

"Debemos ayudar a la empresa a innovar en su modelo productivo"

Comité de Patronage con Àngels Chacón, Consellera d'Empresa i Coneixement.

Barcelona, 2 de junio de 2020

Àngels Chacón es licenciada en Derecho por la Universitat de Barcelona y posee asimismo una formación en Comercio Internacional. Además, desarrolló su trayectoria profesional como directora de exportación para los mercados de Oriente Medio y Europa del Este en empresas del sector del papel. En 2011 fue elegida concejala del ayuntamiento de Igualada. Ha ocupado el puesto de directora general de Industria de la Generalitat de Catalunya y en 2018 fue nombrada consellera d'Empresa i Coneixement.



Con 1.370 millones de euros de presupuesto, Chacón se encarga por un lado de que el tejido empresarial de Catalunya sea competitivo, innovador, sostenible, abierto al mundo e integrador. Así como de promover e impulsar la investigación y financiar la red de universidades catalanas.

"Entendemos y defendemos una economía productiva, innovadora,

sostenible, abierta al mundo e integradora. Estamos en un contexto global que nos condiciona a todos, marcado por la irrupción de las nuevas tecnologías que hará que la transformación de modelos productivos sea clave para desarrollar no solo el futuro de las empresas si no el futuro de los territorios".

"Tenemos claro que el elemento de competitividad es el ecosistema de

generación de conocimiento y que debemos avanzarnos a estas nuevas tendencias. Si observamos en conjunto este contexto global de continua transformación y si conocemos nuestros activos, nuestro gobierno podrá saber cómo ayudar a las empresas presentes en nuestro territorio".

"En ámbitos muy concretos, estamos desarrollando tipos de alianzas mucho

más transversales y participativas. Cómo no existe un manual de instrucciones para esta nueva era es importante que exista una buena relación y avanzar mano a mano con instituciones como la Cámara y con las empresas”.

“Como no existe un manual de instrucciones para esta nueva era, es importante que exista una buena relación y avanzar mano a mano con instituciones como la Cámara y con las empresas”

¿Qué es lo que ofrece?

La Conselleria es muy amplia y abarca industria, comercio, energía, turismo, universidades, todo el ámbito de investigación, desarrollo e innovación y la Agencia Avanza. Es consciente de que quieren ser un sujeto y no un objeto de esta nueva economía. Además, conocen sus limitaciones, pero hay iniciativas que quieren tener en cuenta.

¿Cómo se plantea la Generalitat apoyar o impulsar la inversión en eficiencia energética?

“La transición energética nos afecta a todos y también a la industria. A nivel marco, estamos desarrollando una ley y hemos emitido un decreto de transición energética. Pero hay algo que la mayoría de las personas no tienen en cuenta y es cómo esta transición se efectúa en las empresas”.

“A nivel legislativo, hemos pedido que quedarán excluidas del impuesto de emisiones de CO2 cierta tipología de empresas y de generación de energía. Además, estamos reclamando al ministerio una mejora en las tarifas de energía. En efecto, las de Cataluña son un 30% más caras que en el País Vasco, por ejemplo, y esto afecta a la competitividad empresarial”.

¿A partir de que fechas y cuantas personas podrán reunirse en los distintos eventos internacionales



↑ Àngels Chacón, consellera d'Empresa i Coneixement

que se celebrarán en nuestra comunidad?

“Las que tienen competencia de decisión sobre estos aspectos son las autoridades sanitarias. Son ellas las que deben establecer qué parámetros son los adecuados para que se den las condiciones de celebración de eventos. Estamos ante una pandemia que es crítica y ha causado muchas muertes”.

“Como actuaremos ante la pandemia, por ejemplo, en ámbitos como el turismo. Hemos elaborado con el ministerio, un protocolo de seguridad, para los turistas que llegarán a Cataluña. A partir de aquí, se ha comenzado a experimentar. Se han hecho pruebas,

en eventos, supervisadas por autoridades sanitarias para medir la trazabilidad de contagios”.

“Vamos a continuar presionando para que estas instrucciones sean claras y que las empresas puedan planificar con suficiente tiempo temas de capacidad o de organización. Pese a que la capacidad sea inferior a la que uno quisiera, podemos tener igualmente, un mínimo de actividad”.

“Actualmente nos estamos planteando que pasará con el Mobile World Congress el año que viene o con la feria Integrated Systems Europe (ISE), el mayor evento mundial del sector audiovisual que se celebrará por primera vez en Barcelona. La

normalidad tardará aún en llegar y nos marcará mucho su evolución”.

Hay impuestos que son significativamente más elevados en Cataluña que en el resto de España **¿Puede convertirse en una desventaja competitiva a corto y medio plazo y en particular a la salida de la crisis?**

“La aritmética parlamentaria da como resultado el establecimiento de ciertas normas que no concuerdan con la opinión por parte de nuestro gobierno. Pero la realidad parlamentaria es la que es.

Estoy de acuerdo en encontrar el equilibrio de la balanza entre la equidad y la generación de oportunidades. A mi entender, tengo claro qué tipo de figuras impositivas no solo no ayudan a recaudar más, si no que producen el efecto contrario”.

“Es cierto que nuestro territorio es un territorio altamente industrializado de pequeña y mediana empresa. Además, tenemos un déficit fiscal que nos ahoga. Para hacer políticas sociales debemos recurrir a figuras impositivas.

La Comunidad de Madrid, por ejemplo, engloba otro tipo de negocios como los financieros o los seguros. Nuestro tejido empresarial es diferente, exporta el 26% del volumen a nivel estatal. Lideramos las inversiones industriales, pero nuestra capacidad de maniobra es la que es”.

“Es necesario a veces conjugar los criterios políticos con los económicos, porque si no podemos hacer políticas sociales debido a la insuficiencia de recursos -pese a generarlos- es contradictorio”.

El gobierno de la Generalitat está preparando un plan para relanzar el turismo nacional **¿Está previsto un plan para mejorar la imagen que tiene el resto de España de los catalanes y de Cataluña?**

“La imagen de los catalanes, no creo que sea tan mala. Lideramos la inversión y la llegada de turistas. Siempre tendremos que luchar contra cierta imagen o estereotipos que quieren atribuirnos”.

“Siempre tendremos que luchar contra cierta imagen o estereotipos que quieren atribuirnos”

“Nosotros monitorizamos todos los indicadores en tema turístico y en inversiones. Nos han elegido mejor región donde invertir en el sur de Europa, por cuarto año consecutivo, e iremos a Cannes a recoger el premio.

En este sentido, a nivel de captación de negocio, después del ‘procés’ hemos trabajado bien. Creemos en una economía abierta”.

En clave de innovación ¿Cuál es su diagnóstico de la situación actual? ¿Qué herramientas nuevas debemos establecer en nuestro tejido industrial para que innovemos más?

“Antes decíamos que es la innovación lo que va a generar la capacidad de

ser competitivo tanto para empresas como para territorios. Tenemos muy claro, que somos excelentes en publicaciones, generamos mucho conocimiento, pero suspendemos cuando este conocimiento debemos trasladarlo al mercado”.

“¿Por qué si somos capaces de generar conocimiento no conseguimos trasladarlo a las empresas? Pese a que lo estándar a nivel europeo, es dedicar el 3% del PIB a innovación, en Cataluña estamos al 0,6% de inversión pública y la mitad representa la inversión privada. Las empresas no han invertido en innovación, porque no ha habido mecanismos”.

“Hemos creado un marco general denominado Pacte Nacional per la societat del coneixement que consta de siete ejes y hemos hecho una radiografía clara de qué es lo que hay que hacer como gobierno para llegar a unos objetivos. Tenemos la receta, pero esto debe traducirse a nivel presupuestario”.

“A nivel más táctico, en el conjunto de programas que estamos desarrollando desde Acció, están los cupones a la innovación y todo un conjunto de actuaciones. Esta estrategia hemos tenido que reformarla, por la COVID-19, para crear nuevas herramientas que sirvan a las empresas para establecerse en esta industria 4.0. Este es nuestro punto débil: como trasladamos nuestro conocimiento a las empresas y al mercado”.

“Tenemos claro que ayudar a una empresa económicamente no basta para que tenga futuro. Debemos ayudarla a innovar en el modelo productivo”.

“Hemos creado un marco general denominado Pacte Nacional per la societat del coneixement que consta de siete ejes”



↑ Àngels Chacón, durante su intervención en el webinar organizado por la Cámara

1

En Portada

Comité Patronage
con Àngels Chacón

5

Actividad Asociativa

Resúmenes de
webinaires

18

Nuevos Miembros

Bienvenida a los
nuevos miembros

21

Es Noticia

Noticia de los
miembros



ACTIVIDAD ASOCIATIVA

Pág.
7**#Webinairemediación: 3 de junio**

La mediación empresarial en la nueva normalidad con ADRsynergies y GIRA.

Pág.
8**#Webinaireviajes: 15 de junio**

Viajar por negocio ¿cómo, dónde y cuándo? con GEBTA, IMS Medical y Air France-KLM.

Pág.
9**#Webinaireseguridad: 17 de junio**

Riesgo cero para tu empresa con la mejor tecnología con SII Concatel.

