

la lettre

Nº311

ENE - MAR

BARCELONA

2022

Vueling lidera el tráfico entre Francia y Barcelona:
“Uno de cada dos pasajeros vuela con nosotros”



Marco Sansavini, CEO de **Vueling**.

2 EN PORTADA
ENTREVISTA CON
MARCO SANSAVINI,
CEO DE VUELING

4 ACTUALIDAD
MODELO 232
NUEVA REFORMA LABORAL
MEJORAR LA TASA DE
CONVERSIÓN
DESCIFRANDO EL EMPLOYER
BRANDING
OPERACIÓN
CLIENTES NUEVOS

**12 ACTIVIDAD
ASOCIATIVA**

**22 NUEVOS
MIEMBROS**

**25 ES
NOTICIA**

Vueling lidera el tráfico entre Francia y Barcelona: “Uno de cada dos pasajeros vuela con nosotros”

ENTREVISTAMOS A MARCO SANSAVINI, CEO DE VUELING

BCN | 16 MAR 2022

Vueling, compañía perteneciente al grupo IAG, opera en Francia desde su lanzamiento en 2004 y es la aerolínea número uno en los flujos entre España y Francia. Actualmente opera en siete aeropuertos franceses: París Orly, Charles de Gaulle, Burdeos, Lyon, Marsella, Nantes y Niza.

En París Orly, Vueling ha ampliado significativamente su capacidad gracias a los slots conseguidos a finales del año pasado. La aerolínea tiene previsto operar este verano hasta 48 rutas directas, lo que representa un destacado crecimiento respecto a las 11 disponibles en verano de 2019.

Con el reto de poner en marcha la compañía este 2022, Vueling sale reconocida en su esfuerzo gracias al premio como la “Mejor Aerolínea de Bajo Coste de Europa otorgado por World Airline Awards y el reconocimiento a la aerolínea más puntual de Europa en su segmento.

Marco Sansavini, CEO de Vueling, explicó ante nuestro Comité de Patronage las situaciones por las que ha pasado la compañía durante la pandemia de la COVID-19: “Hemos vivido dos años sin precedentes. Esta crisis ha traído consecuencias estructurales: estamos pendientes de ver si existirán cambios en la demanda y el entorno competitivo es más complicado.”

“En Vueling, para seguir siendo líderes debemos ser estructuralmente mejores, ser resilientes y ágiles en ajustarnos ante situaciones complicadas. Durante la pandemia hemos podido mitigar parte de los gastos fijos gracias a los ERTes entre muchas otras iniciativas”.

“Para seguir siendo líderes debemos



ser estructuralmente mejores, ser resilientes y ágiles en ajustarnos ante situaciones complicadas”

“Para seguir siendo líderes debemos ser estructuralmente mejores, ser resilientes y ágiles en ajustarnos ante situaciones complicadas.”

Por otro lado, Sansavini explicó el buen funcionamiento del mercado a día de hoy: “En febrero hemos operado el 70% de nuestra capacidad frente al 2019.

A partir de abril comenzamos a tener una planificación que nos llevará

al 100 % de nuestra capacidad comparada con volúmenes pre-pandemia. Es por ello por lo que se atisba la recuperación, pero ¿cómo podemos hacer frente al futuro? Desde Vueling hemos lanzado un programa que se denomina “Vueling Transform” para comprender cuáles son las dimensiones en las que podemos conseguir ser los mejores de la industria. Este plan tiene cuatro ejes: finanzas, empleados, clientes y sociedad”.

Y remarcó: “Hemos identificado 19 iniciativas que detectan cómo podemos hacer las cosas mejor en cada uno de los cuatro ejes. Un ejemplo claro es el proceso de digitalización de la experiencia de viaje, otro sería la creación -a través de una joint venture- de un proveedor de mantenimiento en Barcelona adaptado a las necesidades de una aerolínea low cost. Esto son dos ejemplos de cómo podemos ser más eficientes y llevar un esquema de negocio más adecuado a una aerolínea como Vueling.”

“A partir de abril comenzamos a tener una planificación que nos llevará al 100% de la capacidad del 2019.”

“A partir de abril comenzamos a tener una planificación que nos llevará al 100% de la capacidad del 2019”

En cuanto a la situación del mercado franco-español, el presidente de Vueling comentó que: “Una de las razones por las que hemos podido crecer tanto en París deriva del hecho que Air France ha recibido ayuda del Estado y en consecuencia, la Unión Europea ha exigido a la aerolínea que liberase 18 slots, que Vueling obtuvo gracias a presentar la oferta más atractiva. Actualmente, Vueling tiene 13 aviones A321 CEO en París Orly y operará hasta 48 rutas a partir del verano. La mitad de las personas que se mueven entre Francia y Barcelona lo hacen con Vueling y un tercio entre Francia y España vuelan con nuestra compañía. Francia es sin duda un mercado clave para Vueling.

¿Qué hace un CEO para mantener el talento en una empresa?

“La clave no está en tener uno o dos campeones dentro del equipo. La diferencia se hace cuando en momentos complicados la suma de los individuos que forman parte del equipo es superior. Se crean así situaciones de apoyo, de complicidad y de visión conjunta. Esto es lo que realmente hace

un grupo diferente. Hicimos un análisis de cuáles eran los retos a los que debían enfrentarse nuestros equipos a través de la metodología del “Organization Health index” (OHI) que mide la capacidad para alinearse en torno a los objetivos estratégicos y alcanzarlos para el rendimiento a largo plazo. En definitiva, se trata de un índice de salud organizacional. Intentamos mapear cuáles son las prácticas que apoyan en la motivación de nuestro equipo. Gracias a este mapeo nos dimos cuenta de que debíamos mejorar muchas cosas”.

En cuánto al desarrollo sostenible, ¿Cómo gestionáis desde Vueling el impacto de vuestros vuelos en el medioambiente?

“El compromiso de Vueling con el medio ambiente es total: debemos y queremos contribuir a la lucha contra el cambio climático y al desarrollo sostenible. Actualmente el sector de la aviación no se puede “descarbonizar” ya que no existe ningún avión que pueda volar sin emitir CO₂”. La solución para reducir el impacto en el medio ambiente pasa por hacer las inversiones necesarias en la aviación para hacerla sostenible”.

“Como parte del grupo IAG, nos he-

mos comprometido a llegar al 2050 con cero emisiones netas y a partir del 2030 que al menos el 10% de nuestro carburante sea sostenible. La primera línea de acción está enfocada a trabajar en colaboraciones que puedan llevarnos a desarrollar carburantes sostenibles, tal y como demuestra nuestro acuerdo con Repsol.

La segunda línea sería la fabricación de aviones eléctricos o de hidrógeno y esto puede llegar a ser una realidad a partir de 2035. Para ello, necesitamos tecnologías que todavía no existen y que se están desarrollando.”

“Nos hemos comprometido a llegar al 2050 con cero emisiones netas y al 2030 con al menos el 10% de combustible sostenible”

¿Cómo ves el futuro de Barcelona – El Prat como hub nacional e internacional?

“Somos la primera aerolínea en el aeropuerto de Barcelona. Se trata de un aeropuerto con ciertas complejidades, pero en que todos los actores estamos trabajando juntos con la puesta en marcha de la iniciativa Barcelona-A-Punt y que desde el 2018 nos ha proporcionado mejoras operativas en este entorno complejo, sobre todo dada la dependencia de El Prat con el espacio aéreo francés y especialmente Marsella.

Y recordó que El Prat tiene “dos pistas que no se están utilizando como fueron diseñadas. Para reducir el impacto de ruido a las poblaciones cercanas, se realiza una combinación de vuelos, con lo cual una pista se utiliza sólo para aterrizajes y otra para despegues. Se trata de la infrautilización de esta infraestructura”.

“Nos hemos comprometido a llegar al 2050 con cero emisiones netas y al 2030 con al menos el 10% de combustible sostenible.”



ACTUALIDAD



Aspectos relevantes con relación al modelo 232 y su relación con los precios de transferencia

BCN | 03 NOV



M. Ángeles Mariñas

Socia de TAX
Baker Tilly



João Aranha

Socio Transfer Pricing
Baker Tilly Portugal

El Modelo 232 es una declaración informativa de cumplimentación obligatoria en el caso de que lleves a cabo operaciones vinculadas o si te relacionas con países o territorios declarados como paraíso fiscal, es decir, territorios de baja tributación.

