clave empresarial

Falta de fe de Díaz en su reforma laboral

El Gobierno ha enmendado su reforma laboral para facilitar que se puedan hacer contratos temporales en el marco de los programas de políticas activas de empleo. Lo llamativo es que precisa que esta excepción no se limite solo a la inserción laboral de los parados beneficiarios de los programas, sino también al personal contratado para desarrollarlos, como pueden ser formadores y tutores. El cambio se hace ante las dudas de las comunidades autónomas y las entidades colaboradoras. Pero la nueva redacción también abre la puerta a que las empresas privadas hagan contratos eventuales de no más de 12 meses de duración. No es el único doble rasero que Yolanda Díaz aplica a su norma. Ya lo hizo para las Universidades, los artistas e incluso la ejecución de los fondos europeos. Aunque sorprende que no aplique sus recetas ni a sus propias políticas para crear empleo fijo.

Oportuna anticipación de Mercedes-Benz

La firma alemana vuelve a ser líder del mercado del segmento *premium* en España. Una posición que cedió en 2021 a BMW tras dos años consecutivos de liderato. Este año, marcado por la escasez de semiconductores, la marca de la estrella ha contado con los vehículos suficientes para alcanzar esta posición. Y es que ha conseguido adelantarse a BMW y a Audi en disponer de los chips necesarios para satisfacer su demanda. Una situación que le permite incrementar sus ventas gracias también a su gama formada por vehículos eléctricos. Aún restan tres meses para que finalice el ejercicio, pero la oportuna anticipación de la que el fabricante ha hecho gala al prever la falta de chips le conduce de momento hasta lo más alto.

España, líder en digitalización de 'tickets'

Desde el principio de la telefonía móvil, los españoles se han mostrado dispuestos a explorar todo tipo de innovaciones que les faciliten la vida, y también han incorporado las novedades mucho antes que sus vecinos europeos. El último ejemplo de esta tendencia reside en el *ticketing digital*, es decir, la distribución de entradas *online* con la ayuda del móvil. Se trata de un negocio que genera más de 360 millones de euros al año, según un informe de Telecoming, con previsiones de generalizarse en los próximos años. La comodidad, seguridad y flexibilidad del sistema juegan a favor del fenómeno.

Nombramientos



► **PATRICIA PEIRÓ**
Telecoming, compañía especializada en tecnologías de monetización de servicios digitales de entretenimiento y deporte, la ha nombrado nueva Chief Strategy Officer (CSO)



► **JUAN MANUEL MONTORO**
Moderna lo ha designado director de Marketing, una posición de nueva creación con la que la filial española refuerza su compromiso con nuestro país y el talento



► **ALEJANDRO BLANCO**
Seresco continúa reforzando su estructura ante su inminente salida al BME Growth con su nombramiento como nuevo director de Organización y Relaciones Institucionales



► **JUTTA PEINZE**
Motorola ha anunciado recientemente su nombramiento como nueva directora de Marketing para la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA) de su Mobile Business Group (MBG)



► **SANTOS ROBSON**
Con una experiencia de más de 15 años en el sector inmobiliario, el hasta ahora Senior Director de Investment Properties de Retail de CBRE Iberia es el nuevo líder del área de Retail de la compañía



► **PILAR G. LORDA**
Biogen, compañía biotecnológica pionera en neurociencia, la ha incorporado como Head of Medical en España, avanzando así en la estrategia de crecimiento en nuestro país



► **JOSÉ MANUEL BALLESTEROS**
Se ha unido al equipo de PGI Engineering & Consulting como nuevo director de su sede en Madrid con el objetivo de potenciar su capacidad técnica y mejorar la capacidad de sus proyectos



► **KERRI NEARY**
X-ELIO, empresa especializada en proyectos de energía renovable, la ha designado nueva Senior VP of Business Development para seguir desarrollando la cartera de proyectos de la empresa

Nombramientos



► **PATRICIA PEIRÓ**
Telecoming, compañía especializada en tecnologías de monetización de servicios digitales de entretenimiento y deporte, la ha nombrado nueva Chief Strategy Officer (CSO)



► **JUAN MANUEL MONTORO**
Moderna lo ha designado director de Marketing, una posición de nueva creación con la que la filial española refuerza su compromiso con nuestro país y el talento



► **ALEJANDRO BLANCO**
Seresco continúa reforzando su estructura ante su inminente salida al BME Growth con su nombramiento como nuevo director de Organización y Relaciones Institucionales



► **JUTTA PEINZE**
Motorola ha anunciado recientemente su nombramiento como nueva directora de Marketing para la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA) de su Mobile Business Group (MBG)



► **SANTOS ROBSON**
Con una experiencia de más de 15 años en el sector inmobiliario, el hasta ahora Senior Director de Investment Properties de Retail de CBRE Iberia es el nuevo líder del área de Retail de la compañía



► **PILAR G. LORDA**
Biogen, compañía biotecnológica pionera en neurociencia, la ha incorporado como Head of Medical en España, avanzando así en la estrategia de crecimiento en nuestro país



► **JOSÉ MANUEL BALLESTEROS**
Se ha unido al equipo de PGI Engineering & Consulting como nuevo director de su sede en Madrid con el objetivo de potenciar su capacidad técnica y mejorar la capacidad de sus proyectos



► **KERRI NEARY**
X-ELIO, empresa especializada en proyectos de energía renovable, la ha designado nueva Senior VP of Business Development para seguir desarrollando la cartera de proyectos de la empresa