Pág.
10**#BusinessBoosterForum: 23 de junio**

El e-commerce en España, adaptarse para triunfar con Webeolia, M&B Abogados y French Desk BDO España.

Pág.
11**#Webinaireconciliación: 30 de junio**

Conciliación, teletrabajo y plan de igualdad, la nueva normalidad en las empresas con Criteria Recursos Humanos.

Pág.
12**#Webinairedigitalización: 2 de julio**

Cómo digitalizar tu pyme con la firma electrónica con Signaturit.

Pág.
13**#Webinairefinanciación: 7 de julio**

Nuevas tendencias de refinanciación y medidas para resolver las tensiones de tesorería, operativas y financieras tras la Covid-19 con Garrigues.

Pág.
14**#Webinairedeclaración: 8 de julio**

Declaración del impuesto sobre sociedades 2019 en el contexto de la COVID-19 con Mazars.

Pág.
15**#Webinaireteletrabajo: 10 de julio**

Teletrabajo: medidas de seguridad técnicas y organizativas con Sopra Steria.

Pág.
16 y 17**#WebinairePatronage: 13 de julio**

con Octavi Bono, director general de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

#webinairemediación:

La mediación empresarial en la nueva normalidad

Barcelona, 3 de junio de 2020



De izquierda a derecha: **Inmaculada Umbert**, Abogada Colaborativa-Mediadora, **Natàlia Flores** y **Marta Méndez**, Consultoras en resolución de conflictos y abogadas, durante sus intervenciones.

Nuestra Cámara organizó en colaboración con **ADRsynergies** y **GIRA** un webinar sobre las oportunidades que genera la mediación empresarial. Poco a poco se va restableciendo el funcionamiento de las empresas adaptándose a la Nueva Normalidad.

Tras el apagón empresarial están saliendo a la luz una cantidad ingente de conflictos mercantiles y laborales, como incumplimientos contractuales, divergencias en la interpretación de los contratos (franquicia, transporte, compraventa...). Los Juzgados también han sufrido una paralización y se prevé no sólo un retraso en la resolución de los procesos judiciales ya existentes sino también una avalancha de nuevas demandas.

Por lo tanto, las empresas deben buscar alternativas. En este contexto, **Inmaculada Umbert**, **Natalia Flores** y **Marta Méndez**, nos recordaron que la mediación empresarial nos permite reducir costes, incrementar la productividad, preservar las relaciones de futuro, lograr acuerdos beneficiosos que supongan un valor añadido para nuestras empresas.

Después de esta hibernación global, buscar alternativas ya no es una opción, sino que se ha convertido en una prioridad, y la solución la encontramos en los ADR (sistemas alternativos de resolución de conflictos). Los más utilizados y conocidos son: negociación, conciliación, arbitraje, derecho colaborativo y mediación.

El éxito de la gestión del conflicto

dependerá de la capacidad de definir, desde un primer momento, la estrategia adecuada de resolución y de un conocimiento del sector del que se trate.

La mediación es voluntaria y confidencial. El mediador/a es un tercero imparcial y neutral que facilita la comunicación y ayuda a las partes a llegar a acuerdos que son vinculantes, pudiendo elevarlos a documento público ante notario para que tengan fuerza ejecutiva.

A través de la mediación se pueden resolver cualquier tipo de conflicto en la empresa. Entre empresas existen conflictos derivados de la R.C por producto o servicio, con un distribuidor, en la interpretación del contrato de franquicia, vulneración en materia de patentes e incumplimiento contractual. En la propia empresa puede existir conflictos entre compañeros de trabajo, directivo y trabajador, trabajador y compañía, entre departamentos, socios de la empresa, etc.

Entre las ventajas que ofrece la mediación para resolver este tipo de conflictos como refleja estudios internacionales como The Eighth Mediation Audit se encuentra una mayor confidencialidad, el contenido del acuerdo y de las reuniones queda reservada a las partes y al mediador. Acuerdos satisfactorios, en los acuerdos de mediación hay un "win-win", porque el acuerdo recoge la opción más beneficiosa para todas las partes, mayor grado de cumplimiento de los acuerdos, flexibilidad del proceso, ahorro de tiempo, reducción de riesgos: las empresas tienen el control

del proceso y de las decisiones. Mejora la comunicación, preservar las relaciones comerciales, reputación, reducción de costes, y emocional: las partes se comunican, rebajando la tensión y los niveles de estrés.

Por último, ofrece ventajas económicas como el coste de reemplazar al proveedor o cliente, factor tiempo, no crea precedente, evita producirse demandas en cascada e imagen corporativa: no se muestra públicamente el descontento en redes sociales. Además, reduce los costes legales: tasas judiciales, intereses y consignaciones judiciales.

En conflictos internos, algunos costes pueden derivar de: Alianzas y coaliciones internas de empleados. Se crean bandos a favor de cada una de las partes en conflicto. Se produce una división interna en la empresa, provocando: más tensión, pérdida de tiempo importante, incremento de rivalidad negativa o disminución de la productividad.

Bajo rendimiento de los empleados: convivir con un conflicto provoca desmotivación a los trabajadores. Bajas laborales, absentismo y fuga de talento.

En la Nueva Normalidad, y tras un periodo donde las empresas se han visto obligadas a cerrar sus negocios o han sufrido una reducción considerable de su actividad -ocasionando muchas pérdidas-, es el momento de elegir modelos de resolución de conflictos eficientes: la mediación empresarial es una de ellas.

#webinaireviajes:

Viajar por negocio ¿cómo, dónde y cuándo?

Barcelona, 15 de junio de 2020

En este webinar organizado con **GEBTA**, **IMS Medical** y **AirFrance-KLM**, al que asistieron de forma virtual más de 50 participantes, se trataron diversas cuestiones respecto a los viajes de negocios. Tras el desconfinamiento, los viajes de negocios tan importantes para las relaciones empresariales arrancaron de una forma escalonada. Es por tanto necesario que las organizaciones se preparen para esta nueva normalidad.

Marcel Forns, Director General de GEBTA, comenzó su intervención comentando la importancia de estar siempre informado ante los cambios diarios. "Actualmente las empresas pueden viajar. Sin embargo, muchas no lo tienen claro debido a que la información es muy cambiante y en algunas ocasiones muy confusa".

A pesar de la situación, Forns recordó que es necesario continuar con la programación de los viajes de negocios. "El viaje forma parte de la dinámica de los negocios, es una palanca de crecimiento y desarrollo. Por cada euro invertido en viajes de negocios, se generan 10 euros en términos de exportaciones".

"Las empresas no comenzarán a viajar si no hay un marco de confianza y por ello se ha creado el Comité de Business Travel que agrupa a las principales empresas del mercado, agencias de viajes, compañías aéreas, hoteles, compañías de alquiler de vehículos, medios de pago, etc. Tiene dos objetivos claros: aglutinar toda la información relevante y todas las fuentes solventes para acompañar a las empresas en la toma de decisiones".

Para finalizar su intervención el director general de GEBTA indicó cuatro recomendaciones clave a la hora de realizar un viaje de negocio.

- Revisar la política de viajes con la agencia y actualizarla. Los aspectos de seguridad y prevención deben ser la parte central.
- Verificar las herramientas y protocolos (informes, seguros, etc).
- Comprobar si los proveedores son los



Marcel Forns, Director General de GEBTA.

adecuados y tienen sellos de calidad.

- Revisar a nivel interno, si las áreas afectadas de los departamentos de gestión de viajes, recursos humanos y seguridad están coordinadas. Es muy importante tener siempre en cuenta al viajero que es el centro de todas las políticas de viajes, lo que le preocupa y en que se le puede ayudar.

A continuación, **Fernando Álvarez**, director de ventas corporativo de AIR FRANCE-KLM, explicó brevemente en qué situación se encontraba la compañía y cuáles son las medidas que han realizado para hacer frente a la pandemia.

"Es primordial conocer la situación del sector de los viajes de negocios a raíz de la COVID-19. El mayor impedimento que existe en estos momentos es la falta de claridad en la restricción de entrada que imponen a los ciudadanos europeos en el

resto de los países".

"Hemos trabajado mucho en proporcionar un medio seguro de transporte para nuestros pasajeros, con la experiencia de haber seguido volando a diario, y no haber interrumpido nunca los vuelos entre Barcelona y París. Se han repatriado a más de medio millón de ciudadanos europeos y se han transportado toneladas de material sanitario cumpliendo todas las medidas sanitarias. Estas prácticas de higiene y seguridad las hemos integrado en un programa denominado Air France Protect, desarrollándose mediante la actualización de protocolos. Para Air France KLM Delta, el mercado de Barcelona es muy importante.

Esther Angulo, directora Comercial Regional en IMS Medical cerró explicando como la empresa acompaña y cuida a los clientes en su business travel.

"Desde IMS Medical trabajamos la seguridad médica en destino. Cuando el cliente ha pasado las fronteras y de repente se encuentra mal, el escenario cambia ya que cualquier síntoma lo identificamos con la COVID-19". Para ello tenemos un call center donde el cliente puede llamarnos 24/7 en casi cualquier idioma."

