FUENTE: https://elpais.com/economia/2018/02/07/actualidad/1517999032_677399.html

Los salarios en Google los programa un algoritmo

La directora general de la compañía en España asegura que no existe discriminación en las retribuciones de hombres y mujeres



Fuencisla Clemares, directora general de Google en España y Portugal, esta mañana Pablo Monge

Madrid 7 FEB 2018 - 16:43 CET

El gigante tecnológico Google aplica una política de retribución de sus empleados que tiende a no discriminar entre hombres y mujeres con un fórmula aparentemente neutra que evita la brecha salarial. "Los salarios los programa un algoritmo donde el sexo de las personas no forma parte de los datos", ha firmado este miércoles la directora general de Google para España y Portugal, Fuencisla Clemares. Para determinar los sueldos de los empleados el algoritmo tiene en cuenta exclusivamente aspectos laborales, como el puesto que ocupa el trabajador, su nivel profesional y el logro de objetivos.

Pese a todo, la compañía dispone de grupos de personas que se encargan de analizar si se está produciendo o no una diferencia salarial entre hombres y mujeres. "La realidad es que nosotros en los análisis que hemos hecho no nos ha surgido esa diferencia, pero si surgiera habría que profundizar y entender qué está pasando", ha dicho Clemares y ha remarcado que en Google, todo proceso de selección de personal tiene que contar con una mujer y también debe existir paridad entre los candidatos. "Y si no encuentras mujeres, las buscas. Y cuando buscas, terminas encontrando". A la hora de abordar la promoción de los empleados se

revisan las ratios para comprobar si son equitativos, ha remarcado durante su participación este miércoles en el Foro de la Nueva Comunicación, donde ha sido presentado por el director del diario *Cinco Días,* Ricardo de Querol.

Según las cuentas de 2016 de Google Spain presentadas en el Registro Mercantil, los trabajadores de la filial española del gigante tecnológico estadounidense ganan una media de 145.508 euros brutos al año.

Inteligencia artificial

Ante los retos que plantea la transformación digital, la responsable de Google en España ha señalado que la próxima revolución tecnológica estará marcada por la inteligencia artificial, un fenómeno que "permitirá la aceleración de la innovación". Clemares ha puesto como ejemplo el uso de algoritmos de *machine learning* en el servicio de traducción de Google (Google Translate) y ha asegurado que en los últimos ocho meses ha mejorado más que en los últimos ocho años.

Ante los grandes cambios que se avecinan, ha pronosticado que en el mundo de la comunicación se verá afectado especialmente por la interactividad a través de la voz y la manera de programar los ordenadores. En este nuevo ecosistema, será clave la experiencia con el usuario, lo que exigirá conocer mejor las audiencias y crear organizaciones más ágiles.

En el ámbito del comercio electrónico, Clemares ha desvelado que la compañía está ofreciendo su "fuerza tecnológica" a empresas como El Corte Inglés, MediaMarkt y Carrefour para competir con los gigantes mundiales del sector, como Amazon o Alibaba. "Podemos ayudar a todo el ecosistema para que juntos sean un gran rival", ha dicho, al tiempo que ha reconocido que el comerico *online* en España se mueve todavía en cifras muy modestas.

Preguntada por el pago de impuestos en Irlanda, ha afirmado que Google respeta una legislación fiscal que es "compleja" y está diseñada por "los políticos". "Respetamos una ley que hoy por hoy permite este tipo de estructuras. Pagamos el impuesto de sociedades, que es el 19%, aunque la mayor parte de los impuestos se pagan en Estados Unidos". Clemares ha abogado por una ley europea que se a más homogénea, transparente y equitativa.

FUENTE: http://www.eleconomista.es/economia/noticias/8921271/02/18/La-secretaria-de-comercio-anima-al-vendedor-minorista-a-apostar-por-internet-para-resistir-a-los-grandes-competidores-online.html

La secretaria de comercio anima al vendedor minorista a apostar por internet para resistir a los grandes competidores 'online'

7/02/2018 - 11:48

MADRID, 07 (SERVIMEDIA)

María Luisa Poncela, aseguró hoy en el Foro de la Nueva Comunicación que impedir la destrucción del negocio minorista por la competencia de los gigantes de la distribución 'online' es uno de los "retos" que ha planteado la revolución tecnológica.

