EVENTOS & NETWORKING
for your business

noviembre - diciembre 2018 www.eventosynetworking.com Año III - nº 17 -

n+e business school

Formación:

¿Qué es la formación bonificada?

Autónomos y pymes:

Desgravación del seguro médico.

Eventos:

Premios AJA MADRID.

I Congreso de la Mujer.

Jurídico:

Accionistas del Popular consiguen la nulidad del contrato.

Marketing y Ventas

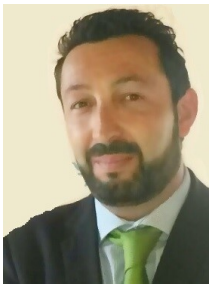
¿Sigues vendiendo igual?

Emprendedores Solidarios.

Jueves, 13 de diciembre. Aje Madrid.

CARTA DEL EDITOR.

ÁNGEL CALVO MAÑAS



Emprendedores Solidarios 2018

El pasado mes de octubre, Eventos y Networking, llegó a un acuerdo con la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE MADRID) con el fin de organizar un evento para profesionales y empresarios. Los que teníamos claro las dos organizaciones era que ***"no debía ser un evento más, tenía que ser un evento solidario"*** que mostrara la generosidad de los emprendedores madrileños, que en mi opinión, es una característica básica para tener éxito en la vida profesional y personal. Tras varias reuniones, se decidió por unanimidad que el evento sería cercano a las Navidades, **el jueves 13 de diciembre**, y que la entrada al evento no fuera dineraria, si no que fueran productos de primera necesidad para los colectivos más desfavorecidos. Contactamos con la Asociación **Mensajeros de la Paz**, quienes recibieron la noticia con agrado, y nos expusieron que tenían el stock en mínimos de productos de higiene para bebés y juguetes, así como que el Padre Ángel estaría encantado de estar presente en el evento para explicar de primera mano la labor que están realizando desde Mensajeros de la Paz, que a un servidor le parece increíble. (Escuchar audio de la parte inferior izquierda de la página)

Con todo lo anteriormente descrito, podemos anunciar que ya está abierto el plazo de inscripción a EMPRENDEDORES SOLIDARIOS 2018, edición especial Marketing y Ventas, el jueves 13 de diciembre de 10 a 14:30 horas, en la sede de Aje Madrid, calle Matilde Díez, 11.

Dentro del programa del evento, pensado para incrementar las ventas de los asistentes, tendremos una Master Class impartida por Kike Sarasola (pendiente de confirmar), una mesa debate sobre Marketig y Ventas con cuatro especialistas en la materia que orientarán a los asistentes en sus primeros pasos empresariales o para todos aquellos que quieran mejorar sus ventas. Además de una pausa café, donde los asistentes podrán interactuar entre ellos, hay preparada una dinámica de Speed Networking, para generar nuevos contactos, colaboraciones y sinergias.

Eventos y Networking, B Club Business Madrid, Logos Vendere, Tips Para Emprender, ACB Abogados Consumo y Banca, Urban Lab Madrid, Cultura Emprende Radio, Wittia y Todo Networking, ya son colaboradores del evento. Si usted quiere ser colaborador del evento, envíenos un email al siguiente correo:

acm@eventosynetworking.com. Si solo quiere asistir al evento, le dejamos al final de este artículo la web de información e inscripción.

Recuerde que, con el fin de satisfacer las necesidades de Mensajeros de la Paz, los asistentes al evento, podrán contribuir y dar su apoyo con la "**ENTRADA SOLIDARIA**", que sustituye la entrada dineraria por la aportación de alguno de los siguientes artículos:

- Socios AJE MADRID y socios de colaboradores: Gel de bebé, toallitas húmedas o crema hidratante.
- Resto de Asistentes: Un paquete de pañales talla 3, 4 o 5 o bien un juguete para niños preferiblemente de mesa.

eventosynetworking.es

Ángel Calvo Mañas

Contenido:

Curso: Aprende a gestionar tu redes. 3

La desgravación del seguro médico. 4

¿Sigues vendiendo de la misma manera? 6

I Congreso de la Mujer 12

Los accionistas del Popular recuperan su dinero. 15

XIII Encuentro Comercial Aje Madrid. 15

Negocios y Estrategia 18

La formación bonificada. 22

CURSO: APRENDE A GESTIONAR LAS REDES SOCIALES DE TU NEGOCIO

Por fin un curso presencial para profesionales sin tiempo y emprendedores que necesitan tener presencia online.