"El doctor bajo estricta privacidad atiende al cliente in situ en el hotel. Si requiere un tratamiento especial se le trasladará a un hospital internacional, dónde el personal sanitario le atenderá en su idioma y tendrá un tratamiento VIP. Nos dedicamos a cuidar de nuestros clientes".



Fernando Álvarez, director de ventas corporativo de Air France-KLM.

#webinaireseguridad: Riesgo cero para tu empresa con la mejor tecnología

Barcelona, 17 de junio de 2020

Nuestra Cámara organizó con **SII Concatel**, empresa miembro de nuestro Comité de Patronage, un webinar dedicado a la seguridad que permitió analizar las diferentes soluciones y las distintas medidas para la protección de la salud a través de la tecnología.

Desde la multinacional francesa líder en tecnologías de la información e ingeniería, han desarrollado un producto que se denomina Service ONE. Un servicio que lleva ya doce años de maduración y se ha parametrizado específicamente para que pueda trasladarse a las compañías.

Joan Carrillo, director general de SII Concatel, comentó la situación que había hasta junio en relación con la COVID-19 y explicó que el marco cambió con la publicación del Real Decreto de ley 21/2020 del 9 de junio, mediante el cual se extienden las medidas de prevención, higiene y seguridad más allá del estado de alarma. Con dicho decreto, el Estado trasladó al mundo empresarial la responsabilidad de velar por la salud de sus trabajadores mientras estén en los centros de trabajo.

Este Real Decreto obliga a las empresas a tener un plan de contingencia, a adaptar el plan de riesgos laborales y el puesto de trabajo para cumplir con estas recomendaciones por un tiempo



↑ **Joan Carrillo**, director general de SII Concatel, en el transcurso de su presentación.

indefinido. Entre las medidas más destacadas para garantizar la seguridad, está el distanciamiento social de 1,5 metros mínimo, impulsar e implementar medidas de seguridad como el control al acceso de las instalaciones y establecer y mantener medidas higiénicas como el uso de mascarillas y la ventilación y desinfección de espacios.

Carrillo recordó, además, que el incumplimiento de estas obligaciones y medidas de prevención conlleva sanciones previstas en la ley General de Salud Pública, con penas desde 600 euros para las leves hasta 60.000 para

las muy graves.

La prioridad es ahora adaptarse -cuanto antes- a la nueva realidad y para ello, la tecnología es la mejor aliada. ¿Cómo conseguirlo con un riesgo cero? Para ello, SII Concatel ha creado Service One, una aplicación móvil que permite la trazabilidad ante inspecciones de trabajo y tiene una rápida implantación. Para ahorrar costes, todos los procesos de la aplicación están automatizados, permiten también tener un proceso de escalabilidad si la empresa está en varios países. Además, tiene un bajo coste de operación.



↑ **Antonio Pérez**, director comercial en SII Concatel.

Antonio Pérez, director comercial en SII Concatel, continuó con la presentación del servicio que ha diseñado su empresa. **CovidOne**, es el nombre de esta aplicación que se apoya en su servicio Service One. Esta app está compuesta por diferentes módulos como booking, control del estado de salud, control de acceso, solicitud de permisos, teletrabajo, informes, comunicaciones, entre otros. Esta solución integral da seguridad al puesto de trabajo, mejora la confianza de los empleados, automatiza los procesos y los hace más intuitivos. La media de instalación de este servicio ronda los 3 o 4 días y se puede adaptar al modelo que cada cliente considere óptimo.

#Business Booster Forum: El e-commerce en España, adaptarse para triunfar

Barcelona, 23 de junio de 2020

Este encuentro se realizó en el marco del **Business Booster Forum** organizado por CCI France International y la red de las 124 CCI francesas en el exterior, con el apoyo de BPI France.

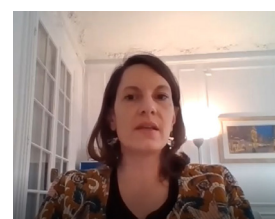
España es el cuarto país de la UE y el primero del sur de Europa en realizar más compras online.

Casi el 70% de los internautas españoles realiza compras online, el 40% lo hace de forma habitual al menos una vez al mes. La crisis sanitaria ha contribuido a acentuar la tendencia.

Casi el 30% de las empresas francesas de venta online están aprovechando esta oportunidad de mercado.

A partir de esta observación, nuestra Cámara ha optado por centrar su participación en el Business Booster Forum en torno a los aspectos prácticos de una actividad de comercio electrónico en España y compartir experiencias, información y asesoramiento con empresas francesas en colaboración con expertos, miembros de nuestra Cámara.

En el programa, se trataron diferentes puntos: aspectos estratégicos de una buena tienda online, cómo evitar errores en el SEO y el enfoque del e-marketing, más allá de las palabras, mediante una lectura cultural de los hábitos de los usuarios españoles, tema desarrollado por la agencia **Webeolia** de la mano de **Domique Chidaïne**, CEO de la compañía; aspectos contractuales de la actividad de comercio electrónico, en particular sobre las condiciones generales de venta y el RGPD, elementos en los que **Elodie Loriaud**, abogada asociada en **M&B Abogados** y **Claudia Ambros**, abogada senior en **M&B Abogados** recomendaron adaptaciones a la legislación española en lugar de la práctica -demasiado extendida- de copiar y pegar; por último, aspectos fiscales en lo que respecta al IVA y el concepto de establecimiento permanente.



↑ Expertos durante sus intervenciones en el webinar "E-commerce en España, adaptarse para triunfar".

¿Cuándo y cuáles son las consecuencias de convertirse en un establecimiento permanente?

Benjamin Arraou, director en **Directeur French Desk BDO España** y **Lionel Chanavat**, experto contable en **French Desk BDO España**, llamaron la atención sobre las novedades del IVA, con un umbral que llega a los 10.000 € y la posibilidad de realizar declaraciones desde una ventanilla única.

El Business Booster Forum fue organizado con la participación de varias Cámaras francesas en el extranjero con el objetivo de permitir a las empresas francesas:

- Entender la evolución de sus mercados "target".
- Identificar nuevas oportunidades comerciales.
- Intercambiar información con los principales contratistas franceses radicados en el extranjero.
- Adaptar su posicionamiento en el contexto de post-Covid-19.

El fórum reunió a 1.075 representantes empresariales durante 2 días en 41 conferencias y talleres temáticos en torno a la internacionalización de las empresas.

(Más información y reproducción completa del webinar en: www.implantation-espagne.fr)

#webinaireconciliación:

Conciliación, teletrabajo y plan de igualdad, la nueva normalidad en las empresas

Barcelona, 30 de junio de 2020

Nuestra Cámara organizó en junio con **Criteria Recursos Humanos**, un webinar titulado "Conciliación, teletrabajo y plan de igualdad, la nueva normalidad en las empresas".

Este intercambio en formato digital permitió analizar el plan de conciliación establecido actualmente, la implementación del teletrabajo, el plan de igualdad y la metodología utilizada desde Criteria.

Cristina Borrego técnica de Igualdad en Criteria Recursos Humanos y **Mada Castellanos** responsable proyectos de Igualdad en Criteria Recursos Humanos, explicaron que la conciliación no es trabajar menos, es trabajar de manera diferente mediante la flexibilidad y la adaptabilidad. Conciliación es la forma en que se facilita compatibilizar la vida laboral con la vida familiar y personal.

Cuando hablamos de corresponsabilidad es dar un paso más, ya que conlleva que mujeres y hombres se responsabilizan de las tareas domésticas, del cuidado y atención de sus hijos, ascendientes u otras personas dependientes.

Para ello se preguntan ¿Cómo puede una empresa ser corresponsable? Las organizaciones laborales forman parte de este proceso pudiendo introducir cambios en su cultura empresarial orientados hacia una conciliación corresponsable, incidiendo en el acercamiento de las medidas existentes a los hombres y garantizando así el derecho a la conciliación de mujeres y hombres.

Además, explicaron con un ejemplo práctico las ventajas del teletrabajo para

las empresas y para las personas. Para las empresas, al eliminar tiempos no productivos se maximiza la eficiencia y productividad de la plantilla. Se reduce el absentismo laboral ocasionado por enfermedades leves, hay un ahorro de costes y existe la posibilidad de contar con equipos de profesionales más cualificados, sin límites geográficos.

Para las personas, crea un ambiente de trabajo sin interrupciones, lo que facilita la concentración. Reduce el tiempo en los desplazamientos, con el consiguiente ahorro económico y mejora de la rentabilización y optimización del tiempo. Hay una mayor flexibilidad horaria y la planificación individualizada mejora la calidad de vida, se reducen las horas extraordinarias y, por tanto, se dispone de más tiempo personal.

No obstante, recuerdan, el teletrabajo también tiene desventajas si no se aborda de la manera adecuada, para ello se debe establecer y organizar un Plan de Teletrabajo que aune actuaciones de: formación, prevención de riesgos laborales, establecimiento de personas a teletrabajar y personas supervisoras a las que se deberá acompañar en el proceso, etc.