Poncela asistió a la conferencia que pronunció la directora de Google en España y Portugal, Fuencisla Clemares, en la citada tribuna informativa, organizada por Nueva Economía Fórum, y en el coloquio posterior intervino para hablar de los desafíos que han surgido por el importante alza de las compras por la Red en los últimos años.

"Tenemos que animar al comercio minorista para que haga nuevas experiencias y propuestas en la Red. Los grandes operadores están llegando a ser casi monopolios, y tenemos que ver cómo hacer para que estos grandes operadores trabajen en igualdad de condiciones con el pequeño comercio de barrio", declaró.

Otro reto que dijo que plantea el cambio tecnológico es que "las fronteras entre lo externo y lo interno se están diluyendo" y las empresas que quieran exportar deben ganar en eficiencia productiva e incorporación de nuevas tecnologías.

"Tenemos que ver qué nos falta para tener el incremento de productividad esperado", indicó la secretaria de Estado de Comercio.

(SERVIMEDIA)

07-FEB-18

FUENTE: http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/8921350/02/18/El-director-de-cinco-dias-dice-que-google-es-un-aliado-indispensable-para-llegar-a-los-lectores.html

El director de 'cinco días' dice que google es "un aliado indispensable para llegar a los lectores"

7/02/2018 - 12:04

MADRID, 07 (SERVIMEDIA)

El director del diario económico 'Cinco Días', Ricardo de Querol, afirmó hoy en el Foro de la Nueva Comunicación que Google, a pesar de los "desencuentros" recientes habidos con los medios en España a cuenta sobre todo del denominado 'canon digital', es hoy "un aliado indispensable para llegar a los lectores".

De Querol presentó la conferencia que pronunció en el citado encuentro informativo, organizado por Nueva Economía Fórum, la directora general de Google en España y Portugal, Fuencisla Clemares, y afirmó que el gigante de Internet se ha convertido "en uno de los grandes contratadores de publicidad en el mundo" y es un competidor claro, pero "los medios hemos entendido que le necesitamos".

El periodista defendió que no hay que tener "miedo" de Google ni de otros grandes de la Red, porque traen más ventajas que perjuicios para los ciudadanos. A su juicio, algunas instituciones están "inquietas" con estas grandes corporaciones, pero lo cierto es que ninguna de ellas son monopolios públicos y solo son "las que mejor han competido y las que mejor han sabido responder" a los desafíos tecnológicos.

El responsable de 'Cinco Días' augura que Google estará sometido a escrutinio durante mucho tiempo y es normal, "porque quien tiene mucho poder tiene una especial responsabilidad".

De Querol elogió la trayectoria profesional de Fuencisla Clemares, su paso por empresas como Carrefour y su andadura dentro de Google en los distintos puestos que ha desempeñado.

(SERVIMEDIA)

07-FEB-18

FUENTE: https://www.elespanol.com/economia/empresas/20180207/fuencisla-clemares-impuestos-google-espana-cumplimos-ley/283222193_0.html

Fuencisla Clemares sobre los impuestos de Google en España: “Cumplimos la ley”

La Directora General dijo que están dispuestos a ayudar a El Corte Inglés, Carrefour o MediaMarkt a competir contra Amazon.

7 febrero, 2018 12:23

Google está en el punto de mira por su compleja estructura societaria y los impuestos que paga en España. No obstante, su directora general Fuencisla Clemares ha vuelto a señalar este miércoles que la compañía “respeta la Ley”. En su comparecencia en el Foro de la Nueva Comunicación. la representante de Google en España indicó que “la ley permite este tipo de estructuras y nosotros la aplicamos estrictamente”.

Incluso ha rechazado las criticas de quienes dicen que Google no paga impuestos. “Estamos pagando impuestos de sociedades, cerca 19%, lo que pasa es que la mayor parte se paga en Estados Unidos, que es donde se generan nuestros productos. Por otro lado, indicó que Google aboga por tener una ley más homogénea en Europa “muchísimo más transparente y más equitativa para todo el mundo”.

La Agencia Tributaria (AEAT) realizó en junio de 2016 una inspección en las oficinas de Google en España por presunta evasión fiscal. Una inspección que llegó tres años después de que la compañía se pusiera al día con Hacienda tras pagar 1,9 millones de euros por una regularización en 2013.