La expansión de Internet y la llamada web 2.0 ha cambiado sensiblemente la manera en que las empresas se relacionan con el consumidor y con el mercado. La nueva sociedad de la información ha generado nuevas vías de comunicación y marketing, haciendo necesaria la presencia de profesionales que conozcan cómo gestionar adecuadamente una marca online.

Por este motivo, un grupo de especialistas en Marketing Digital y Redes Sociales, bajo el amparo del programa Cultura Emprende Radio, han diseñado un curso presencial y práctico, para emprendedores, profesionales y empresarios con falta de tiempo.

Curso que dotará a los alumnos de unas competencias adecuadas en el uso de redes sociales y medios de comunicación 2.0, a través de un **método formativo centrado en el trabajo práctico y bajo la dirección de profesionales del sector.** Con este curso se pretende dotar a los alumnos de una visión global acerca de las nuevas herramientas de marketing online disponibles, con especial incidencia en Facebook, Linkedin, Instagram y Twitter.

Objetivos del curso.

- Aprender, desarrollar y crear una metodología propia para trabajar la presencia online de nuestra empresa y de nosotros como emprendedores.
- Adquirir los conocimientos necesarios para tener una perspectiva general de la aplicación del Marketing Digital al entorno empresarial.
- Conocer y dominar las herramientas de gestión del mundo online.
- En general, conseguir una formación práctica adecuada para trabajar en entornos online y en el ámbito de la Web 2.0 y las redes sociales con garantías.

Fechas y horarios del curso.

El curso se impartirá en modo presencial, con una clase teórica con aplicación práctica para todos los alumnos. La duración será de 16 horas presenciales en total, distribuidas en una jornada de 4 horas semanales, durante cuatro semanas, los jueves de 16 a 20 horas. El comienzo de la nueva edición será entre febrero y marzo de 2019, y se impartirá los martes, miércoles jueves (en función del nivel y preferencias de los interesados). El número máximo de alumnos por módulo será de 20 personas.

Lo singular de este curso de marketing online es que cada uno de los módulos puede ser independiente, **pudiendo realizar cada alumno los módulos que estime oportunos o el curso completo** (que sería lo más recomendado para tener una visión general de todas las redes sociales). Además de los módulos presenciales de cuatro horas, habrá tutorías online mediante videoconferencia con los propios profesores, para posibles dudas, de manera que los alumnos puedan solucionar las dudas que le surjan a posteriori.

Módulos del Curso.

1. **Planificación y estrategia digital y Linkedin.** Qué dota al alumno de una visión general del Marketing Online, además de enseñarle a sacar el mayor partido a la red profesional por excelencia, Linkedin.
2. **Twitter:** llega a tus clientes y potencia la interacción.
3. **Facebook y su uso empresarial.**
4. Tu contenido visual triunfará gracias a **Instagram.**

El profesorado del curso:

Compuesto por especialistas en la materia en activo, profesionales de la comunicación y del marketing digital todos ellos.

Linkedin y Facebook: Sergio Cuesta Mares, Empresario individual del sector de la Formación en materia de Marketing Online, Community Manager, Redes So-

Más información sobre CULTURA EMPRENDE RADIO:

inter CULTURA EMPRENDE RADIO

for your business

ciales Profesionales y Marca Personal Digital. Experto en Linkedin y Ponente en Salón MiEmpresa 2015 y 2016.