Hablamos con **María Ángeles Mariñas**, socia de TAX en **Baker Tilly** y **João Aranha** socio de Transfer Pricing **Baker Tilly Portugal** para conocer un poco más sobre este modelo y quién está obligado a presentarlo.

¿Qué es el modelo 232 y quién está obligado a presentarlo?

Es una declaración informativa y obligatoria en la que se reporta a la AEAT detalles sobre todo tipo de operaciones con partes vinculadas o con paraísos fiscales. Es decir, cualquier empresa española o sociedad no residente en España pero que opere en nuestro país a través de un establecimiento permanente, y que realice transacciones con otras empresas del mismo grupo empresarial, o incluso con sus socios y administradores, o con empresas de esos familiares, puede estar obligada a presentar esta declaración anual.

¿Qué información debemos aportar en el modelo 232?

La información que debemos aportar en el modelo 232 es la siguiente:

- Información de las operaciones con partes vinculadas: identificaremos la entidad vinculada, el tipo de vinculación, tipo de operación llevado

a cabo, método de valoración de acuerdo con los admitidos por la OCDE y la ley española y el importe anual con cada parte.

- Información sobre reducción de rentas procedentes de determinados activos intangibles: cuando la cesión se realice entre partes vinculadas.
- Operaciones realizadas con paraísos fiscales: en este caso es indiferente que la empresa con la que se realice la operación sea del mismo grupo o totalmente independiente
- Tenencia de valores relacionados con paraísos fiscales.

Lo más relevante es que esta declaración puede considerarse una especie de resumen de la información que debe reflejarse con más detalle y extensión en la documentación obligatoria de precios de transferencia.

¿Y en cuanto a las operaciones especiales que declarar?

En el modelo 232 hay que informar sobre las siguientes operaciones:

- Operaciones con partes vinculadas que superen el valor de mercado de 250.000 € en conjunto al final de cada ejercicio.
- Operaciones vinculadas específicas que superen los 100.000 € por cada operación. Se consideran operaciones específicas:
- Las operaciones con personas físicas que tributen por módulos (estimación objetiva).
- Las operaciones de transmisión de negocios.
- Las operaciones de transmisión de valores o acciones no admitidas a

negociación en alguno de los mercados regulados de valores, o que estén admitidos a negociación en mercados regulados situados en países o territorios calificados como paraísos fiscales.

- Las operaciones de transmisión de inmuebles.
- Las operaciones sobre activos intangibles.
- Todo tipo de operaciones vinculadas, con independencia del importe del valor anual, cuando superen el 50% de la cifra de negocios de la entidad informante.
- Las operaciones de cesión de derechos de uso o explotación de determinados activos intangibles, con independencia del importe.
- Operaciones o tenencia de valores en paraísos fiscales, con independencia del importe.

¿Cuáles son los plazos de presentación y sanciones?

El plazo para presentar el modelo 232 finaliza en el mes siguiente a los diez meses posteriores a la conclusión del período impositivo. Resumiendo, el plazo vence a los 11 meses desde que finaliza el período impositivo. Por ejemplo, una sociedad que cierre su ejercicio cada 31 de diciembre deberá presentar el modelo 232 durante noviembre del año siguiente.

En cualquier caso, las sanciones por no tener disponible la documentación de precios de transferencia, o cuando esta sea incompleta o incorrecta, son mucho más altas. En este sentido, la sanción consistirá en multa pecuniaria fija de 1.000€ por cada dato o 10.000€ por el conjunto de datos omitidos o falsos.

La nueva reforma laboral

BCN 25 | ENE 2022



Emilio Margallo

Socio
EY Abogados



Raúl García

Socio área Laboral
EY Abogados



Isabel Merenciano

Socia área Laboral
EY Abogados

El pasado 30 de diciembre se publicó en el BOE el Real Decreto-ley 32/2021, del 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo. Los medios de comunicación han hecho un seguimiento exhaustivo de la tramitación de la norma que ve la luz después de un complejo proceso de negociación entre todos los agentes sociales.

Hablamos con **Emilio Margallo**, socio de **EY Abogados** y miembro de nuestro Consejo de Administración, **Raúl García**, socio área laboral EY Abogados e **Isabel Merenciano**, socia área laboral EY Abogados.

¿Cómo queda el nuevo esquema de la contratación?

Emilio Margallo: El aspecto relativo a contratación es donde la reforma laboral se ha proyectado con mayor intensidad. El objetivo del legislador es claro: aplicar los máximos esfuerzos normativos en la limitación de la contratación temporal.

El contrato por tiempo indefinido

se convierte en la regla general, estableciéndose un juego de presunciones en el que el incumplimiento de determinadas formalidades en materia de contratación temporal conllevará que el contrato temporal se presuma celebrado por tiempo indefinido. El afán del legislador por poner coto a la temporalidad se aprecia especialmente en el nuevo esquema sancionador y en el endurecimiento del régimen de concatenación de contratos temporales.

La novedad más destacable en materia de contratos temporales es la derogación del contrato de obra o servicio. El contrato eventual de circunstancias de la producción se reformula, dando lugar a dos subtipos de contrato desde la perspectiva de la duración. El contrato por sustitución recoge las reglas legales y reglamentarias en relación con la interinidad.

Si hay una fórmula contractual que ha

salido reforzada en el nuevo esquema normativo, es el contrato fijo-discontinuo. A través de esta fórmula contractual, pretende el legislador que gran parte de las necesidades que tradicionalmente eran cubiertas a través de contratos temporales (como era el caso del contrato de obra o servicio), pasen a ser cubiertas a través de esta fórmula contractual.

“Si hay una forma contractual que ha salido reforzada en el nuevo esquema normativo, es el contrato fijo-discontinuo.”

¿Qué cambia con respecto a la anterior reforma laboral?

Emilio Margallo: En materia contractual el cambio más relevante es la derogación del contrato de obra y servicio, y la reformulación de las causas que justifican el contrato eventual por circunstancias de la producción. Se produce un endurecimiento de las reglas de concatenación de contratos, ya que además de la tradicional regla de concatenación contractual, ahora habrá que estar pendiente a la concatenación de puesto de trabajo, que podrá generar la conversión de

“El contrato por tiempo indefinido se convierte en la regla general.”

“La novedad más destacable en materia de contratos temporales es la derogación del contrato de obra y servicio.”

contratos temporales en indefinidos. El contrato fijo-discontinuo, va a pasar a aglutinar necesidades tradicionalmente calificadas como temporales, por lo que nos tendremos que habituar a su manejo.

A pesar de que mucho se especuló en materia de contrata, la reforma es relativamente inferior a lo esperado. El legislador diseña un mecanismo con el objetivo de que todos los trabajadores que presten servicios en el seno de una contrata estén cubiertos por un convenio colectivo. La interpretación y aplicación del mecanismo es compleja, y ya está generando problemas interpretativos.

En materia de flexibilidad interna, se apuesta por los ERTE's, y se inserta un mecanismo nuevo denominado RED. Los aspectos esenciales de la reforma de la negociación colectiva se centran en la limitación de la prioridad aplicativa del convenio colectivo de empresa en materia esencialmente salarial, y la ultraactividad que pasa a ser ilimitada.

¿Cuáles son los cambios en temporalidad? ¿y en formación?

Raúl García: Además de la ya comentada derogación del contrato de obra, es destacable la reformulación del contrato eventual por circunstancias de la producción. De esta forma se consideran como causas justificativas, el incremento ocasional e imprevisible y las oscilaciones que aun tratándose de la actividad normal de la empresa generan un desajuste temporal entre el empleo estable y disponible y el que se requiere. Al amparo de estas causas se puede celebrar un contrato con duración de seis meses, ampliable hasta un año por convenio colectivo. Cuando por el contrario se trate de atender situaciones ocasionales, previsibles y que tengan una duración reducida y delimitada, las empresas disponen de 90 días por cada año natural, para celebrar este tipo de contrato.

El contrato eventual, es la fórmula contractual que permite el legislador

“El contrato eventual es la fórmula contractual que permite el legislador para sustituir en vacaciones.”

para sustituir en vacaciones.

Los dos tradicionales contratos formativos quedan sustituidos por un único contrato, que presenta dos variantes: formación en alternancia o la adquisición de práctica profesional adecuada al nivel de estudios. En el caso de la formación en alternancia, la duración puede oscilar entre los tres meses a los dos años. Por su parte, la modalidad de práctica profesional puede suscribirse por un plazo de seis meses a un año.

¿Puedes explicarnos un poco sobre el nuevo régimen de los ERTE?