Seis millones de euros en impuestos

Como publicó EL ESPAÑOL en septiembre, la filial española de Google (Google Spain SL) multiplicó por tres los impuestos pagados a la Agencia Tributaria durante el ejercicio 2016. La compañía elevó su Impuesto de Sociedades por encima de los 6 millones de euros, tras revisar y aumentar los precios que cobra por servicios a la sociedad Irlandesa.

Google Spain SL cerró el año con unos ingresos de 92 millones de euros, frente a los 66,6 millones de un año antes. "El aumento es atribuible a una mayor demanda de los servicios de la Compañía y a una estructura de precios revisada", apunta en la memoria. La sociedad española de Google funciona como una empresa que presta servicios a Google Irlanda.

De esta manera, no factura directamente sus ingresos en España, principalmente los de ingresos de publicidad. El último informe sobre publicidad digital de la IAB cifró el ingreso

anual en 1.526 millones de euros de los que casi el 50% del total, 783 millones, corresponden a *search* (búsquedas) un sector completamente dominado por Google. Esto significa que la compañía al menos factura 700 millones por publicidad, pero declara unos ingresos inferiores a los cien millones.

Ingresos de publicidad

EL ESPAÑOL preguntó a Clemares sobre los ingresos publicitarios de Google en España -el verdadero barómetro de su facturación en el país- pero la Directora General se negó a aportar estos datos argumentando que “no son cifras públicas”. Respecto de ingresos publicitarios sí indicó que Google trabaja para aumentar la tarta publicitaria, ya que "hemos logrado convertir muchos presupuestos comerciales en presupuestos de publicidad”.

Respecto de la multa de 2.420 millones de euros que la Comisión Europea impuso a Google por abuso de posición dominante en su servicio de comparación de compras online, Clemares incidió en que la compañía no está de acuerdo con la misma y recordó que ya ha sido recurrida. No obstante, señaló que se están introduciendo cambios en su servicio y que están trabajando con agregadores para que puedan subir productos a su plataforma.

En cuanto al canon digital impuesto por el gobierno español y la salida de españa del servicio Google News en diciembre de 2014, Clemares indicó que la ley todavía sigue en vigor y que, por tanto, mientras exista este servicio de Google seguirá cerrado.

Ayuda a El Corte Inglés y Carrefour

Este debate generó gran controversia con los medios españoles que exigían que se pagase por la indexación de sus artículos en la mencionada plataforma. La Directora General también recordó “no son creadores de contenidos” y que no tienen planes de serlo en el futuro, pero advirtió que no pueden “pagar por llevar tráfico y *clicks* a los medios”.

Clemares dijo también que Google quiere ser una empresa tecnológica que esté "muy cerca de los retailers", porque cree que les puede dotar de la fuerza tecnológica que necesitan para competir con empresas como Amazon y otros actores del comercio electrónico. "Estamos muy cerca de compañías como El Corte Inglés, Carrefour o MediaMarkt para entender cómo dotándoles de nuestra fuerza tecnológica ellos pueden ser un retail de éxito", dijo.

Finalmente y respecto de su relación con los operadores de telecomunicaciones, otro de los frentes abiertos a la compañía. Clemares indicó que es “cada vez mejor, colaboramos cada vez en más ámbitos de actuación”. “Por ejemplo, con Telefónica tenemos buenas relaciones en muchos ámbitos y hemos avanzado mucho en los últimos años”.

FUENTE: http://www.diariosigloxxi.com/texto-s/mostrar/267776/google-fija-salarios-trabajadores-algoritmo-donde-no-cuenta-sexo

Google fija los salarios de sus trabajadores con un algoritmo donde no cuenta el sexo

Agencias
@DiarioSigloXXI
miércoles, 7 de febrero de 2018, 11:33 h (CET)

MADRID, 07 (SERVIMEDIA)

La directora general de Google en España y Portugal, Fuencisla Clemares, manifestó hoy en el Foro de la Nueva Comunicación que la mujer y la igualdad de género son "apuestas estratégicas" en la selección y el marco laboral de su compañía, y por eso ha adoptado diversas medidas para combatir la brecha salarial entre hombres y mujeres y el acceso desigual a la plantilla.

"Estamos al cien por cien trabajando para que no haya brecha salarial", afirmó Clemares en el coloquio posterior a la conferencia que pronunció en el citado foro de debate, que organiza Nueva Economía Fórum.

Explicó que los salarios en Google salen de "un algoritmo donde el sexo no forma parte de los datos que le dan, sino de otros factores como los objetivos conseguidos". Además, en la selección de personal la compañía exige que siempre haya una mujer en el equipo 'examinador' y que haya paridad en las convocatorias.