Twitter: Cristina Álvarez Pagán, CEO y Fundadora de Tips para Emprender, socia del Programa Cultura Emprende Radio y directora de la sección de Formación. Asesora Marketing y Comunicación Digital. Eventos. Mentora.

Instagram: Borja Girón Blázquez, Consultor SEO y Marketing Digital. Podcaster. Emprendedor. Colaborador programa Emprende TVE. Perfil Instagram Borja Girón:.

Coste y Subvención para colectivos desfavorecidos:

El programa Cultura Emprende Radio, colabora en esta iniciativa con una subvención del 50% del importe del curso o módulos sueltos, a todos aquellos alumnos que estén en alguna de las siguientes situaciones: Jóvenes desempleados menores de 30 años, mujeres desempleadas, desempleados mayores de 45 años, parados de larga duración (al menos doce meses) y personas con discapacidad con un grado igual o superior al 33%.

- **Precio de 4 módulos – Curso completo: 300 €**
- **Precio de 3 módulos: 240 €**
- **Precio de 2 módulos: 170 €**
- **Precio de 1 módulo: 90 €**

Los precios llevan el IVA correspondiente incluido. Existe un descuento del 10 % para las inscripciones anteriores a fin de año Los descuentos no son acumulables.

Lugar del curso:

El lugar seleccionado para impartir el curso, dadas las comodidades de sus instalaciones es Urban Lab Madrid. C/ Manuel Tovar, 42, 2° Planta. Edificio Meeting Point. 28034 Madrid.

Solicitud de inscripción:

Mediante el siguiente enlace, además de acceder a la información, los interesados tendrán acceso a formulario donde además de facilitar a los organizadores sus datos profesionales, podrán expresar sus preferencias y nivel de conocimientos.

eventosynetworking.es/cursorrss

Apoyan el curso: Tips para Emprender – Urban Lab Madrid – Eventos y Networking - Cultura Emprende Radio - Borja Girón - Sergio Cuesta.

El programa Cultura Emprende Radio, que se emite a las 17:30 horas, en el 93.5 FM o www.radiointer.es realizará un programa especial sobre el curso, pasadas las Navidades. Sigue sus RRSS para estar informado de las novedades de este curso.

Comercio y Emprendimiento MADRID

El Ayuntamiento de Madrid, tiene a disposición de los emprendedores un portal web, con los servicios que prestan a los profesionales y empresarios madrileños. Entre los diferentes apartados, destacamos la "**AGENDA**" de eventos:

www.madridemprende.es/es/agenda

CURSO PRESENCIAL

APRENDE A GESTIONAR LAS REDES SOCIALES DE TU NEGOCIO

PARA PROFESIONALES Y EMPRENDEDORES QUE QUIEREN GENERAR MÁS INGRESOS

Sergio Cuesta: Formador/Consultor de Marketing Online, Community Manager, RRSS Profesionales. Planificación y estrategia digital y **Linkedin**, la red social por excelencia. **Facebook** y su uso empresarial.

Cristina Álvarez
CEO y Fundadora Tips Para Emprender.
Twitter: Llega a tu público y fomenta la interacción.

Borja Girón
Consultor SEO y Marketing Digital
Instagram: Tu contenido visual te ayudará a triunfar.

COMIENZO: 1º TRIMESTRE 2019 - DE 16 A 20 H. - MÓDULOS DE 4 HORAS POR RED SOCIAL + TUTORIAS - BECAS DEL 50% DE DESCUENTO

TIPS Para Emprender · CULTURA EMPRENDE · BorjaGirón CONSULTOR SEO · URBAN LAB MADRID COWORKING & BUSINESS CENTER

Lugar de celebración:
Urban Lab Madrid
C/ Manuel Tovar, 42, 2ª Planta
28034 Madrid

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES: www.urbanlabmadrid.com - eventosynetworking.es/cursorrss - www.tipsparaemprender.es

¿SE PUEDE DESGRAVAR EL SEGURO MÉDICO?