Isabel Merenciano: La reforma aprovecha la experiencia de los ERTE's pandémicos para reformar el Estatuto de los Trabajadores, introduciendo una nueva categoría denominada mecanismo RED de flexibilidad y estabilización del empleo.

Se mantiene la estructura de ERTE's ETOP y fuerza mayor, estableciéndose mecanismos que flexibilizan la utilización de este procedimiento. Se prevén deducciones a la Seguridad Social, que en su mayoría van anudadas a la formación de los trabajadores, con una obligación de mantenimiento del empleo de las personas afectadas de seis meses a computar desde la fecha de finalización del ERTE. Frente a los ERTE's pandémicos es destacable que el incumplimiento de esta obligación conlleva la devolución de las deducciones disfrutadas por los trabajadores cuyo contrato se ha extinguido.

El mecanismo RED de flexibilización y estabilización en el empleo puede ser activado por el Consejo de ministros

en su modalidad cíclica para todo el territorio, o sectorial en los casos en los que un sector determinado genere una situación específica de recualificación y transición profesional.

¿cómo te puede afectar a las empresas esta reforma? ¿y a los trabajadores?

Isabel Merenciano: En términos generales es importante destacar, que se trata de una norma fruto de un consenso que no fue sencillo, lo que supone que muchos de sus aspectos no van a ser sencillos de interpretación ni aplicación.

Es más que probable que el cambio normativo efectivamente redunde en un incremento en la contratación por tiempo indefinido. El efecto de la reforma se verá pronto en las estadísticas de contratación indefinida.

El nuevo esquema normativo contractual, va a requerir un notable esfuerzo empresarial de adaptación de su ecosistema al nuevo paradigma. Siendo el nuevo protagonista el contrato fijo-discontinuo, las empresas deberán familiarizarse en el manejo de esta fórmula contractual. El endurecimiento en materia de contratación se dejará ver en dos aspectos fundamentalmente. Por una parte, las sanciones por suscripción de contratos temporales fraudulentos se computarán por trabajador, frente al esquema tradición de cómputo por empresa. Por otra parte, el endurecimiento de las reglas de concatenación de contratos y de puestos de trabajo, es posible que conlleven aparejada conflictividad al respecto. Habrá que estar muy atentos a cómo se va a enfrentar esta situación por la Inspección de Trabajo, y en especial en la utilización de algoritmos.

Es posible que se vea un repunte de salarios, y ello derivado del nuevo esquema en materia de negociación colectiva, en el que como regla general los convenios de empresa deberán adaptar las tablas salariales a los mínimos previstos en el convenio de sector.

Cómo mejorar la tasa de conversión de tus productos

BCN | 03 FEB 2022

Las necesidades y el comportamiento de los consumidores están en constante evolución, lo que obliga a los comerciantes a revisar las técnicas de venta además de toda la información relativa a los productos, servicios, proceso de compra, etc. En definitiva, a todo aquello que tenga algún impacto sobre el proceso y experiencia de compra del usuario.

Tiphaine Tournay, Digital Project Manager **Click2Buy** España y **Estefanía Navarro**, Retail Account Manager, nos cuentan cómo podemos mejorar la tasa de conversión de la página de tus productos gracias a la implementación de varias herramientas.

¿En pocas palabras qué es Click2buy?

Click2Buy es una empresa de Lille (Francia) que ofrece una solución de dónde comprar a las marcas. En términos concretos, el 'Where to Buy' se puede resumir en un botón de "Dónde Comprar" instalado en el sitio web de la marca e incluso en los medios de comunicación de la marca. Cuando se hace clic en este botón, el usuario accede a un *widget* que muestra los distribuidores donde está disponible el producto. Estos distribuidores se muestran por canal de distribución: entrega a domicilio, 'click and collect', tiendas físicas. Si el consumidor elige un distribuidor que vende en línea, es redirigido al sitio web del distribuidor para finalizar su compra. Si elige un punto de venta físico, accede a la ruta que le permite llegar.

Con tanta competencia en la venta online **¿de qué manera nos puede ayudar Click2buy a llegar más rápido a nuestros posibles clientes?**

Nuestra herramienta permite a las marcas brindar información sobre sus productos y vender más rápidamente. Sus clientes pueden



Tiphaine Tournay

Digital Project Manager
Click2Buy

encontrar fácilmente los productos de la marca y elegir su método de distribución preferido. Por lo tanto, genera ventas al redirigir a los usuarios a los distribuidores que tienen el producto en *stock*.

Finalmente, si deciden instalar nuestro botón de compra en sus medios de comunicación digitales, aumentan la conversión de su audiencia en clientes.

¿Es necesario tener una página web para usar Click2buy?

No es necesario, la solución se puede instalar directamente en los medios de comunicación de la marca como se explicó anteriormente. Además, es posible crear una página de destino de uno o varios productos para captar la audiencia antes de redirigirla al distribuidor seleccionado en la solución.

¿Es difícil integrar vuestra solución?

La solución es fácil y rápida de integrar. Simplemente se necesita agregar un *script* proporcionado por los gerentes de proyecto en el lugar correcto de su web. ¡Nuestros equipos también brindan a las marcas una guía de integración completa y las apoyan durante toda la colaboración!

¿Qué es la tasa de conversión? ¿Qué es una buena tasa de conversión? Y ¿Qué podemos hacer para mejorarla?

Estefanía Navarro

Retail Account Manager
Click2Buy



La tasa de conversión varía entre las marcas y su sector de actividad y no existe una buena tasa de conversión en sí. Lo que importa es la mejora de esta tasa a lo largo del tiempo. Si quieres más información y consejos para mejorar tu tasa de conversión, aquí tienes el enlace a la repetición de nuestro webinar realizado con la Cámara sobre el tema.

¿Nos podéis exponer algún caso de éxito?

El grupo internacional TechTronic Industries (TTI) diseña y comercializa equipos de bricolaje eléctricos de alto rendimiento. Los objetivos de este grupo eran de orientar a los clientes, facilitar su proceso de compra, aumentar el volumen de ventas, optimizar las inversiones digitales y obtener tendencias de ventas para así poder adaptar las estrategias de distribución ¡Gracias a Click2Buy han conseguido todos sus desafíos y objetivos!

Logramos equipar 12 países con la solución y con esto hemos conseguido informar de la disponibilidad de los productos a más de 800.000 consumidores. Además, el 70% de los consumidores son redirigidos a un distribuidor y pueden así comprar el producto fácilmente. Además, hemos conseguido aumentar en un 40% las ventas del año.

Connectez-vous à un réseau
de **33 000 entreprises**
dans **96 pays**



**CCI FRANCE
INTERNATIONAL**

www.ccifrance-international.org

Descifrando el employer branding

BCN | 08 FEB 2022

En una era marcada por una pandemia mundial y confinamientos a repetición, muchos empleados trazan nuevos horizontes en su trayectoria profesional, cambian de profesión o se convierten en freelancers y las empresas se ven obligadas a innovar constantemente para mantener su compromiso. Por otro lado, el 95% de las personas que buscan nuevas oportunidades laborales considera que la reputación del empleador es clave a la hora de tomar una decisión, según un estudio de Glassdoor.

A continuación, charlamos con **Jessie Durand**, Country Manager France **ISPROX** para que nos ayude a comprender cómo el desarrollo de la marca va estrechamente ligado a la capacidad de atraer, fidelizar e implicar al talento.

¿Qué es el employer branding?

Se trata de la marca del empleador, es decir, la imagen que tienen de la empresa tanto sus empleados como sus posibles candidatos.

¿Por qué es importante el Employer Branding?

El hecho de cuidar o no la marca del empleador puede ser determinante para atraer o fidelizar al talento deseado. En tiempos de pandemia, aumenta la necesidad de las compañías por gestionar su imagen de marca, ya que muchos empleados trazan nuevos horizontes en su trayectoria profesional, cambian de profesión o se convierten en freelancers y las empresas se ven obligadas a innovar constantemente para mantener su compromiso. Por ello, ahora es más importante que nunca poner el foco en mimar la cultura corporativa, así como la alineación de los empleados con los valores de la empresa.

¿Cuáles son los beneficios tangibles al aplicar una estrategia de employer branding?



Jessie Durand

Country Manager France
ISPROX

Un incremento en la capacidad de atracción del talento, la fidelización de los empleados y el aumento de su productividad gracias al compromiso.

¿Qué consejos se podrían dar a las personas que quieran desarrollar su propia marca empleadora?