Respecto al Plan de Igualdad Criteria hace mención especial al Real Decreto-Ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y en la ocupación que ha incorporado novedades de gran relevancia en la regulación de los planes y medidas de igualdad en las empresas. Algunos de estos cambios se materializarán a través de nuevos Reglamentos, que

actualmente se encuentran en proceso de aprobación.

Entre los principales cambios cabe destacar que existe la obligatoriedad de contar con un plan de igualdad se extiende a todas las empresas de más de 50 personas en plantilla a partir de 2022. Tanto las empresas obligadas, como las que lo desarrollen voluntariamente, deberán inscribir su plan en el Registro de Convenios y Acuerdos Colectivos de Trabajo (REGCON). El contenido de los planes, además, será de acceso público.

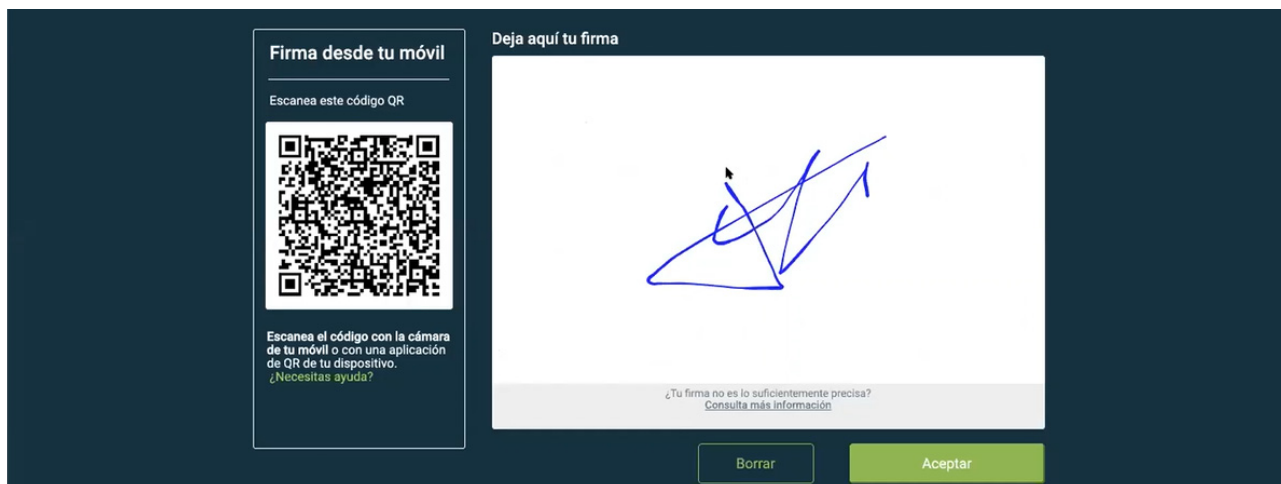
El diagnóstico y el plan deberán de ser negociados en el seno de la Comisión Negociadora del Plan de Igualdad, compuesta por una representación de la empresa y una representación de la plantilla. La Dirección de la empresa deberá facilitar a la parte social todos los datos e información necesaria para elaborar el diagnóstico. El contenido de este está regulado por el artículo 45 de la LOI.

Para alcanzar el objetivo de transparencia salarial y el principio de "igual retribución por trabajos de igual valor", las empresas deberán incluir una auditoría retributiva dentro del plan de igualdad; así como contar con un Registro Salarial que recoja los valores medios de los salarios, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales de su plantilla, desagregados por sexo y distribuidos por grupos profesionales, categorías profesionales o puestos de trabajo iguales o de igual valor.

Reglamentariamente se desarrollará el sistema de seguimiento y evaluación del Plan de igualdad, que son obligatorios como parte de los planes de igualdad.

#webinairedigitalización : Cómo digitalizar tu pyme con la firma electrónica

Barcelona, 2 de julio de 2020



↑ Ejemplo de firma electrónica por Signaturit

Nuestra Cámara organizó junto con **Signaturit** un webinar dedicado a la transformación digital de las empresas y su adopción de herramientas digitales. Una de ellas es la firma electrónica que permite a cualquier compañía firmar todo tipos de contratos de manera digital, facilitando el teletrabajo y agilizando sus procesos de gestión de contratos. Pero ¿Qué es la firma electrónica? ¿Cómo funciona? y ¿Cómo se pueden beneficiar de ella las pymes para impulsar su negocio? **Benjamin Diverly**, senior Inside Sales en Signaturit nos los explicó detalladamente.

Cómo digitalizar tu pyme con la firma electrónica

La crisis del COVID-19 ha acelerado sin duda la transformación digital de las pymes y la adopción de herramientas digitales en este tipo de empresas. Durante esta situación han tomado conciencia de que la digitalización es un factor clave para poder sobrevivir, y la mejor manera de realizar su trabajo de con la mayor eficiencia posible.

La firma electrónica es una de las herramientas que ha permitido a estas empresas mantener su actividad, firmando de manera digital todos los contratos y documentos esenciales para el buen funcionamiento de sus negocios.

¿Qué es la firma electrónica y qué leyes la regulan?

Al igual que la clásica firma manuscrita,

una firma electrónica es un concepto legal que captura la intención del firmante de quedar obligado por los términos del documento firmado. La firma electrónica es legal en toda la Unión Europea y en muchos otros países, entre ellos, en Estados Unidos. Concretamente en la Unión Europea está regulada por el Reglamento eIDAS desde 2006 y en España por la Ley 59/2003 de firma electrónica.

¿Cómo funciona la solución de firma electrónica de Signaturit?

La solución de firma electrónica avanzada de Signaturit permite firmar todo tipo de documentos, de manera legal y segura, en menos de 30 segundos. Es muy fácil de usar al ser muy intuitiva para el firmante, y además no requiere la descarga de ninguna app. El firmante recibe el enlace del documento a firmar por email o SMS, y lo puede firmar realizando el grafo de su firma desde cualquier dispositivo: PC, smartphone o tablet.

Los principales casos de uso para pymes

Aunque la firma electrónica se puede utilizar para firmar todo tipos de documentos y contratos en una empresa, la utilizan principalmente los departamentos de RRHH y de ventas

dentro de las pymes por las grandes ventajas que les aportan.

Para los recursos humanos los casos de uso son para el reclutamiento (contrato de trabajo, acuerdo de confidencialidad, etc.), onboarding (certificado de entrega de equipos, documentos de prevención de riesgos laborales, etc.), gestión de personal (nómina, control de horarios, etc.) y offboarding (certificados de trabajo, finiquitos, etc.). Sus ventajas suponen acelerar los procesos de reclutamiento, optimizar los procesos y mejorar la productividad de los empleados, reducir el papeleo administrativo, mejorar la experiencia del empleado, reducir el impacto medioambiental, evitar los desplazamientos y respetar el actual distanciamiento social...

En el caso de las ventas los casos de uso son para los contratos de prestación de servicios, contratos de distribución, contratos de compraventa o alquiler de bienes e inmuebles, mandatos SEPA, pólizas de seguro, etc. Sus ventajas suponen acelerar los ciclos de ventas, mejorar la productividad de los agentes comerciales, automatizar los procesos de contratación, mejorar la experiencia del cliente, reducir los costes, etc.

En conclusión, la firma electrónica es una herramienta potente para mejorar la eficiencia de las pymes.

#webinairefinaciación:

Nuevas tendencias de refinanciación

Barcelona, 7 de julio de 2020



De izquierda a derecha: **Carlota Paytuvi** socia responsable del departamento de Litigación e Insolvencias de Garrigues en Barcelona, y **Naiara Bueno**, socia del departamento Mercantil de Garrigues.

Nuestra Cámara organizó junto con **Garrigues**, un webinar titulado "Nuevas tendencias de refinanciación y medidas para resolver las tensiones de tesorería, operativas y financieras tras la Covid-19".

En la sesión expusieron -desde la perspectiva financiera y concursal- las dificultades jurídicamente más relevantes que se pueden suscitar, así como, las distintas alternativas existentes ante las tensiones de tesorería, operativas y financieras derivadas de la crisis económica provocada por la crisis sanitaria causada por el Covid-19, cuya duración e intensidad resulta hoy en día imprevisible.

En este sentido, y desde el punto de vista financiero, **Naiara Bueno**, socia del departamento Mercantil de Garrigues, alertó de la importancia de realizar un seguimiento del cumplimiento o no de todas las obligaciones incluidas en los contratos de financiación suscritos con anterioridad a la pandemia provocada por el Covid-19 vigentes en las empresas. Hizo especial no solo en las obligaciones principales (obligaciones de amortización), sino también en las obligaciones secundarias (cumplimiento de ratios, obligaciones de hacer, etc.), cuyos incumplimientos

pueden conllevar, además del devengo del interés de demora, el vencimiento anticipado o resolución del contrato, la imposibilidad de hacer uso de disposiciones pendientes, etc.

Asimismo, abordaron las distintas medidas ante un incumplimiento (solicitud de stand still, dispensa waiver, solicitudes de nueva liquidez, etc.).

Respecto de las medidas de obtención de liquidez, se explicaron las distintas posibilidades y su grado de eficacia práctica (líneas ICO, etc.), destacando la relevancia de asegurar una financiación diversificada que podría incluir, además de la financiación más tradicional, acudir a fondos de deuda, financiación de maquinaria y al mercado de capitales.