La fiscalidad del seguro de salud contempla ventajas fiscales para autónomos, pymes y empresas que contraten un seguro de salud.

La fiscalidad del seguro de salud contempla ventajas fiscales para autónomos, pymes y empresas que contraten un seguro de salud. La desgravación del seguro médico te permitirá ahorrar en tu declaración de la renta o en el impuesto de sociedades:

Si eres autónomo en régimen de estimación directa, tu seguro de salud es un gasto deducible. Te deducirás de la prima de tu seguro, tu cónyuge e hijos menores de 25 años que convivan contigo y que no perciban ingresos por un importe superior al establecido en la ley, hasta un máximo de 500 € por cada uno de vosotros (en caso de que alguno de los miembros tenga reconocida una discapacidad este se límite se amplia a 1.500 € con un máximo de 4.500 € por la suma de todos vosotros. La deducción por tu seguro de salud va a reducir la base imponible. Por ejemplo, si has percibido 20.000 € en tu actividad económica y tienes contratado un seguro médico para ti y tus dos hijos, os podréis deducir de 2.000 € en la base imponible. Por tanto, el tipo impositivo del impuesto que se te aplica será el que corresponda al tramo correspondiente a 18.000 € en vez de los 20.000 euros.

Las pymes y empresas sujetas al impuesto de Sociedades **podrán deducirse el 100% del gasto abonado por la empresa en los seguros médicos de sus empleados** como gasto social en el impuesto de sociedades. Por tanto, se restará de los beneficios obtenidos por la empresa.

Para los empleados que reciben el seguro médico por parte de su empresa como parte de su retribución, no tendrá la consideración de retribución en especie el importe de la prima del seguro de salud, y por tanto estarán exento de tributación, las primas satisfechas por la empresa para él, su cónyuge e hijo menor de 25 años que convivan (menores sin ingresos superiores a los indicados en la ley que convivan con él) siempre que no excedan de 500 € por persona. En caso de que la prima del seguro sea por un importe mayor de 500 €, lo primeros 500 € estarían exentos de tributación, y el resto tributaría con rendimiento en especie. **Cada vez más empresas aprovechan las ventajas que ofrece la retribución flexible, sustituyendo parte de la retribución dineraria por productos y servicios con importantes ventajas fiscales, como el seguro médico.**

La regulación fiscal puede variar en alguna Comunidades Autónomas y puede ser objeto reformas legislativas, por lo que te recomendamos que consultes esta información con tu asesor o gestor o en todo caso, con la Agencia Tributaria para tener esta información actualizada.

El seguro de salud Adeslas: Beneficios fiscales, laborales y sociales para ti, tu negocio o tu empresa.

- Mayor productividad de tus empleados: Mayor satisfacción de tus empleados y mayor compromiso con tu empresa.
- Reducción del absentismo laboral: disponibilidad y agilidad para gestionar las citas médicas fuera del horario laboral.
- Fidelización: Mayor grado de satisfacción y retención del talento en tu negocio.
- Mejora del clima laboral.
- Mejora la imagen social de tu empresa: Una empresa que cuida la salud de sus empleados es una empresa altamente valorada socialmente.
- Conciliación: favorece la conciliación laboral y familiar de tus empleados.
- Desgravación del seguro médico de salud.

Por todas estas ventajas, muchos colectivos y asociaciones empresariales contratan un seguro de salud para sus empleados. **Puedes contactar con nuestra colaboradora especial de Eventos & Networking y contratar tu seguro en condiciones especiales** o si ya eres cliente de Adeslas mejorar las condiciones de tu seguro de salud.