- Apostar por la sostenibilidad y la ecología.
- Llevar a cabo acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
- Ofrecer salarios alineados al mercado con beneficios atractivos.
- Ser flexible y ofrecer opciones ajustadas a las necesidades de cada empleado en cuanto a horarios, presencialidad en la oficina y necesidades personales.
- Ofrecer oportunidades de crecimiento en la empresa a través de planes de formaciones individuales, cambios de departamento voluntarios, carreras nacionales e internacionales.
- Ofrecer experiencias colaboradoras: Eventos, fiestas de empresa, iniciativas de deporte, o mercados con productos de la empresa en las instalaciones.
- Presencia en redes sociales mostrando la cultura de la empresa y testimonios de empleados.
- Convertir a estudiantes o empleados recién incorporados en embajadores de la marca.
- Apostar por una cultura de empresa simple y transparente, creando un vínculo cercano con el trabajador y consiguiendo que se sienta como en una familia.
- Crear planes de incentivos flexibles.
- Buscar la consistencia de nuestro employer branding a través de LinkedIn y materiales internos.

- Llevar a cabo procesos de selección honestos y transparentes.

¿Este modelo es aplicable a cualquier persona o hace falta trabajar caso por caso primero y crearla?

La marca empleadora suele ir en línea con los valores y filosofía de la empresa, por lo que es posible empezar a crearla y definir las primeras acciones desde un punto de vista global.

El feedback de los propios empleados y personas que forman parte de la organización es también un buen punto de partida para desarrollar las acciones que irán dando forma a la marca empleadora.

¿Cómo debería transformarse digitalmente RRHH? ¿qué es para ti innovar?

Innovar, para nosotros, es hacer las cosas de una forma diferente a la establecida. El sector de los RR.HH. debería evolucionar hacia la automatización de procesos a través de herramientas digitales que permitan reducir el tiempo dedicado a tareas repetitivas.

También hacia el uso de la analítica predictiva, de forma que cualquier dinámica interna de la empresa pueda ser convertida en datos cuantificables, por ejemplo, el registro de horario y la planificación de turnos, el desempeño de los trabajadores, la medición del clima laboral a través de formularios o incluso la formación, y sea posible ser notificados de incidencias o carencias que, sin los datos, no podríamos identificar de forma tan sencilla o inmediata.

Operación clientes nuevos

BCN | 03 MAR 2022



Hervé Felouzat

fundador y CEO
Ganantia

Hervé Felouzat es fundador y CEO de **Ganantia Management Comercial**. Creador del Método 5G, ha ayudado, desde 2010, a decenas de directivos y centenares de comerciales a maximizar su rendimiento comercial para multiplicar sus ventas, tanto en grandes empresas multinacionales como nacionales y pymes de múltiples sectores.

A pesar de la consecución de vaivenes que estamos viviendo: **¿Cómo se adapta la empresa en tiempos de tempestad?**

Un camino certero es pasar de la velocidad a la agilidad es decir de un ritmo frenético a una cadencia más equilibrada basada en una velocidad más reflexionada.

¿Cómo podemos mantener la motivación a nuestros equipos?

La ruta de oro consiste en que los directivos y managers creen las condiciones óptimas para que sus colaboradores sean exitosos.

¿Es posible conseguir que el equipo de ventas mejore sus resultados ante este escenario?

Está comprobado que sí. Todo periodo de crisis contempla dos escenarios. Uno en el que la demanda se reduce y otro en el que se dispara. En ambos casos, existen oportunidades para ganar cuota de mercado. Pero para ello, es necesario fortalecer ciertas competencias a un nivel superior y adquirir nuevas que antes no eran claves, como, por ejemplo, todas las que están relacionadas con la digitalización.

¿Qué skills hay que mejorar o trabajar para lograr tener un buen equipo comercial?

Multiplicar las ventas de cualquier compañía pasa por proporcionar principios y herramientas que optimi-

cen el rendimiento de los comerciales en lo relativo a:

- **Una gestión óptima** de sus habilidades, recursos, tiempo y oportunidades para lograr los resultados previstos.
- **Un liderazgo proactivo** para crear y desarrollar relaciones plenamente satisfactorias con sus clientes para que los inspire a decidir a favor de sus propuestas.

Y qué decir de la transformación digital, **¿Es posible mejorar las ventas en un entorno cada vez más digital?**

En Ganantia, captamos el 100% de nuestros clientes nuevos a través del canal digital. Los desafíos son: 1. El sistema y 2. Las personas. Tan simple y tan complejo a la vez. Y para ambos desafíos ofrecemos una hoja de ruta sólida.

“Los desafíos son el sistema y las personas. Tan simple y tan complejo a la vez.”

¿Existen clientes “buenos” y “malos” a la hora de vender nuestros productos?

Más que “bueno” o “malo”, existe el cliente ideal y el cliente perfecto. Este último es el cliente que vas a poder transformar o ayudar más rápido con tu solución, con esfuerzos menores para ti.

¿Cómo pueden convertir leads en clientes? Poniendo el foco en la persona del cliente, no solo en la tecnología. El reto reside en potenciar, en los comerciales, la capacidad de relación y comunicación para que generen más confianza en sus clientes y consigan multiplicar el porcentaje de cierre de las propuestas que presentan.

“El reto reside en potenciar la capacidad de relación y comunicación para que generen más confianza en sus clientes y consigan multiplicar el porcentaje de cierre.”

¿Nos podrías dar algunos tips para mejorar la capacidad de negociación de nuestro equipo?

Cada cliente es único, cada interlocutor es único. Si nuestros comerciales dejan de vender su libro, en modo “café para todos”, e identifican las necesidades, tanto del negocio como las de los tomadores de decisión, el tiempo y la energía dedicada a la negociación se reducirá drásticamente.

¿Quién dice que una venta requiere siempre una negociación?



ACTIVIDAD ASOCIATIVA



Agile Mindset

BCN | 09 MAR 2022



José Torres

Coach y cofundador
Outside



Vicent Gergelé

Innovation & Transformation Innovator
Codesign-it!

Antes de nada, deberíamos saber qué es ¿Agile Mindset? Y porque muchos profesionales de RRHH están incorporándolo a sus departamentos. Para generar valor y crear una ventaja competitiva en el mercado laboral se está apostando, desde los diferentes departamentos de Recursos Humanos por un nuevo enfoque basado en los conceptos "Mindset" como disposición mental o predisposición y "Agile" es decir ágil.

El Agile Mindset es la habilidad para anticiparse y responder a los cambios del mercado laboral, generando una ventaja competitiva mediante la transformación de la forma tradicional de trabajo de cada área. Es decir, este concepto hace referencia a que para afrontar un cambio las organizaciones o los individuos deben tener una predisposición a aceptar y a liderar la transformación. Por tanto, si un líder quiere impulsar una transformación en su organización, hará bien en crear una atmósfera en la que esta predisposición a los cambios se pueda extender entre los miembros de sus equipos.

Para **José Torres**, Coach y

cofundador de **Outside**, las metodologías Agile y Lean aportan una ventaja competitiva respecto a otros modelos de desarrollo de productos y servicios cuando se dan entornos complejos. Las ideas principales que aportan esta ventaja son: su enfoque iterativo e incremental, la entrega de valor temprana y de forma continuada al cliente y la idea "calidad en el origen".

Durante la sesión de la Comisión coordinada por **Vicent Gergelé** Innovation & Transformation Facilitator, Torres habló sobre Cynefin, para ser conscientes de la importancia del ámbito o contexto a la hora de elegir entre diferentes metodologías. Además, analizó los rasgos principales de modelos predictivos (waterfall) y adaptativos (scrum o kanban) para conseguir entender el valor que pueden generar cada uno de ellos aplicados a la gestión de proyectos en función del contexto en el que se apliquen.

Las metodologías Agile y Lean aportan una ventaja competitiva respecto a otros modelos de gestión de proyectos cuando se dan entornos complejos. Algunas de las ideas principales que contribuyen a dicha ventaja competitiva, según Torres, son las siguientes:

- La importancia del contexto en relación con la metodología de gestión.
- La entrega de valor temprana y de forma continuada al cliente.
- La relación de colaboración con el

cliente y su feedback continuado.

- La gestión del riesgo mediante la validación con la realidad.
- La capacidad de adaptación y respuesta a los cambios e imprevistos del proceso de desarrollo iterativo e incremental.
- El enfoque de calidad en el origen y los procesos de mejora continua para maximizar la excelencia.
- "Último momento responsable" y el valor de posponer la toma de decisión.
- Importancia e impacto de las diferentes formas de desperdicio.
- Sistemas de priorización vs multitarea.