Desde el punto de vista concursal, **Carlota Paytuvi**, socia responsable del departamento de Litigación e Insolvencias de Garrigues en Barcelona, expuso inicialmente las principales medidas concursales introducidas por el Real Decreto Ley 16/2020 de 28 de abril que tienen por finalidad establecer determinados "escudos protectores" para las empresas en dificultades. Entre ellas: (i) la no obligación de presentar concurso, aunque concurra una situación de insolvencia hasta el 31 de

diciembre de 2020; (ii) la posibilidad de presentar una nueva comunicación al amparo del artículo 5 bis (conocida como precurso) a pesar de que no haya transcurrido un año desde la anterior comunicación y (iii) la posibilidad de renegociar el Convenio en fase de cumplimiento durante un plazo de un año desde la finalización del estado de alarma.

Asimismo, se destacaron el resto de mecanismos concursales que pueden ser útiles para solventar situaciones de iliquidez temporal o más estructural tales como la homologación de acuerdos de refinanciación con extensión de efectos a acreedores financieros disidentes, la posibilidad de aprobar convenios anticipados de forma rápida e, incluso, en aquellos supuestos de liquidación, la posibilidad de acudir a la transmisión de la compañía mediante ventas de unidades productivas.

En definitiva, la sesión permitió explorar las alternativas financieras y concursales que, ante una situación compleja como la causada por el COVID-19, pueden proteger a las empresas y eventualmente permitir que salgan reforzadas con estructuras de financiación más sólidas.

#webinairedeclaración:

Declaración del impuesto sobre sociedades 2019 en el contexto de la COVID-19

Barcelona, 8 de julio de 2020

Nuestra Cámara organizó en colaboración con **Mazars** un webinar para analizar los principales aspectos relacionados con la presentación de la declaración del Impuesto de Sociedades (I/S) 2019 en el contexto de la COVID-19. Los profesionales de la empresa respondieron a los asistentes sobre la principal cuestión de este encuentro digital: ¿Qué impacto puede tener la pandemia a la hora de realizar dicha declaración?

Jacinto Cana, socio responsable del área fiscal en Mazars Tax & Legal en Madrid, comenzó indicando que el plazo de presentación de la declaración del I/S 2019 se inició el 1 de julio. "La gran particularidad de este año es la problemática de la COVID-19 y es necesario realizar cuanto antes el cierre de la contabilidad. Una vez esté cerrada, se deberán legalizar los libros y aprobar las cuentas anuales, antes de realizar la declaración del impuesto".

Belén Alonso, socia responsable de las áreas doctrina contable, normativa y metodología de auditoría y práctica profesional en Mazars, prosiguió para explicar los diferentes hechos contables que ayudarán a la realización de la declaración.

Hay fundamentalmente dos impactos en el cierre de los estados financieros: el análisis de los hechos posteriores y si es adecuada la aplicación del principio de empresa en funcionamiento.

Los hechos posteriores se refieren a la información obtenida después del cierre del periodo sobre el que se informa. Para los cierres al 31 de diciembre de 2019, la COVID-19 no evidencia condiciones que ya existían al cierre. Es decir, todos los hechos derivados de la pandemia se conocen con posterioridad y por lo tanto, entrarían en la categoría de hechos posteriores tipo 2. El único impacto que tiene en los estados financieros 2019 sería incluir desgloses.

Entonces, ¿Hay que ajustar estos hechos

posteriores? ¿Se deben tener en cuenta los hechos derivados de la pandemia en relación con las pruebas de deterioro? ¿Hay que actualizar las proyecciones que se utilizan? La respuesta de los profesionales de Mazars a estas cuestiones es que no.

Asimismo, se debe evaluar si la hipótesis de empresa en funcionamiento sigue siendo apropiada. Para ello, se debe considerar los hechos ocurridos antes y después del final del periodo sobre el que se informa y sin tener en cuenta la calificación contable de los hechos.

Para ello, hay que tener en cuenta todos los impactos actuales y esperados de la COVID-19 sobre las condiciones económicas de la entidad, en particular la disminución significativa de ingresos, la merma de beneficios por mayores costes y/o por incurrir en gastos imprevistos, el incumplimiento de covenants, los problemas de liquidez e impacto esperado de las medidas de ayuda económicas anunciadas por los gobiernos. Se establece un periodo mínimo a evaluar de 12 meses posteriores al cierre.

El objetivo fundamental de incluir información en memoria es medir el riesgo de ajuste de materiales en el valor contable de los activos y pasivos en el próximo ejercicio, es decir, anticipar los posibles impactos que tendrá en hechos posteriores.

El impacto en los estados financieros de 2020 dependerá fundamentalmente de la fecha de cierre y de los mercados en los que la entidad opera. Será especialmente importante disponer de documentación adecuada que justifique las estimaciones realizadas.

Maria Borén, corporate manager en Mazars Tax & Legal, introdujo entonces los aspectos mercantiles de las cuentas anuales 2019 con la normativa COVID-19, los nuevos plazos de formulación y aprobación de las cuentas, la flexibilidad

para las reuniones del consejo de la Junta, la firma de las cuentas anuales y otras novedades normativas como la limitación del reparto de dividendos y causas de disolución. Como novedad este año, indicó que el plazo máximo para la formulación es el 31 de agosto. Para la aprobación de estas cuentas su plazo máximo será el 31 de octubre y el depósito será un mes después, llegando a un plazo máximo de 30 de noviembre de 2020. Otra particularidad de los cambios introducidos es la prórroga en la presentación del informe de auditoría. En este caso, los auditores de cuentas podrán emitir su informe hasta el 21 de agosto.

Jacinto Cana terminó explicando los aspectos fiscales. Comentó que, en el 2019, no hay impacto con carácter general. Sin embargo, no es lo que ocurrirá en las cuentas del 2020.

"La gran particularidad es que se mantiene el plazo inicial sobre la presentación de la declaración del impuesto de sociedades. Es decir, dentro de los 25 días naturales siguientes a los 6 meses posteriores a la conclusión del período impositivo. Los plazos de presentación del modelo no se amplían. Si en el caso de que a 27 de julio de 2020 no estén las cuentas anuales aprobadas, la declaración se realizará con las cuentas anuales disponibles en ese momento. Si las cuentas anuales aprobadas difieren de las presentadas el 27 de julio, se deberá presentar una nueva o segunda declaración. Como novedad, informar que el carácter del ajuste extracontable en el 2019 será opcional, pero para el 2020 será obligatorio".

En conclusión, desde el punto de vista estrictamente contable, los impactos son muy limitados. En lo que se refiere a la parte mercantil, la pandemia ha dado una prórroga y un margen suficiente para avanzar y formular todo en plazo para que las empresas puedan superar esta crisis sanitaria. Además, los conferenciantes añadieron que la gran problemática se encontrará en la declaración del año 2020.

#webinaireteletrabajo:

Teletrabajo: medidas de seguridad técnicas y organizativas

Barcelona, 10 de julio de 2020



↑ Noemí Baz, data protection officer en Sopra Steria

El webinar organizado con **Sopra Steria** analizó los derechos digitales por parte de los usuarios y el derecho a la desconexión. Además, se habló del teletrabajo como política eficaz de trabajo remoto.

Noemí Baz, data protection officer de la empresa, comenzó explicando cómo la COVID-19 ha favorecido que el teletrabajo sea un mecanismo para la supervivencia de las organizaciones que permite además otros beneficios a los colaboradores. En el caso de Sopra Steria, el objetivo del teletrabajo fue velar por la seguridad de sus trabajadores y continuar ofreciendo sus servicios a los clientes. En cinco días, el 90 % de los trabajadores de la compañía trabajaron desde casa. Esto supuso todo un récord gracias a su plan de contingencia y a un protocolo de actuación competente, funcional y eficiente para hacer frente a cualquier situación extraordinaria.

En la actualidad, muchas organizaciones que, hasta la fecha ignoraban o postergaban la opción del trabajo en remoto, se han visto afectadas por la falta de herramientas que garanticen, no sólo la continuidad de su negocio, sino también la confidencialidad de su información.

Baz señaló que se debería ver esta situación de cambio, no solo como una oportunidad

para evolucionar en las organizaciones, sino también para focalizarnos en un modelo de trabajo mixto, combinando el trabajo presencial con el online.

"Los derechos digitales se introdujeron en España hace dos años. Las empresas y organizaciones deben seguir garantizando los derechos digitales de los trabajadores con independencia de dónde desarrollen su actividad. El derecho a la intimidad de los trabajadores está focalizado en dos ámbitos: uso de dispositivos digitales puestos a su disposición por el empleador, y por el uso de dispositivos de videovigilancia y de grabación del sonido en el lugar de trabajo".

Por lo que respecta a los derechos digitales, existe también el derecho a la desconexión. Esto supone el derecho de los empleados a no contestar comunicaciones, llamadas, emails, mensajes de trabajo fuera de su horario laboral, salvo cuando concurren supuestos de emergencia contemplados en las políticas internas. Para ello, se deberá elaborar una política interna dirigida a trabajadores, incluidos los que ocupen puestos directivos, en la que se definirán las modalidades de ejercicio del derecho. Es preferible iniciar el proceso con pocas medidas, claras, concretas y medibles y en función de los resultados.