Contacto y autora del artículo:

Mariola Rodríguez

Saludsegur Adeslas

SegurCaixa Adeslas

Atención Oficina Online

Saludsegur El seguro con Corazón

Oficina Adeslas Alcorcón:
C/ Los Pinos, 36 (Prado Santo Domingo)
alcorcon@oac.segurcaixaadeslas.es
Tel. (+34) 91 138 40 01

Oficina Adeslas Móstoles:
Avda. Constitución, 74, (Entreplanta)
mostoles1@oac.segurcaixaadeslas.es
Tel. (+34) 91 138 40 01

Oficina 2 Adeslas Móstoles:
Avda. Dos de Mayo, 69
mostoles2@oac.segurcaixaadeslas.es
Tel. (+34) 91 138 40 01

Saludsegur, agente exclusivo Adeslas Nº:A28011864. mediador de seguros titulado (según Ley 9/1992) en el colegio de mediadores de seguros de Madrid.

¿SIGUES VENDIENDO DE LA MISMA MANERA?

Cambios en la forma de vender. Rodrigo Dopico.

El pasado mes de octubre, tuvimos la oportunidad de entrevistar a D. Rodrigo Dopico, Director de Logos Vendere, experto en Marketing y Ventas.

¿Cuál es la trayectoria profesional de Rodrigo?

Rodrigo: Casi toda mi vida he sido un "emprendedor por cuenta ajena": "Intraemprendedor" es como me denominarían nuestros compañeros de RRHH. ¿Mi pasión?: la empresa, las relaciones con los clientes y las ventas. Comencé como Representante de ventas nacional de una empresa gallega de mecanizados, para pasar a ser comercial de una multinacional de alarmas. Tras casi veinte años de intraemprendedor por cuenta ajena he decidido aplicar toda mi experiencia a la consultoría de ventas, con la ilusión del primer día y las ganas de hacerlo desde dentro implicándome en las empresas de mis clientes.

Hablando de cambios y de ventas, me gustaría comenzar preguntándote qué ha cambiado – a tu juicio - en el mundo de las ventas.

Rodrigo: Creo que lo que realmente ha cambiado es el mundo en sí mismo; es decir, han cambiado ¡y mucho! las personas y la forma en que éstas se relacionan. Vender no deja de ser una herramienta al servicio de la sociedad puesto que necesitamos cubrir nuestras necesidades y utilizamos la venta para ello. Si cambian las personas, cambian las dinámicas y si una de esas dinámicas es el mercado, las ventas – como parte de dicho mercado – cambiarán también. Por ello creo que, antes de hablar de cambios en el mundo de las ventas, tenemos que hablar de cambios en la sociedad y por extensión, en las personas.

"Si cambian las personas, cambian las dinámicas y si una de esas dinámicas es el mercado, las ventas – como parte de dicho mercado – cambiarán también "

Y ¿Cómo crees que afectan estos cambios sociales a la empresa y a cómo vendemos?

Rodrigo: Es un pregunta compleja, motivo de mucho debate cuando participo en alguna mesa redonda o al finalizar las ponencias que doy. Creo que hay que abordarlo desde dos perspectivas: una centrada en las relaciones interpersonales como apuntaba antes y otra en las propias dinámicas del mercado, especialmente en relación a cómo le afectan las nuevas herramientas de las que se dispone, como Internet: cuando era estudiante, así como en los inicios de mi carrera profesional no teníamos acceso a internet; el acceso a dicho servicio había que hacerlo a través de unas redes paralelas de Telefónica llamadas Ibertex e Infovía, de las que a lo mejor algún oyente ni ha oído hablar. ¡Quizás, con esto ya esté dicho todo!...

¿Puedes poner algún ejemplo concreto que veas en tu trabajo diario sobre estos cambios?