En definitiva, la agilidad tiene mucho en común con la transformación digital. De hecho, no es casualidad que naciera precisamente en ese sector. Sin embargo, algunos profesionales consideran que la agilidad es más cultura que procesos. Es necesario crear un entorno que se apoye en valores, comportamientos y prácticas para que los equipos puedan ser más adaptables, flexibles, innovadores y resilientes.

"Agile Mindset es la habilidad para anticiparse y responder a los cambios del mercado laboral."

"La agilidad es más cultura que procesos. Hay que crear un entorno que se apoye en valores, comportamientos y prácticas."

Semana de 4 días: caso de Desigual

BCN | 09 MAR 2022

La pandemia ha cambiado la forma en que vivimos nuestras vidas, pero también nos ha dado la oportunidad de reiniciar y repensar cómo trabajamos. Llevamos, ya 100 años con la misma jornada laboral. Es por ello por lo que la propuesta de una jornada laboral reducida y flexible de 4 días o 32 horas a la semana, ha adquirido una nueva importancia a medida que la pandemia agudiza los problemas en torno al bienestar, la salud mental de los trabajadores y el equilibrio entre la vida laboral y personal.

Debido a que cada vez somos más conscientes de que la pandemia ha acelerado estas tendencias de fondo, los empleados se quedan cada vez menos en sus puestos de trabajo, dando lugar a grandes dificultades para reclutar nuevos colaboradores. Estos últimos años, se ha ido implantando algo que parecía utópico, pero que gana cada día más terreno: la semana de 4 días. Islandia y Francia ya han progresado en este sentido y existen cada vez más empresas que lo implementan. También está ocurriendo en España como el caso de la empresa catalana de retail Desigual.

Célia Juega, Abogada en **M&B Abogados** explicó cómo implantar dicha medida desde un punto de vista legal.

“La jornada de cuatro días acarrea una reducción salarial y, por ende, un impacto en las prestaciones de la seguridad social. Desde un punto de vista legal, la vía adecuada para implantar dicha medida es la novación contractual: la empresa negocia la reducción de jornada y salario con cada trabajador dando lugar a nuevos contratos de trabajo. No obstante, en empresas grandes, resulta difícil llegar a acuerdos uniformes.

Por otro lado, y siempre y cuando la empresa acredite causas



Célia Juega

Abogada
M&B Abogados

económicas, técnicas y organizativas, la vía más plausible es la del artículo 41 del Estatuto de los Trabajadores respecto de la modificación sustancial de las condiciones de trabajo.

Este artículo establece un procedimiento que permite la negociación de la medida con los trabajadores, que puede concluir con o sin acuerdo. Independientemente del resultado de las negociaciones, la empresa puede implantarla de forma unilateral.

Es esencial obtener un respaldo holgado de la medida dado que, en caso de actuar en contra de la voluntad de los trabajadores, aumenta el riesgo de que los no conformes soliciten la extinción indemnizada de su contrato o impugnen las causas motivadoras de la decisión, elevándose así el riesgo de nulidad.

La tercera opción, sería mediante un acuerdo colectivo de empresa. No obstante, supone la negociación y acuerdo obligatorio con los trabajadores y su aplicación imperativa a todos ellos”.

Esta última posibilidad para su implementación fue la que eligió Desigual. **Coral Alcaráz**, Chief People Officer **Desigual** expuso en nuestra última Comisión de Recursos Humanos, cómo lograron implementar este acuerdo con tanto éxito.

El 7 de octubre de 2021 los empleados de Desigual participaron en una votación para decidir sobre la



Coral Alcaráz

Chief People Officer
Desigual

reducción de su jornada laboral de 5 a 4 días. Con una participación del 98%, cerca de 500 personas de las oficinas centrales de Barcelona, disfrutaron hoy de una jornada de lunes a jueves, incluyendo 3 días presenciales y uno de teletrabajo.

Se trata de una apuesta completamente diferente por parte de la compañía para la implementación de modelos de trabajo y conciliación disruptivos y se convierte así en una de las primeras empresas de España en ofrecer este tipo de condiciones. Según diversas declaraciones de varios directivos de Desigual, estos confían que esta iniciativa haga de la empresa una compañía más atractiva para poder atraer y retener talento gracias a la mejora del employer branding. Estas son dos claves de suma importancia en el área de recursos humanos ya que se torna cada vez más compleja la búsqueda del talento debido al alto grado de especialización que las personas están adquiriendo en los últimos tiempos.

Entre los beneficios que se citan por la reducción de las reducciones de jornada podrían conllevar: aumento del ocio, mejora de la calidad de vida para los empleados, posibilidad de conciliar vida laboral y personal, así como creación de pequeños proyectos de emprendimiento.

Por lo tanto, se podría estimar, en cierta manera, que la jornada propuesta por Desigual es una alternativa de fomento de la innovación en el entorno laboral.

Anuario de miembros 2022: **¡ya en imprenta!**

+1200 ejemplares
+400 empresas
+2500 contactos francoespañoles



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA DE COMERCIO FRANCESA
desde 1883

España 2022: Perspectivas económicas

BCN | 17 MAR 2022

COMISIÓN
CFO



Juan Pablo Riesgo

Socio
EY Abogados

El año 2022 ha significado un impulso para las Comisiones de la Cámara Francesa con la consolidación de las existentes y la creación de nuevas. En este sentido, y atendiendo una demanda de varios socios, se constituyó la Comisión CFO que cuenta ya con 40 miembros.

Para discutir la temática contamos con la participación de **Juan Pablo Riesgo**, socio de **EY Abogados** y exsecretario de Estado de Empleo. Riesgo, planteó en su intervención 4 grandes áreas temáticas para tratar:

- Los principales indicadores de la evolución prevista en España para el 2022.
- El impacto de la invasión de Rusia en múltiples ámbitos.
- La evolución de la llegada de fondos Next Generation.
- Principales indicadores del observatorio sobre el mercado laboral.

En España este año se esperaba un período de adaptación a la normalidad pero aún continúan los desequilibrios: la evolución de la pandemia a nivel regional, las tensiones en los mercados, aumento de la inflación y, por último, la incertidumbre monetaria y fiscal con una tendencia generalizada al alza de los tipos de interés y la evolución del gasto público.

Otro tema que se planteó fue los factores clave para el repunte observado en los precios de las

materias primas. Entre otros, se comentó el repunte de la actividad manufacturera, los retrasos en la cadena de suministro o la apuesta por el inicio de la transición energética.

A continuación, Riesgo comentó que la situación sanitaria actual indicaba una estabilización tras la variante ómicron lo que permitía un mayor dinamismo económico truncado por la invasión de Ucrania.

En su análisis, se mostró gráficamente la dependencia energética en la eurozona respecto a Rusia (25,7% de las importaciones de petróleo, 38,2% de las importaciones de gas natural y 49,1% de las importaciones de carbón), así como de materias primas de alimentos naturales (trigo y maíz). Esta presión se ha añadido a la tendencia alcista de la inflación, situándonos en niveles similares a finales de los 90.

Otro de los grandes temas tratados fue la evolución de la llegada de los fondos europeos Next Generation. En este sentido, comentó el descontento de las Comunidades Autónomas, ya que apenas se ha contado con ellas para marcar las reformas y los hitos de inversión. Ahora, una vez vayan llegando los fondos, serán las propias comunidades las que gestionarán el 50% de los fondos europeos.

Además, hizo un balance agridulce del primer aniversario del Reglamento del "Mecanismo de Recuperación y Resiliencia" (MRR), contraponiendo

los avances de España como uno de los primeros en recibir estos fondos mientras surgían las dudas sobre la eficiencia de algunas inversiones previstas.

Por último, Juan Pablo Riesgo presentó los principales indicadores del Observatorio del mercado de trabajo que realizan trimestralmente el Instituto EY y Sagardoy Abogados. Los datos más significativos fueron los siguientes:

- Más empleo público y autónomo, pero menos horas efectivas en el último trimestre del 2021.
- Moderación salarial pese al repunte inflacionista. En este apartado se plantearon las incógnitas sobre las negociaciones de este año con los convenios colectivos y la posibilidad de que haya un aumento importante de los salarios vinculados al IPC.
- Gana peso el empleo "high tech", pero se sigue concentrando en Madrid y Cataluña, que agrupan el 50% de este tipo de empleo.
- Cada vez menos jóvenes combinan empleo y trabajo, y preocupa que en España haya un 19,9% de jóvenes que ni trabajan ni estudian, por encima de la media europea del 15,1%.
- La pandemia ha impactado a toda la sociedad, pero sobre todo a las mujeres inmigrantes.
- En este contexto hay un dato positivo, y a la vez influido por la pandemia, y es el aumento de la participación en educativas y formativas durante el 2021.