En la promoción de los empleados, Google también tiene revisiones periódicas para acreditar si los ratios de género son equitativos.

En la lucha contra la brecha salarial, dijo Clemares, "hay que marcar un plan, y estar encima, para asegurarse de que no hay discriminación".

UNIVERSIDAD

En el coloquio posterior a la conferencia, a la ejecutiva de Google en la Península Ibérica se le preguntó también por la enseñanza tecnológica y la aplicación de nuevas tecnologías en la educación en España, y se mostró crítica, sobre todo con la etapa universitaria en el sistema público.

"Se está adaptando demasiado despacio. La Universidad apenas ha evolucionado. Lamentablemente, está siendo la universidad privada la que está ejerciendo el liderazgo, y para mí es una pena, porque eso genera brecha y desequilibrio", manifestó.

En su opinión, es preciso que el sistema universitario público "tenga más flexibilidad para adaptarse a cambios y para atender la demanda de las empresas".

FUENTE: http://www.lavanguardia.com/vida/20180207/44602832589/economia--google-dice-estar-dispuesta-a-ayudar-a-el-corte-ingles-carrefour-o-mediamarkt-a-competir-contra-amazon.html

Google dice estar dispuesta a ayudar a El Corte Inglés Carrefour o MediaMarkt a competir contra Amazon

- Clemares asegura que la relación con los operadores de telecomunicaciones ha mejorado radicalmente en los últimos tiempos

07/02/2018 12:17 | Actualizado a 07/02/2018 13:02

Clemares asegura que la relación con los operadores de telecomunicaciones ha mejorado radicalmente en los últimos tiempos

MADRID, 7 (EUROPA PRESS)

La directora general de Google España y Portugal, Fuencisla Clemares, ha asegurado que la compañía está "muy cerca" de empresas de comercio minorista como El Corte Inglés, Carrefour o MediaMarkt para que, con la ayuda de su tecnología, puedan competir con los gigantes del comercio digital como Amazon.

En un desayuno informativo, Clemares ha remarcado que Google se posiciona como una empresa tecnológica que quiere estar "muy cerca de los retailers", porque cree que les puede dotar de la fuerza tecnológica que necesitan para competir con empresas como Amazon y otros actores del comercio electrónico.

"Estamos muy cerca de compañías como El Corte Inglés, Carrefour o MediaMarkt para entender cómo dotándoles de nuestra fuerza tecnológica ellos pueden ser un retail de éxito", ha subrayado.

En este sentido, ha asegurado que en la compañía creen que pueden llevar a todo el ecosistema de comercio minorista y distribución para que juntos puedan ser un "rival" para las compañías tecnológicas de comercio electrónico.

"Nos posicionamos como socio tecnológico del retail tradicional para mejorar su capa de tecnología y hacer avanzar el negocio y que sean competitivos", ha incidido la directora general de Google España y Portugal, quien ha recordado que actualmente el consumidor es "multicanal".

Asimismo, Clemares ha incidido en que en España el comercio online está creciendo a doble dígito, pero ha recordado que parte de números "extremadamente pequeños", por lo que esta tendencia se va a mantener y va a seguir produciendo un trasvase de la cifra de negocio del comercio tradicional al mundo online.

VENTAJA DEL COMERCIO TRADICIONAL

En este contexto, ha remarcado que, aunque hoy en día los grandes actores nacidos en Internet son los que lideran el comercio electrónico, el negocio físico tradicional tiene una "ventaja competitiva" y debe trabajar para poner en valor sus tiendas y establecer una estrategia omnicanal. De hecho, ha destacado que empresas como Mango e Inditex están generando experiencias de clientes "imbatibles".

En esta línea, ha destacado también el trabajo de las pequeñas y medianas empresas (pymes), que han hecho un cambio impresionante en época de crisis y han salido al extranjero con éxito, y ha recalcado que la tecnología les va a ayudar a tener éxito y seguir funcionado en el actual entorno.

La directora general de Google España y Portugal ha insistido durante su intervención en el Foro Nueva Economía en que hay que seguir apoyando a las pymes, de las que ha destacado además que tienen más flexibilidad que las grandes empresas, lo que les ha permitido hacer su transformación digital con éxito y sin grandes inversiones.