¡Hay tantos que no resulta sencillo!, pero si nos remitimos a las personas, considero que un buen ejemplo puede ser la irrupción de los millenials en el mercado laboral: se habla mucho sobre cómo son los millenials, su forma de pensar, sus prioridades en la vida, etc. Mi percepción personal es que su irrupción como trabajadores nos obliga, por poner un ejemplo, a replantearnos la forma en que les damos feedback pues, a mi entender, son menos receptivos a la crítica que generaciones anteriores, sin que esto quiera decir que son peores -incluso estoy seguro de que esto plantea una oportunidad-pero si no actualizamos nuestra forma de comunicarnos con ellos, el resultado no será el esperado. En Logos Vendere trabajamos mu-

HAVE A LOOK

MADRID

EL PODER DE LA MIRADA

Si hay una parte del rostro que nos parece esencial cuidar, es la mirada,
por eso nuestros tratamientos estan dedicatos a potenciarla
y sacarle el mayor partido

MICROBLADING
efecto natural

EXTENSION DE PESTAÑAS
efecto natural o volumen

TATUAJE EYELINER
linea superior o inferior

TATUAJE LABIOS
efecto natural o lipstick

NEEDLENG
elimina arrugas, manchas y cicatrices

PERRICONE
maquillaje y tratamientos

Perricone MD

● CURSOS DE AUTOMAQUILLAJE ● MAQUILLAJE DE NOVIA ● MAQUILLAJE DE FIESTA Y DE DIA

DERMOPIGMENTATION ESTETICA

C/Nuñez de Balboa 35 A, local 0A - 28001 Madrid Tel: +34 914 49 65 48

www.havealook.es

havealook_madrid

info@havealook.es

cho, por ejemplo, el lenguaje, la comunicación y el feedback para adaptarlo a cada uno de nuestros colaboradores, sus edades, formación, circunstancias y puesto ocupado.

Otro ejemplo en relación a las personas, podría ser aquel que hace referencia a la capacidad del elemento salario como clave en la motivación, la felicidad, la captación, pero, sobre todo, en la retención del talento. Pagar más, quizás ya no sea sinónimo de nada de esto, lo que nos obliga a replantearnos muchas cosas. Organizaciones jerárquicas autoritarias pero que paguen muy bien quizás ya no sean la receta. Y, si bien es cierto que este modelo aún está vigente, creo firmemente que está en vías de extinción…

¿Y en relación al mercado?

Rodrigo: Pues han cambiado multitud de cosas, tantas que, en mi caso, para poder entenderlo me he visto en la necesidad de agruparlas amparado en mi experiencia laboral de más de 25 años. Y diría que se pueden resumir en tres grandes grupos:

- En primer lugar a La información de la que dispone el cliente sobre nuestro producto. Cuando yo comencé, el vendedor era generalmente fuente de información para el cliente por lo que era una figura bienvenida, lo que hacía que el cliente le concediese más tiempo, simplemente porque era una herramienta útil. Hoy ya no es así, pues todo lo que el comprador necesite saber, ¡y más!, lo tiene a un golpe de click. Esto hará que muchas veces nos vea más como un pérdida de tiempo que como una inversión y sienta que nuestra visita es una de tantas y que no le aporta nada.
- La difícil diferenciación actual entre precios y características entre productos. Como Gallego que soy, en mi tierra, hasta hace no mucho tiempo era complicado encontrar todo lo que querías al precio deseado. La situación actual es totalmente diferente y nuevamente a un golpe de click podemos encontrar todos los productos o servicios deseados y generalmente dentro del margen de precios/características esperados.
- La importancia de la satisfacción del cliente, no sólo en el momento de la venta sino después, cuando ya no podemos influir sobre él. Tal es así que si antes, por ejemplo, un cliente insatisfecho podía realizar entre 7-10 comunicaciones negativas, ahora puede generar directamente una verdadera crisis de reputación.

En relación a esto, siempre recuerdo una vivencia que tuve en el teatro Kamikaze en Madrid, hará un año y medio. Al acudir a una obra de teatro, uno de sus responsables se dirigió al público antes de comenzar para alabarnos las excelencias de dicho proyecto y nos transmitió todo el esfuerzo que había detrás del mismo; igualmente, nos pidió que - si nos gustaba la obra – lo comunicáramos en las redes, pero que, si la obra no era de nuestro agrado, calláramos en aras al esfuerzo implícito en dicho montaje. En mi caso, la obra no me entusiasmó, pero sus palabras -que quedaron grabadas en mí- hicieron que les diera otra oportunidad y otra y otra… En la actualidad, es uno de mis teatros de referencia. Pongo este ejemplo como clave del poder del cliente en la comunicación, pero sobre todo como ejemplo personal de la verdadera importancia de ser capaces de influir en el mismo una vez que no lo tenemos delante.