Una vez que se tenga una propuesta o borrador sobre la política de desconexión digital a implementar, será necesario dar audiencia a los representantes de los trabajadores antes de definir una versión final. Es importante tener en cuenta el registro del horario de la jornada laboral ya que desconexión digital y registro de horario guardan una estrecha relación.

Desde Sopra Steria, recuerdan que si una empresa o negocio quiere fomentar el teletrabajo, debe tener en cuenta la implantación de los siguientes aspectos: la operativa de trabajo, la comunicación –estableciendo un canal de comunicación para empleados–, las condiciones y políticas donde se establezcan criterios para optar al teletrabajo, las herramientas para agilizarlo, los mecanismos para la monitorización de las operaciones de los equipos. Se deberán además facilitar equipos portátiles y establecer una formación para los trabajadores.

En cuanto a las pautas para un teletrabajo seguro, Noemí Baz explicó que, para gestionar de forma diligente los riesgos en materia de seguridad de la información, se proponen algunas medidas y controles. Cuando se envía información hay que revisar el correo electrónico del destinatario y utilizar la copia oculta para aquellos casos que hay múltiples destinatarios. Se recomienda cifrar los correos electrónicos que contienen datos de carácter personal y se deberá utilizar el correo corporativo único y exclusivamente para la actividad profesional, poseer contraseñas robustas y revisar los enlaces o archivos adjuntos.

En conclusión, la ponente señaló la importancia de realizar un plan de continuidad de negocio ya que es imprescindible para la supervivencia de las organizaciones y que, en ocasiones, es el gran olvidado.

Comité de Patronage con Octavi Bono, director general de Turisme de la Generalitat de Catalunya

Barcelona, 13 de julio de 2020



↑ Octavi Bono, director general de Turisme de la Generalitat de Catalunya, durante su intervención.

Octavi Bono lleva el turismo en la sangre. Ha desarrollado gran parte de su trayectoria profesional en el ámbito de la gestión hotelera. En los últimos 25 años, su carrera ha estado vinculada a este sector desde la gestión pública a escala local y regional. Desde 2016, asume la dirección general de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

El webinar dio comienzo con la explicación de **Octavi Bono** de cómo se estructura la relación Estado - Comunidad Autónoma respecto al turismo. La estructura organizativa del Gobierno español a través de las Comunidades Autónomas genera un ámbito por competencia en materias que no es idéntico para todos. El turismo es un área de competencia exclusiva de las comunidades desde el control hasta su promoción.

"En el gobierno catalán, la Dirección General de Turismo, responsable de

esta gestión, está integrada en el departamento Empresa i Coneixement. Si tomamos este modelo estructural y lo comparamos con el francés, sería algo distinto, por disponer en este caso de la totalidad de las competencias por parte de la región. El peso del turismo en Cataluña es muy elevado, situado en torno al 12% de nuestro PIB, y los puestos de trabajo relacionados con esta actividad suponen el 13,8 %".

El conferenciante insistió en la importancia de esta actividad en la economía catalana: recibimos a 19,3 millones de turistas internacionales. Esto en un ranking la situaría entre los veinte primeros países del mundo. Además, si tomáramos como referencia los ingresos por turismo internacional, su posición mejoraría aún más".

El director general de turismo señaló de igual manera la importancia del mercado doméstico. "En cuanto a cifras de

"Francia es el primer mercado emisor internacional. Uno de cada cuatro de los turistas que llegan a Cataluña es francés lo que supone el 13 % de los ingresos por turismo internacional."

"Las conductas en cuanto al consumo de vacaciones están cambiando"

llegadas, nos proporciona un volumen muy parecido a las llegadas del turismo internacional, pero, por el contrario, en cuanto a ingresos la proporción es de un 86 % por turismo internacional y de un 14 % por turismo nacional".

Francia es el primer mercado emisor internacional, representa el 25 % de las llegadas internacionales, uno de cada cuatro de los turistas que llegan a Cataluña es francés lo que supone el 13% de los ingresos por turismo internacional. "Esta era la situación cómoda que teníamos hasta principios de este año.

En el 2019 crecimos un 4,5 % en ingresos y solo un 1,5 % en llegadas. Esto supone que las acciones derivadas de nuestro plan de marketing y estratégico estaban respondiendo adecuadamente. Tras la pandemia, esta situación cambia radicalmente. A principios del mes de marzo y antes de la declaración del estado de alarma, reunimos al sector, y establecimos cuáles serían los efectos para considerar tras analizar los efectos del SARS en 2003, la Gripe A en el 2009 y el MERS en el 2015".

"En aquel momento los datos que podíamos poner sobre la mesa y sus efectos producidos en el pasado estaban muy lejos de la situación planteada por el COVID-19".

Octavi Bono añadió: "Frente a este escenario se han analizado aproximaciones diferentes. Muchos apuntan a un posible escenario del sector turístico, absolutamente distinto, con grandes cambios y disruptivos. Por otra parte, hay otros profesionales que creen que cuando la pandemia quede bajo control, los hábitos y las dinámicas seguirán un paradigma muy parecido a los que teníamos".

En cuanto a las conductas de la ciudadanía respecto a los cambios generados por la pandemia, el director general señaló que hay nuevas conductas: mayor inseguridad, una clara evasión buscando noticias positivas,



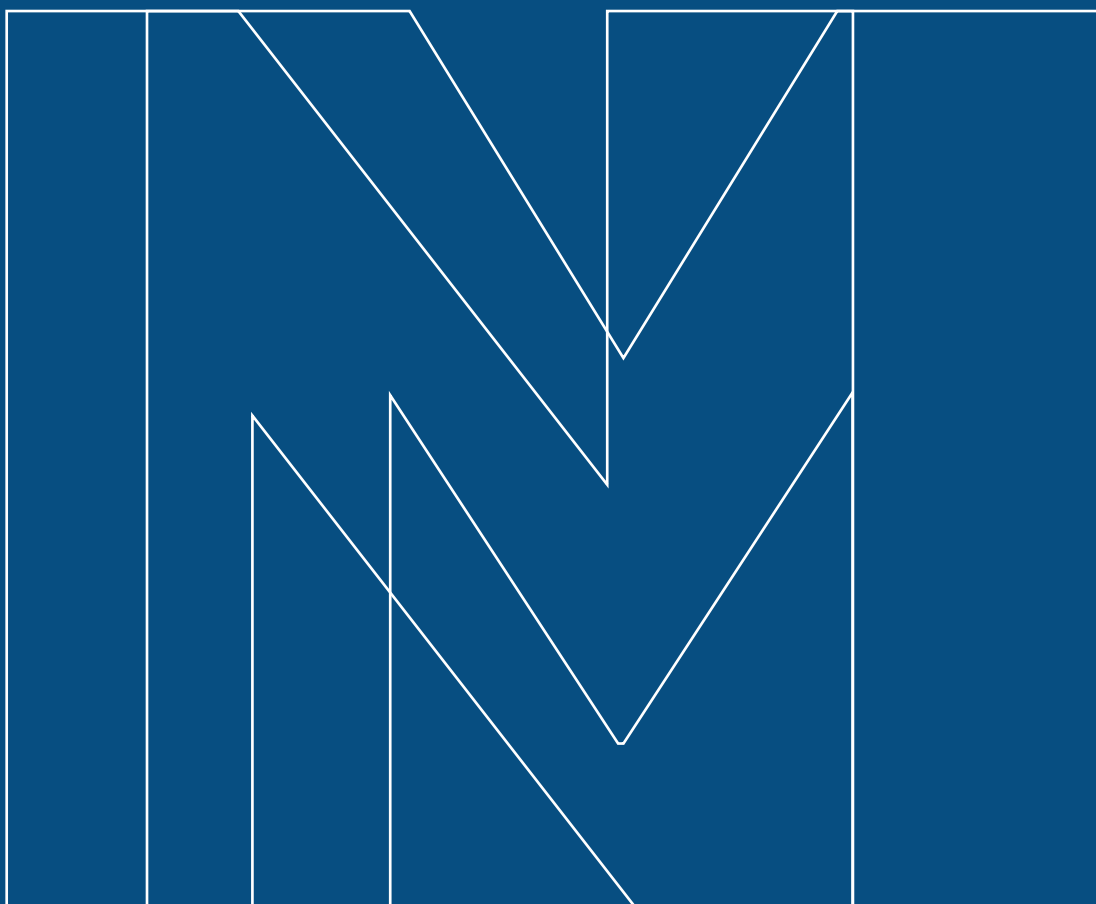
solidaridad, esperanza, conductas asociadas al hedonismo y deseo de seguridad.

"Estos son algunos de los elementos de cómo se ha manifestado la ciudadanía durante el periodo de confinamiento en los que se ha puesto mucha atención para ver cómo puede todo esto condicionar los hábitos y el consumo de las vacaciones, y entender, así como serán de aquí a un futuro próximo".