Nuevo escenario global

Mayor regionalización	Riesgos geopolíticos crecientes	Aceleración de la seguridad energética	Mayor defensa en la Alianza Atlántica
- Mundo en bloques - Desacoplamiento de las economías - Desaceleración del proceso de globalización - Fortalecimiento del proyecto europeo	- Nuevas alianzas - Relaciones Rusia-China - Ciberataques - Guerras híbridas - Taiwán - Corea del Norte	- Plan REPower EU de la Comisión Europea - Objetivo de la UE: reducir importaciones de gas ruso en 2/3 a partir de este año - Nueva emisión de eurobonos prevista para financiar gastos en defensa y energía - En EEUU, aumento de la producción de esquisto para reducir importaciones de petróleo ruso	- Frontera Báltica, un nuevo muro de Berlín - Fortalecimiento OTAN - Estrategia de defensa europea - Aumento del gasto en defensa en las economías avanzadas - Alemania modifica su estrategia con un fondo especial de 100.000 millones de €

EY INSIGHTS

Nuevo escenario global, parte de la presentación de la Comisión de CFO de la Cámara



Emilio Margallo

Socio
EY Abogados

La ponencia de Juan Pablo Riesgo “España 2022: Perspectivas económicas” sirvió para plantear las claves que marcarán el ejercicio actual, tanto a nivel económico como desde la perspectiva geopolítica y social. El interés suscitado durante este primer encuentro y la interacción entre los asistentes me confirma el acierto de la Cámara al crear una Comisión que aporte un debate abierto en temas de actualidad y contribuya a mejorar el ámbito financiero en el actual entorno empresarial.

El éxito de la Comisión CFO dependerá principalmente de la contribución de todas las personas que la integran, planteando temas de interés e inquietudes comunes, generando un debate constructivo y reforzando la relación personal de los socios en un ambiente distendido.

En los 2 últimos años, hemos aprendido a vivir, tanto a nivel personal como a nivel profesional, en un mundo más VUCA, más digital y ágil que nunca. Hemos visto como muchos componentes de la economía están interrelacionados: la cadena de suministro internacional, la crisis de los contenedores, el coste de la energía, del combustible, la geopolítica con Rusia o con China.

Cada vez más, las empresas necesitan adaptarse para no perder el tren de la competitividad y están emprendiendo proyectos de cambio, de digitalización y de optimización. En todos estos proyectos, el rol del CFO es clave. La comisión CFO tiene como objetivo ser un foro exclusivo de calidad y ayudar a los directivos financieros a salir de su intenso día a día, poder intercambiar sobre sus best practices, dudas y problemáticas, y entender mejor su entorno micro y macro. La comisión CFO colaborará con la TBS para estar a la vanguardia de las temáticas que son de interés para el directivo financiero: sostenibilidad, macroeconomía, financiación, digitalización, ciberseguridad, nuevas tecnologías, gestión de equipos, diversidad, etc.



Mehdi Alaoui

Socio
Expense Reduction Analysts

Decálogo de las buenas prácticas en diversidad

BCN | 29 MAR 2022

COMISIÓN
Talento
y Diversidad**Raquel Díaz**Directora Responsabilidad Social
TMB**Rebeca Ávila**VP Comunicación & RSC Europa del Sur
ACCOR**Véronique Selosse**General Manager Spain
#MEANDYOUTOO**Nuria Farré**Country Manager en
GRUPO SIFU

La Comisión de Talento y Diversidad ha estado trabajando, estos dos últimos años, en la definición de un decálogo de buenas prácticas en el entorno empresarial para sentar las bases de una gestión humana privilegiando el desarrollo del talento y buscando que la diversidad sea una aportación esencial al crecimiento y la competitividad de las empresas.

Los integrantes de la Comisión vienen de entornos diferentes con puestos de dirección en empresas y sectores de actividad diversos. Nuestro planteamiento es sentar las bases para que los socios tengan un punto de partida y un referente sobre la inclusión del talento como herramientas de desarrollo en las empresas.

Durante nuestra sesión de presentación contamos con la participación de **Raquel Díaz**, directora de Responsabilidad social, mujer y diversidad en **TMB**, **Rebeca Ávila**, VP Comunicación & RSC Europa del Sur en **ACCOR** y **Véronique Selosse**, General Manager Spain en **#MEANDYOUTOO** y **Nuria Farré** Country Manager en **Grupo Sifu**. Además de ser mujeres, de tener perfiles profesionales con una amplia y dilatada experiencia, trabajan en sectores eminentemente masculinos. Estas empresas han puesto en marcha acciones muy centradas en que la mujer pueda desarrollar una carrera profesional en un entorno favorable, y en el caso de Grupo Sifu, no solo la mujer sino las personas con diversidad funcional. Hemos compartido con ellas ejemplos

muy claros de políticas y acciones que estos grupos tienen ya en marcha. Por ejemplo, en Accor se ha creado un grupo de trabajo para que el ascenso de las profesionales hacia puestos de dirección hotelera sea una realidad, el objetivo ambicioso del 35% de cobertura de puestos de dirección es ya un hecho. El próximo objetivo por conseguir es del 45%.

Raquel de TMB dirige un departamento donde diversidad y mujer son los ejes principales de desarrollo de la mano de la Responsabilidad Social Corporativa. Desde este departamento se ponen en marcha acciones para que las mujeres puedan acceder a posiciones de dirección. Actualmente TMB tiene una presencia masculina mayoritaria en su organigrama, sin embargo, los usuarios son mayoritariamente de género femenino.

Véronique ha colaborado con Accor en la puesta en marcha de acciones que implican al trabajador directamente, evaluando hasta qué punto los estereotipos aún están vigentes en el imaginario de cada uno de nosotros. Las herramientas informáticas que han diseñado permiten localizar en el seno de las organizaciones comportamientos, estilos de gestión y comunicación que no facilitan el desarrollo del talento y la diversidad, y como consecuencia ralentizan la competitividad.

En grupo Sifu las políticas de formación permiten al colectivo con diversidad funcional acceder al empleo y se centran en desarrollar

un acompañamiento para mejorar las competencias personales y la profesionalización como herramienta de integración.

En definitiva, podemos decir que, hoy en día, la integración de la diversidad en nuestras empresas es una baza más para enfrentarnos a un entorno profesional cambiante, y al mismo tiempo generar un espacio que apueste por la competitividad siendo seguramente la formación uno de los pilares esenciales para que se produzcan un cambio en las empresas.

Seguiremos trabajando desde la cámara divulgando nuestro decálogo y alimentándolo de nuevas experiencias.

“La integración de la diversidad en nuestras empresas es una baza más para enfrentarnos a un entorno profesional cambiante, y al mismo tiempo generar un espacio que apueste por la competitividad siendo seguramente la formación uno de los pilares esenciales.”

Decálogo de las buenas prácticas en diversidad

COMISIÓN
**Talento
y Diversidad**

- 1.** Poner el foco en conseguir que la **diversidad** funcional, de género, raza, religión, edad, política etc... sea percibida como una riqueza y una herramienta de desarrollo y crecimiento sostenible para la **competitividad** en todas las organizaciones.
- 2.** Potenciar el talento desde la **formación** para garantizar la diversidad e inclusión y la igualdad de oportunidades, sea cual sea la profesión elegida.
- 3.** Apoyar en el desarrollo, identificación e implementación de **buenas prácticas** para la promoción y visibilidad pública de profesionales, en todos los niveles y estamentos de la empresa, creando una sociedad con más **igualdad de oportunidades** donde no haya antecedentes socioculturales que impidan reconocer el **Talento**.
- 4.** Adquirir un compromiso con el **Talento** con iniciativas de apoyo a la diversidad e igualdad de género de las empresas, que fomenten el liderazgo y emprendimiento.
- 5.** Fomentar un lenguaje y actitud inclusivo en toda la **comunicación** (interna y externa) que haga realidad la igualdad y la diversidad de los profesionales.
- 6.** Fomentar desde la organización el desarrollo de nuevos modelos de **carrera profesional**, abierto a cualquier diversidad.
- 7.** Garantizar que la **equidad salarial** se base en los méritos y resultados de cada profesional.
- 8.** Inspirar **role models** con modelos de equilibrio entre la vida profesional y personal, para que nadie tenga que renunciar a lo que se proponga.
- 9.** Respetar y tolerar la diferencia entre los **estilos de liderazgo** y networking en las organizaciones.
- 10.** Aprovechar la **digitalización** como herramienta clave para conseguir una equidad efectiva en las organizaciones; independientemente de la condición, educación, procedencia o género.