Y si nos fijamos, el resumen de estos cambios nos lleva a una paradoja, que es que justo en el momento de mayor digitalización del mercado, en el que parece que la clave está en internet, el foco vuelve a estar en el vendedor y en las personas como respuesta a estos cambios, simplemente porque son ellos el elemento diferenciador: el vendedor es la clave, pero un nuevo vendedor, un vendedor ¡diferente!.

Hablas de un vendedor diferente.

¿A qué te refieres exactamente con esto?

Este es otro tema realmente interesante; el otro día debatiendo sobre él, defendía la idea de que -a mi juicio- el nuevo vendedor debe ser aquel muy centrado no tanto en vender, como en hacer clientes, (porque queramos o no, vender no siempre es posible). Haciendo que el cliente sea verdaderamente el centro y el motor de su trabajo, capaz de generar por sí mismo ese valor añadido adicional, irreplicable y personal que marque la diferencia. Justamente esa diferencia por la que el cliente esté dispuesto a pagar y que a veces no es tan sencillo incorporar al producto. Puede parecer que esto es obvio, porque es algo sobre lo que se vierten ríos de tinta y horas de Youtube, pero, cuando miro, ya sea como profesional o comprador potencial, creo que es algo que en la actualidad escasea.

A mi juicio, un buen vendedor debería ser -en cierto modo- un coach de buenas decisiones; ese alguien capaz de hacer que el cliente se sienta acompañado en su proceso de detección de sus necesidades reales para, desde ahí, conseguir que sea el comprador, el que elija libremente y sin presión lo que desea adquirir; en definitiva, la clave está en lograr que sea el comprador el que decida comprarnos a nosotros y no nosotros los que lo presionemos para conseguir venderle.

Esto, al fin y al cabo, está muy relacionado con lo que decíamos antes de la importancia de la influencia del vendedor mucho más allá del momento de la venta, el hacer que un vendedor se convierta en un coach de buenas decisiones de compra nos asegura, en cierto modo una muy buena sensación postventa.

Como teoría está muy bien pero vender hay que vender y los objetivos son los que son ¿Qué acciones específicas recomiendas hacer?

for your business

¡Cierto!, tienes toda la razón y precisamente, esa es la clave de la propuesta de valor de Logos Vendere y de mis servicios cuando me incorporo a una empresa. Lo primero que hay que especificar es que este cambio de paradigma no se puede realizar de la noche a la mañana pues no hay píldoras curativas ni varitas mágicas; sólo se puede hacer con esfuerzo, con cambios en la visión estratégica y en los estilos de liderazgo, introduciendo una gestión de equipo desde el punto de vista de las herramientas de desarrollo de personas, etc. Esto exactamente es lo que tratamos de hacer cuando nos incorporamos a una empresa: además de cubrir necesidades concretas, porque como bien dices, hay que vender y por ello, ya sea a través de la creación de una red de ventas, el rediseño y mejora de la misma, la dirección comercial, etc. buscamos ser artífices de ese cambio de cultura aportando desde dentro y desde nuestra labor diaria todas las herramientas que son necesarias para llevarlo a cabo.

"justo en el momento de mayor digitalización del mercado, en el que parece que la clave está en internet, el foco vuelve a estar en el vendedor y en las personas como respuesta a estos cambios "

Para poder lograrlo, recomiendo reducir en lo posible la cultura basada en las empresas "incoherentes", es decir aquellas que, por ejemplo, alegan libertad de opinión, pero cuyos jefes no admiten una negativa por parte de sus subordinados, o bien, aquellas que basan su productividad en el miedo, por citar algunos casos muy frecuentes en nuestro tejido empresarial.