"Las conductas en cuanto al consumo de vacaciones están cambiando:

crecimiento del transporte por carretera, los viajes en familia se van a reforzar, reducción de estancias, servicios que ofrezcan un entorno seguro y privado, más intereses por la recompensa a través de mecanismo de fidelización, más sensibilidad por la flexibilidad y por el espacio más abierto y menos urbanos".

Es por ello por lo que los mercados de proximidad cobran una mayor relevancia. La posición geográfica de Cataluña para el mercado francés es de especial relevancia.



**NUEVOS
MIEMBROS**





Contacto

Quentin Ortiz, CEO
Tel. (+33) 06.48.03.01.00
hello(@)amadaproduction.com
www.amadaproduction.com

Amada Production, empresa especializada en la creación de contenidos y eventos audiovisuales con sede en París fundada hace más de un año, abrirá próximamente en Barcelona.

Experta en producción de contenido digital e impreso, ayudan a las marcas en la gestión de todas sus necesidades tanto de toma de fotos como de vídeos con difusión en redes sociales, comercio electrónico, impresión y editorial. Además,

se ocupa de recomendación de modelos o personas influyentes, búsqueda de localizaciones, proveedores (fotógrafos, cámaras, técnicos, etc.), filmación y posproducción.

Opera en España y en el extranjero y ayuda a sus clientes en la organización de seminarios o eventos, así como team building, garantizando agilidad, adaptabilidad, eficiencia y resultados en la realización de todos sus proyectos.



Contacto

Pascal Vieilledent, founder & CEO
Tel. (+34) 93.390.61.91
pascal(@)anquorcf.com
www.anquorcf.com

Anquor Corporate Finance, miembro del Comité de Patronage de nuestra Cámara, presta servicios de asesoramiento especializado en finanzas corporativas desde hace más de 30 años. Una experiencia que se inició en 1989 con Eurohold y que se desarrolló con gran éxito, siendo en los últimos años el líder independiente en el mercado español de la pequeña y mediana capitalización.

A finales del 2019 decide crear Anquor Corporate Finance, el nuevo proyecto de un equipo liderado por Pascal Vieilledent, fundador de Eurohold, con el objetivo de dar servicios de corporate finance a

nivel nacional e internacional con un compromiso total y a largo plazo con sus clientes.

Presta servicios de corporate finance a multinacionales, gestoras private equity, family offices, empresas familiares y empresas privadas, desde la concepción y estructuración de las operaciones hasta su cierre. Garantiza un servicio integral en fusiones y adquisiciones, asesoramiento en private equity y consultoría estratégica y financiera gracias a la amplia experiencia de su equipo multisectorial.



attps

AGENCIA DE COMUNICACIÓN

Contacto

Marjorie Ferrer, jefa de proyecto
Tel. (+34) 664.56.54.34
m.ferrer(@)attractemps.fr
www.attractemps.fr

AttrapTemps es una agencia de comunicación full services. Presente en Perpiñán desde 1997, cuenta asimismo con equipos en Narbona y Montpellier. Pone también su savoir faire al servicio de las necesidades de comunicación hacia (o desde) España. AttrapTemps, es la agencia de comunicación global y transfronteriza, de referencia para un gran número de clientes de renombre como Les grands buffets, Les Angles, Entremont, Florette o incluso Les deferlantes, entre otros.

Ofrece servicios de asesoramiento (estrategia, compra de medios), creación gráfica (dirección artística, creación de logos, manual de identidad corporativa), web (UX/Webdesign, desarrollo web), contenido (audio, vídeo, fotografía - estudio fotográfico equipado, redacción), e-marketing (estrategia online, visibilidad, community management), eventos, producción, formación de los equipos de sus clientes. AttrapTemps presta soluciones web, e-marketing y estrategias en español y catalán.



Contacto

Guillaume Pretot, director comercial
Tel. (+34) 93.378.05.09 / 679.45.71.12
g-pretot(@)bruneau.es
www.bruneau.es

Fundada en Francia por Jean Marie Bruneau en 1955, **Bruneau España** abrió sus oficinas en España en julio de 2001 y actualmente es uno de los líderes de la venta a distancia de material y mobiliario de oficina en España.

Ofrece a todas las empresas, administraciones, colectividades y autónomos una amplia gama de más de 20.000 referencias de productos cubriendo todas las necesidades de los profesionales con entregas en

24/48 horas. Su vocación de servicio y atención al cliente se consolidó con la implantación en 2003 de un almacén de 10.000 m² en Vilafranca del Penedés.

Actualmente cuenta con una plantilla de más de 60 trabajadores, especializados en los distintos ámbitos de la venta y distribución de mobiliario y material de oficina. Bruneau cuenta también con un departamento comercial de grandes cuentas para responder a todas las necesidades de sus clientes.



Contacto

Marianne Vandier, CEO
Tel. (+34) 632.20.36.87
marianne(@)esammedia.com
www.esammedia.com

Esammedia MediaGroup SL es una empresa de marketing digital a medida. Ubicada en Barcelona, posee sus propias herramientas de gestión y sus mercados principales son el europeo y el latinoamericano. Su objetivo es, ante todo, aportar el máximo de prospects a sus clientes mediante emailings, generación de leads, tráfico SEM o SEO y también acompañarlos en sus

estrategias de marketing 360°.

Preocupada por la ética en el trabajo, posee la etiqueta Business in Pink que le permite crear una nomenclatura sobre esta temática y proponer a sus miembros seminarios, coaching, fondos de inversión y acompañarlos en la promoción de la diversidad y una mentalidad abierta en el ámbito profesional..



Contacto

Inmaculada Umbert, mediadora y abogada colaborativa.
Tel. (+34) 654.551.724
inmaumbert(@)adrsynergies.com

Inmaculada Umbert Millet, está especializada en el asesoramiento, previo estudio y análisis de los conflictos, tanto entre empresas como entre personas.

Asesora al cliente sobre cuál es el procedimiento alternativo a la vía judicial más recomendable a su caso concreto. Es experta en mediación y en derecho colaborativo sobre conflictos mercantiles y familiares (derivados de contratos, de herencias,

responsabilidades...).

Su misión es conseguir acuerdos entre las partes a través de un proceso voluntario, flexible y participativo de resolución pacífica de conflictos.

Como abogada tiene una experiencia de más de 35 años, habiendo asistido a todo tipo de clientes: grandes empresas, pymes, empresas familiares, autónomos, familias, organizaciones, fundaciones, ONG y particulares.



Contacto

Jacques Delaunay, Sales Manager
Tel. (+34) 93.301.88.78
j.delaunay(@)mpg.com.es
www.mpg.com.es

MPG Logistics, es una empresa logística española, europea y de ámbito global. Ofrece servicios de forwarding, aduanas y logística integral.

Dispone de oficinas propias en Bilbao, Pamplona, Barcelona, Madrid, Valencia, Tenerife, Las Palmas, La Habana, Santo Domingo, Bogotá y Panamá. En la actualidad, se

encuentran trabajando para inaugurar próximamente en Shanghai, Ningbo, Miami, Sao Paulo y Salvador de Bahía.

En MPG son sus trabajadores los que marcan la diferencia. Sus equipos de ofrecen servicios personalizados a cada necesidad logística, pequeños paquetes con muestras comerciales, isotanques, líneas terrestres, cargas de proyecto o chárteres aéreos.



Contacto

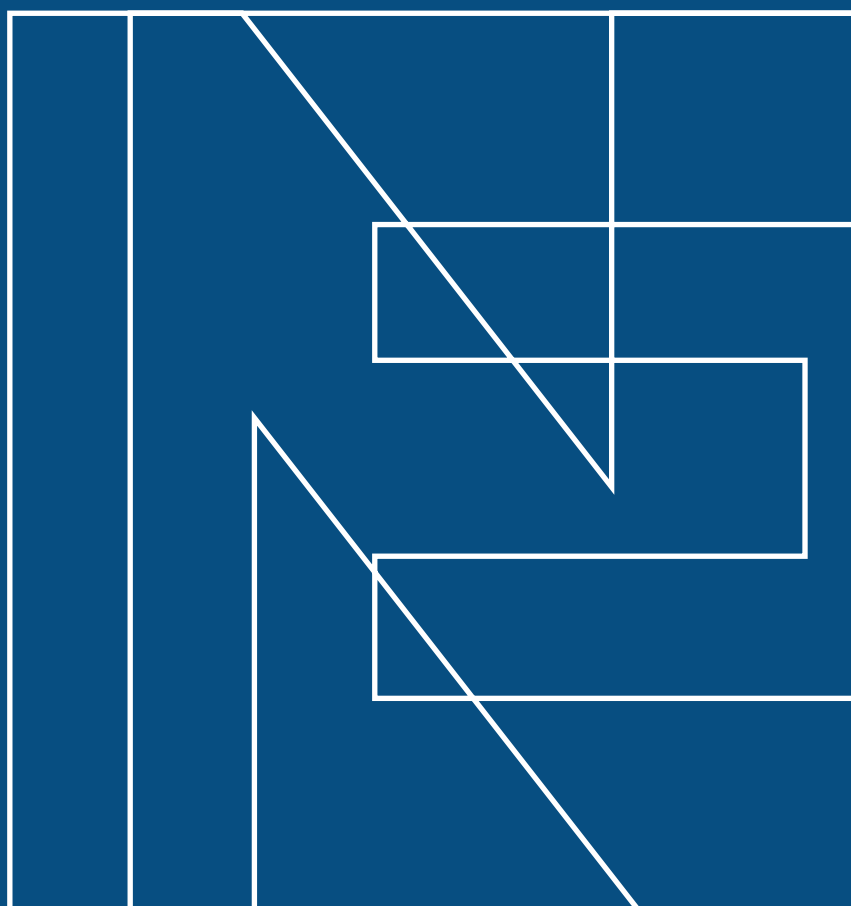
François Louart, Co-Founder
Tel. (+33) 970.460.723
francois(@)washaby.fr
www.washaby.fr

Washaby es una start-up que ofrece al mercado francés un detergente eco que facilita la vida a sus usuarios permitiéndoles ser más responsables.