Nuestras cifras 2021

SERVICIO A LAS EMPRESAS

32 empresas asesoradas en desarrollo comercial

53 empresas asesoradas en proyectos de implantación

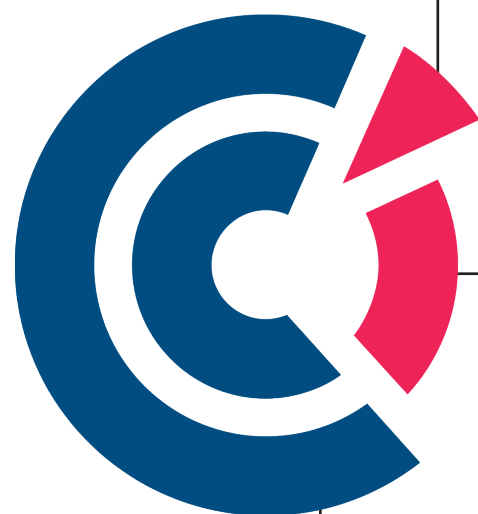
19 empresas asesoradas en *coworking* o domiciliación

3 landings en funcionamiento:

www.tucanalbio.com | www.venderafrancia.es
www.implantation-espagne.fr

SELECCIÓN DE PERSONAL

31 empresas asesoradas **19** procesos de selección
13 anuncios en web



COMUNICACIÓN

24.343 followers en nuestras redes sociales

120k páginas vistas en nuestra web

Difundidas **98** noticias de nuestros socios

ACTIVIDAD ASOCIATIVA

49

eventos

15

presenciales

1889

asistentes

34

digitales

5

encuentros del
Comité de Patronage

160

participantes

10

encuentros de las
Comisiones de trabajo

141

participantes

DIGITAL

B2B

5 números "La Lettre"

B2B

1 ANUARIO DE MIEMBROS
(+1100 uds)

B2C

1 Guía "La France a BCN" (+2000 uds)



**NUEVOS
MIEMBROS**





Contacto

Adélie Declercq,
directora de Marketing y Desarrollo
+33 662 48 49 42
adeclercq@embaleo.com
www.embaleo.es

Embaleo es una empresa especializada en envases y embalajes ecológicos profesionales, originaria de Lille y con sede también en Barcelona.

En 7 años, la compañía ha sabido establecerse como distribuidor de productos de embalaje para pequeñas empresas y tiendas online.

Tienen una amplia gama para enviar como sobres acolchados, cajas postales, cajas de cartón, etc.

Además, ofrecen a los internautas los mejores productos, al mejor precio y en los plazos de entrega más cortos. Su gama de productos ha sido adaptada a las necesidades del mercado y sus clientes.



Contacto

Alexandra Leite-Barbosa,
Head of International
Development
Tel. +33.636.16.42.09
alexandraleitebarbosa@floa.fr
www.floapay.com

Floa Bank, miembro de nuestro **Comité de Patronage,** ofrece soluciones de pago en diferido y fraccionado.

Proponen a los clientes de los comercios online adheridos a su programa de financiación el pago en varios plazos con la misma facilidad

con el que realizan un pago único. Todas las soluciones de pago que ofrecen son omnicanales aunque destaca su aplicación para teléfonos móviles. Actualmente cuenta con más de tres millones de clientes a nivel global y financia cada año bienes y servicios por valor de más de 2.000 millones de euros.



Contacto

Elena López Arroyo,
dpt Comercial
Tel. 91.878.33. 31
www.icplogistica.es

ICP es una compañía española que aporta a sus clientes soluciones completas de suministro, logística integral y servicios posventa, acompañado por un amplio catálogo de soluciones de valor añadido.

Empezó en logística con France Telecom en 2001, y desde entonces ha seguido creciendo a sumando

clientes de todos los sectores. ICP ha diseñado su sistema de SCL (Sistema de Control Logístico) que aporta flexibilidad y adaptabilidad en los procesos logísticos. Gracias a esta integración toda la información relacionada con cualquier fase o estado del proceso estará actualizada en los sistemas del cliente en tiempo real.



Contacto

Adrien García,
Country Manager España
Tel. +33 769 96 96 70
Adrien.garcia@keenat.com
www.keenat.com/es/

Keenat ofrece asesoramiento para la creación de proyectos relacionados con el cuidado del medioambiente, a la gestión de residuos y al desarrollo estratégico de todos los proyectos relacionados con la economía social y circular.

Su equipo está especializado en servicios medioambientales, gestión de residuos, consultoría y apoyo

estratégico a proyectos de ESS (Economía Social y Solidaria) y economía circular.

Aprovechan su savoir-faire en Investigación y Desarrollo (proyecto de gestión de colillas y chicles) para ofrecer soluciones completas, ecodiseño de productos, puesta en marcha y apoyo a la implantación operativa del proyecto.



Contacto

Lionel Perrin,
Managing Director Spain
Tel. 912 694 403
hola@lundimatin.es
www.lundimatin-grupo.es

Grupo LUNDI MATIN, empresa ubicada en Barcelona y Montpellier, edita softwares de gestión en línea y aplicaciones de gestión de cobros para pymes, franquicias y grandes cuentas.

Desde 2007, sus herramientas de fácil uso y alto rendimiento permiten que miles de clientes, como Galeries Lafayette o Decathlon gestionen sus negocios de manera más eficiente. Los principales softwares son: Lundi

Matin Business: ERP/CRM para pymes y franquicias. RoverCash: Software TPV para comerciantes y grandes cadenas retail. AirKitchen: Soluciones digitales integrales para la restauración. Wysifood: Solución de Click & Collect, Delivery y reservas para restaurantes

Siempre queriendo impulsar la transformación digital tienen la omnicanalidad como principal eje: permitir vender más y mejor.



Contacto

Bruno Dugrillon,
Business Manager
Tel. +33.636.16.42.09
bdugrillon@purengy.com
www.purengy.com

Purengy con sede en Barcelona desde 2016 es una consultoría líder en servicios de ingeniería (I+D+I) y IT, estable, flexible y en crecimiento.

Actualmente tiene por misión diversificar sus colaboraciones con los diferentes actores locales y nacionales en las diferentes industrias

de: Transporte, Farmacéutica, Packaging, Energía Renovables y Servicios de integración IT.

Su servicio de asistencia técnica especialistas en I+D+I les permite resolver cualquier reto tecnológico independientemente de la etapa del ciclo de vida del producto.



Contacto

Laurène Loubere,
Country Manager Spain
Tel. +33 611 77 10 91
laurene@soan-solutions.io
www.soan-solutions.es

Soan Solutions es la primera plataforma europea para agilizar los cobros, pagar a los proveedores y controlar tus pagos, vinculando al empresario con sus clientes. Cobrar a tiempo se convierte así, en algo normal, sencillo, seguro e inmediato.

Soan permite simplificar el conjunto de la gestión financiera de una empresa reemplazando los procesos manuales

obsoletos por una plataforma intuitiva que automatiza cuatro grandes elementos de un negocio: facturación, pagos, contabilidad y tesorería.

También te permite comprometerte ecológicamente. Si usas la aplicación, plantas árboles. Una acción totalmente transparente y neutra para los usuarios, pero 100 % beneficiosa para el medio ambiente.