Por otra parte, la directora general de Google España y Portugal ha rechazado la afirmación de que la digitalización tiene un impacto negativo en el empleo, ya que, de momento, está creando "un montón de puestos de trabajo".

Sin embargo, ha advertido de que como "no nos pongamos las pilas" no seremos capaces de cubrir esos nuevos puestos de trabajo "cualificados" que está generando la transformación digital. "O formamos y reciclamos a nuestros profesionales o no se van cubrir esos puestos de trabajo", ha incidido.

RELACIONES CON LOS OPERADORES

Por otro lado, Clemares ha remarcado que la relación que mantiene el gigante tecnológico con los operadores de telecomunicaciones ha mejorado de forma "radical" en los últimos tiempos y es cada vez mejor.

En concreto, ha apuntado que empiezan a tener una relación comercial "muchísimo más estrecha" y colaboran cada vez en más ámbitos de actuación, aunque luego tengan sus propios puntos de vista en algunas cuestiones.

En este sentido, ha puesto como ejemplo la colaboración que mantiene Google en España con el principal operador de telecomunicaciones del país, Telefónica, con quien tiene unas relaciones "buenas en muchísimos ámbitos".

FUENTE: http://www.cope.es/noticias/economia/google-tiene-receta-contra-brecha-salarial_170542

Google tiene la 'receta' contra la brecha salarial



La directora general de Google España y Portugal, Fuencisla Clemares | La directora general de Google España y Portugal, Fuencisla Clemares

07 de febrero de 2018 | Actualizado el 07 de febrero de 2018

La directora general de Google España y Portugal, **Fuencisla Clemares**, ha afirmado que la compañía tecnológica tiene un sistema para evitar que haya brecha salarial entre hombres y mujeres, y es que **tanto las retribuciones como las subidas salariales las establece un algoritmo**.

Así lo ha dado a conocer este miércoles la directora general de Google España y Portugal, Fuencisla Clemares, en un desayuno informativo organizado por el Foro de la Nueva Comunicación en Madrid. **"Estamos cien por cien convencidos de que no debía haber ninguna brecha salarial** y dentro de la compañía trabajamos para que esto sea así", ha asegurado.

En este sentido, la responsable de Google España y Portugal ha aclarado que la política de empleo, retribuciones y promociones dentro de la compañía se basa en la utilización de algoritmos, como "buena empresa tecnológica".

la política de empleo, retribuciones y promociones dentro de la compañía se basa en la utilización de algoritmos

"Cada jefe recibe la propuesta de subida salarial y de salario de sus empleados en base a un algoritmo donde el sexo de la persona no forma parte del dato que se le da al algoritmo y donde sí se considera qué puesto tiene, qué nivel, cuál ha sido su evaluación, qué objetivos tenía y qué es lo que ha conseguido. Es el propio algoritmo el que propone las subidas salariales y el esquema salarial de cada empleado cada año", ha detallado Clemares.

Asimismo, la directora general de Google España y Portugal ha añadido que, posteriormente, se ponen en marcha grupos que se encargan de analizar si se está produciendo o no la diferencia salarial entre hombres y mujeres. "La realidad es que nosotros en los análisis que hemos hecho no nos ha surgido esa diferencia, pero si surgiera habría que profundizar y entender qué está pasando", ha subrayado.

Preguntada sobre **el rol de la mujer en el mundo de la tecnología**, ha defendido que, a su juicio, juega un "papel fundamental". Así, ha argumentado que Google intenta "desarrollar productos para todo el mundo", es decir, para hombres y mujeres. "Si los que están desarrollando productos son solo hombres, probablemente el producto no va a ser tan bueno como debería", ha remarcado.

De este modo, Fuencisla Clemares ha defendido que **en Google la diversidad --de género, raza o religión-- es una apuesta estratégica** y la mujer es "un pilar fundamental". Además, ha agregado que se trata de una "prioridad" del director general de la compañía, por lo que la empresa con planes y objetivos establecidos.

Como ejemplo, la directora general de Google España y Portugal ha apuntado que, **en la selección de personal, "tiene que haber una mujer entrevistado y paridad a nivel de candidatos"**. "Y si no encuentras mujeres, las buscas; y cuando buscas terminas encontrando", ha remachado.

Por último, Clemares ha indicado que, a nivel de promoción, Google revisa si los ratios son equitativos o no. "Hay que marcar un plan y hay que estar encima para asegurarse de que no se produce ninguna discriminación", ha zanjado.