El detergente ecológico en cápsulas se entrega directamente en el buzón del usuario a un precio económico. Su composición ecológica tiene certificación Ecolabel y su embalaje es cero desechos y biodegradable.

Esta marca barcelonesa se diferencia de sus competidores franceses por su circuito corto de materias primas y de producción (huella de carbono muy baja).

Colabora con la fundación Cares para la gestión del pedido. Esta fundación da acceso al empleo y a la formación de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión social.



ES
NOTICIA





AGM Abogados y Ejarque Abogados se integran

AGM Abogados, miembros de nuestra Cámara y Ejarque Abogados, encabezado por **Sergio López Ejarque** y **Guillermo Bayas Fernández**, han acordado integrarse en una única firma a partir del próximo 1 de julio de 2020.

Sergio y Guillermo tienen una dilatada experiencia en el ámbito procesal, litigación y arbitraje. En los últimos años, ambos han liderado la firma Ejarque Abogados, fundada por Sergio en 2013.

Ambos se integran con la condición de socios en el Departamento de Civil y Procesal, que pasará a denominarse Departamento de Litigación y Arbitraje. El nuevo Departamento, al que se unen un total de 6 personas del equipo de Ejarque Abogados, pasará así a ser uno de los más potentes y significativos de la firma, con un total de 18 personas. En un momento en el que la litigiosidad en España se verá significativamente incrementada debido al Covid-19, AGM contará con uno de los mayores y mejores equipos en esta práctica, ofreciendo una cobertura nacional gracias a nuestras oficinas de Barcelona y Madrid.

Guillermo también formará parte del French Desk de AGM, impulsando la internacionalización de la firma y reforzando nuestros servicios para empresas francesas que quieran invertir o hacer negocios en España o empresas españolas que deseen invertir en Francia.



Le coq sportif abre una nueva tienda en el centro de Barcelona

Le coq sportif, miembros de nuestra Cámara, ha abierto una nueva tienda en pleno centro de Barcelona. Con este nuevo establecimiento, ubicado en Rambla Catalunya 113, uno de los ejes comerciales de la ciudad, la firma francesa ya cuenta con dos tiendas propias en la ciudad condal.

La nueva tienda tiene una superficie de 150 m2 y sigue el concepto y estilo le coq sportif, Bleu-Blanc-Rouge, los colores de la bandera francesa que caracterizan a firma. En Rambla Catalunya 113 se puede encontrar principalmente ropa y calzado lifestyle para hombre, mujer y niño; calzado de las colecciones Made in France y Coq d'Or y las últimas colecciones de deporte como la de tenis o ciclismo.

El establecimiento ha abierto sus puertas siguiendo todas las medidas higiénicas necesarias para garantizar la seguridad de sus clientes. Por otro lado, la nueva tienda ofrece la experiencia de **venta privada y personalizada** a todo el consumidor que lo desee.



Edenred hace un llamamiento a los bares y restaurantes para que se sumen a la iniciativa Hostelería Segura

Edenred, empresa global en soluciones de pago para empresas y creador de Ticket Restaurant® y miembro de nuestro **Comité de Patronage**, ha hecho un llamamiento a los propietarios de bares y restaurantes para recordar lo importante que es participar de la iniciativa Hostelería Segura para reactivar el sector.

El proyecto se ha puesto en marcha desde la patronal Hostelería de España para dotar a los restaurantes de las herramientas, servicios y medidas para mantener las condiciones óptimas de seguridad en los establecimientos.

Para obtener el distintivo, los establecimientos reciben una formación sobre medidas para prevenir el contagio por COVID-19 recogidas en el manual elaborado por el Comité técnico con el Instituto para la Calidad Turística Española.

Además, Edenred se suma también a la iniciativa **#SoyPatrimonio2020** que, a través de la Plataforma Juntos por la Hostelería, postula a la hostelería de España como candidata a ser declarada Patrimonio de la Humanidad 2020.



GSE entrega a fedefarma el centro logístico más vanguardista de Europa

GSE España, miembros de nuestro **Comité de Patronage**, ha hecho entrega a primeros del mes de julio, la obra finalizada del nuevo centro logístico de fedefarma.

La nave industrial de la cooperativa de distribución farmacéutica se encuentra situada en la localidad de Palau-Solità i Plegamans (Barcelona).

La construcción de este nuevo centro logístico robotizado supuso todo un reto a nivel arquitectónico, ya que debía adaptarse al diseño previsto de automatización que lo convierte en uno de los de mayor capacidad productiva de España en su sector.

Con un total de 19.400 m2 de superficie, el almacén puede servir diariamente más de 130.000 líneas de pedido. Esto supone elevar casi un 40 % la capacidad productiva actual de fedefarma, gracias a la robotización de más de 30.000 referencias.



Nicolas Blasyk, CEO y fundador de NuUBB en el top 100 de los más creativos de España

Nicolas Blasyk, CEO y fundador de **NuUBB**, ha sido seleccionado por la revista Forbes entre las 100 personalidades más creativas de España este año. Instalado en Barcelona desde 2018, el emprendedor francés se ha hecho rápidamente un sitio en el ecosistema catalán y ha lanzado su compañía al éxito que se encuentra en pleno crecimiento.

Blasyk es el único directivo extranjero de esta prestigiosa lista que supone un reconocimiento a su visión de apoyar la digitalización de las empresas con fuertes valores en torno a la Green IT, la innovación, el Cloud y la ciberseguridad.

Este enorme esfuerzo se lleva realizando en Francia desde hace más de treinta años y ahora espera que esta distinción constituya más credibilidad para atraer a clientes españoles.



El nuevo CEO de Orange se estrena en España con el lanzamiento de 5G

Jean-François Fallacher, el nuevo CEO de **Orange** en España -miembros de nuestro **Comité de Patronage**- se estrena con el lanzamiento de servicios 5G y una tarifa social para familias receptoras del Ingreso Mínimo Vital.

La compañía ha lanzado su red 5G en nuestro país, en concreto en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga. Según Fallacher, "5G impulsará la digitalización del país, de capital importancia para la recuperación económica tras esta pandemia, y desde Orange jugaremos un papel protagonista en este proceso, demostrando una vez más el compromiso con España que ha distinguido nuestra actividad durante los últimos 22 años".

Fruto también del compromiso con la sociedad española ha sido el lanzamiento de la primera tarifa convergente de un operador en España adaptada a las necesidades y capacidad económica de los hogares con menos recursos.

Con estos dos lanzamientos, y ya bajo la dirección de Jean-François Fallacher, Orange refuerza su compromiso con la transformación digital del país, al mismo tiempo que trata de reducir la brecha digital para los colectivos más vulnerables, de forma que la tecnología sea una herramienta de inclusión y no un obstáculo más para su integración y desarrollo en la sociedad.



RMB te acompaña con tu stand híbrido

RMB Design Solutions es una agencia especializada en el diseño, construcción y montaje de stands, locales comerciales y sistemas de exhibición. Fundada hace 28 años en Argentina, tenido un crecimiento exponencial, abriendo filiales en diferentes países del mundo, acompañando a sus clientes en ferias internacionales.

En estos momentos, ofrecen a todo tipo de empresas el apoyo con el diseño y la construcción de sus stands integrando la parte digital que permitirá al expositor durante los días del evento estar en contacto con stakeholders que no puedan asistir de manera física al evento.

Se encargan de liderar tu stand de principio a fin sumándole esa parte "live streaming" a través de últimas tecnologías que permitirá hacer negocios también de manera digital.

La compañía cuenta con oficinas y producción propia en España (Madrid y Barcelona), Argentina, México, Brasil, EEUU y Chile. Además, cuentan con un equipo de profesionales arquitectos y diseñadores que asesoran al cliente en todo el desarrollo del proyecto bajo el concepto llave en mano.

CURSOS DE FRANCÉS PARA EMPRESAS

**OFERTA
FORMATIVA**

- > Formación **presencial** y **online** orientada al mundo de los negocios y destinada a los directivos y colaboradores de las empresas
- > Clases para grupos por niveles o “one to one” impartidas en el horario que más les convenga
- > **Profesorado nativo** que se desplaza hasta la empresa
- > **Formación bonificable**
- > Presupuesto a medida

**No duden en contactar con nuestra Cámara
para más información**



M^a Carmen Martín
info@camarafrancesa.es
932702450