Contacto

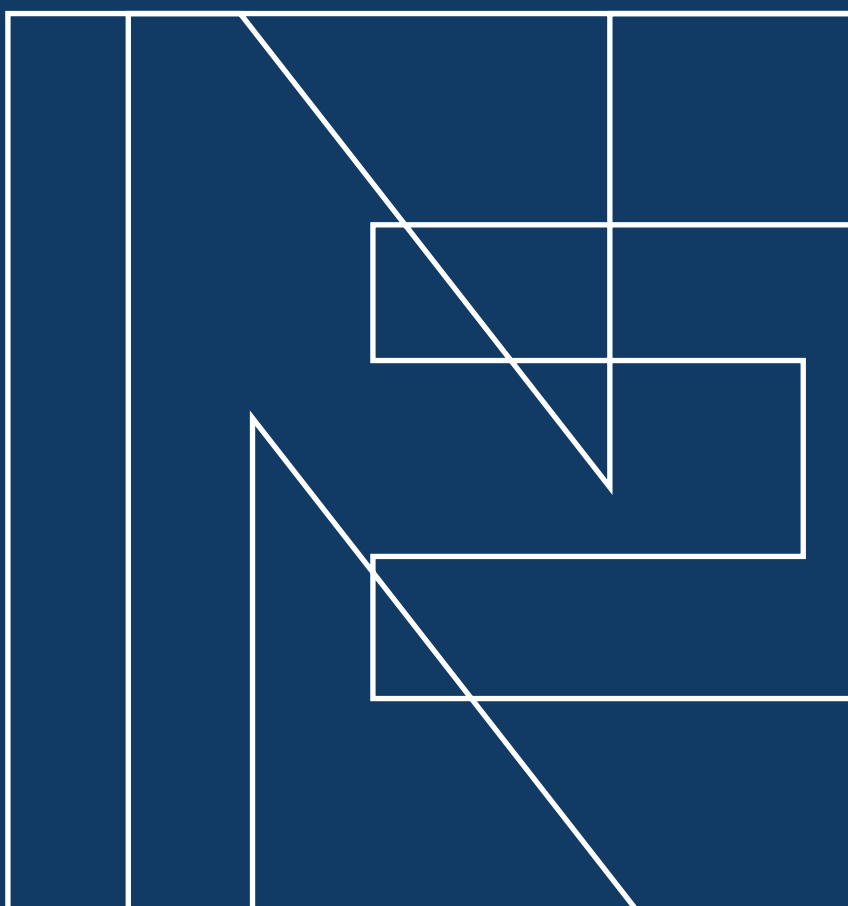
Thierry Wahnich,
Manager
Tel. 934 835 241
thierrywahnich@gmail.com
www.yubi.com

YUBI, miembro del **Comité de Patronage**, es el resultado de dos conceptos culinarios reunidos en un mismo restaurante: YU y BI, la unión de la comida callejera asiática y la gastronomía francesa. Brunch, comida, aperitivo o cena: desde el mediodía hasta las tres de la madrugada.

Su terraza exterior, abierta todo el año, está especialmente pensada

para aquellos que quieran disfrutar del suave clima de Barcelona. Diseñado en torno a la dualidad entre dos mundos, Europa y Asia, el restaurante YUBI se reinventa como un lugar tranquilo o para momento de encuentros festivos.

El menú del restaurante YUBI ofrece una variedad de platos de comida callejera asiática con un toque de cocina francesa reinterpretados por la Chef Yoake San.



ES
NOTICIA





SpliceBio cierra una ronda de 50M EUR para avanzar con el desarrollo de su plataforma de Protein Splicing

SpliceBio, compañía biotecnológica de terapia génica basada en tecnología desarrollada en la Universidad de Princeton, ha anunciado el cierre de una ronda de financiación Series A de 50 millones de euros. La ronda ha sido coliderada por **Asabys Partners**, socios de nuestra Cámara.

Esta ronda de financiación, la mayor Series A levantada por una compañía biotecnológica en España, permitirá a SpliceBio desarrollar una cartera de programas de terapia génica utilizando su plataforma de Protein Splicing, y avanzar su principal programa en la enfermedad de Stargardt hacia las fases clínicas.



Los ingresos de Cellnex crecen un 58% y alcanzan los 2.536 millones de euros

Cellnex Telecom, miembro del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara, ha presentado los resultados correspondientes al cierre del ejercicio 2021. Los ingresos ascendieron a 2.536 millones de euros (+58%) y el ebitda ajustado creció hasta los 1.921 millones (+63%) recogiendo, junto con el crecimiento orgánico, el efecto de la consolidación de las adquisiciones de activos llevadas a cabo en 2020 y en 2021. El flujo de caja libre y recurrente apalancado alcanzó los 981 millones (+61%).

Bertrand Kan, presidente de Cellnex ha subrayado que 2021, "Ha sido un ejercicio excelente para Cellnex. Estamos muy satisfechos con otro año de fuerte crecimiento en operaciones, flujos de caja y márgenes, en línea con las previsiones. En cuanto a la evolución del negocio, hemos logrado un gran avance, iniciando operaciones en un nuevo país, Polonia, y consolidando nuestra posición en Francia, los Países Bajos, Portugal e Irlanda.



Mahou San Miguel apuesta por la inteligencia artificial a través de un acuerdo con la start-up española Hedyla

Mahou San Miguel ha dado un paso más en su apuesta por la inteligencia artificial y el big data entrando en el accionariado de la start-up española **Hedyla Technologies**, socios de nuestra Cámara, con la que llevaba colaborando desde finales de 2019.

Su objetivo es seguir impulsando la transformación digital, la sostenibilidad y la eficiencia en sus operaciones a través de esta solución de software que permite a la cervecera optimizar sus procesos logísticos y reducir sus costes, además de la obtención de información en tiempo real que agiliza la toma de decisiones. Gracias a esta inversión, la start-up ya suma más de un millón de euros en financiación.



El Grupo LUNDI MATIN invierte 5 millones de euros para reforzar su desarrollo en España y Francia

El Grupo **LUNDI MATIN** especialista de la transformación digital empresarial, invertirá 5 millones de euros el 2022 para reforzar su crecimiento en los mercados español y francés. Esta inversión permitirá una notable incorporación de nuevos talentos.

El grupo, actor clave del sector de los softwares de gestión en línea y de las aplicaciones de cajas registradoras sobre dispositivos móviles, desarrolla y comercializa una gama de soluciones que permiten a cada empresa gestionar su negocio de forma sencilla y eficaz. Con sede en Barcelona y Montpellier, la empresa ha experimentado un crecimiento sostenido y rentable desde su creación.



Schneider Electric y ACCIONA Energía inauguran la primera microrred industrial de España

Schneider Electric, líder en la transformación digital de la gestión de la energía y la automatización y miembro de nuestro **Comité de Patronage**, y ACCIONA Energía, han inaugurado la primera microrred en una fábrica española, concretamente en la planta de Schneider Electric en Puente la Reina (Navarra), un hito importante en la descarbonización del tejido industrial de España.

El objetivo final del proyecto, replicable en cualquier fábrica, es seguir avanzando en la transición energética, combinando recursos energéticos distribuidos (solar, almacenamiento, coche eléctrico), sostenibilidad y digitalización, para crear una infraestructura energética más rentable, resiliente y sostenible.



El vicepresidente de Aragón visita las obras del nuevo complejo industrial de economía circular de Sphere España

El vicepresidente y consejero de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón, Arturo Aliaga, ha visitado las obras del complejo industrial de economía circular que la empresa **SPHERE España** dedicado a la producción de bolsas biodegradables y compostables y que será uno de los más avanzados de Europa.

SPHERE España, que espera duplicar su facturación y alcanzar los 100 millones de euros en un plazo de 3 años, prevé crear 35 nuevos puestos de trabajo, que se sumarán a los 215 que ya tiene. Alfonso Biel ha señalado que los plazos de las obras y de la instalación de maquinaria siguen los planes previstos y que la compañía va a seguir apostando por la sostenibilidad.



Sopra Steria y PwC ganan un importante contrato de servicios de consultoría para la Unión Europea

Sopra Steria, como partner del consorcio PwC EU Services EEIG (European Economic Interest Grouping) y miembro del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara, ha ganado un importante contrato marco de servicios de consultoría en el área de las tecnologías de la información y de la comunicación en la Comisión Europea.

Sopra Steria, junto con PwC, aportará sus conocimientos en consultoría en áreas en las que el grupo cuenta con una dilatada experiencia, como la transformación digital, el apoyo en la aplicación de las directivas europeas en los proyectos informáticos, la consultoría en temas de interoperabilidad de los sistemas europeos y de los servicios de administración en línea y el uso de nuevas tecnologías innovadoras.



Tarrago Brands invierte 4 millones de euros en sus nuevas instalaciones en Manresa

Tarrago Brands, socios del **Comité de Patronage** de nuestra Cámara y líder en el sector del cuidado del cuero y el calzado, ha inaugurado su nueva fábrica en Manresa (Barcelona). Con una superficie de más de 6.000 m2, las instalaciones han supuesto una inversión de más de 4 millones de euros y acogen el centro de producción, el centro logístico y las oficinas de esta empresa con más de 80 años de historia.



Anuncia tu empresa con La Cámara

No importa lo grande o pequeño que sea
tu negocio o idea.

En la Cámara te ofrecemos tres vías de comunicación
para llegar más fácilmente a tus clientes.

Infórmate

gonzalo@camarafrancesa.es - 93 270 24 50