En nuestra labor diaria nosotros apostamos por cambiar el tipo de liderazgo de la organización, tal es así, que siempre tengo presente una frase de John Whithmore que dice que "si tratas a las personas como borregos ellos actuarán como tales". Esto en ventas es muy habitual. En mi experiencia hace muchos años yo mismo me he sentido como un vendedor commodity, generalista, sin capacidad para aportar nada más que no fuera ir por la calle a ofrecer el producto; el resultado de ser tratado así y a pesar de lo mucho que me esforzaba, era, literalmente el de una venta commodity, generalista, sin más. Sé que este paradigma sigue vigente, pero tiene los días contados…

Esto que acabamos de decir nos lleva a reflexionar sobre la conveniencia de poner el foco de la venta -además de en el cliente externo- también en el interno, pues cada vez más éste se muestra como un elemento imprescindible de diferenciación.

En nuestra experiencia vemos a muchos responsables muy orientados a la venta al cliente externo, olvidando no sólo sus propios equipos de ventas, sino los satélites, el back office y el soporte.

Cuando en Logos Vendere decimos que la venta comienza mucho antes de salir a la calle, en parte nos estamos refiriendo a esto: a trabajar la venta como un elemento global de implicación por parte de todos los departamentos, incluido, por ejemplo, el departamento de recepción cuando otras empresas nos visitan para intentar vendernos sus servicios. Trabajar la integración global, una buena comunicación y empatía entre departamentos nos parece clave para poder tener unos buenos ratios de beneficios. Creemos firmemente que ese cambio de visión y liderazgo se torna fundamental en estos tiempos pues supone un verdadero elemento dinamizador y diferenciador.

Y en relación al cliente externo, pues simplemente tratando de llevar a la realidad aquello que hemos dicho: generar valor desde la relación, la persona y la cultura de servicio.

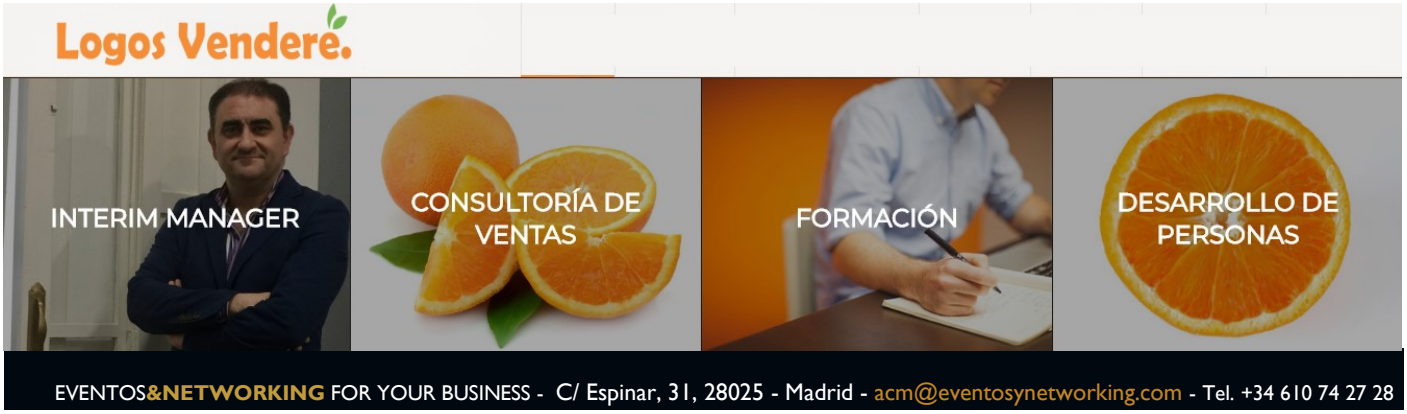
En este caso, casi más que dar herramientas concretas, me gustaría poner el ejemplo de Starbucks, la archiconocida cadena de cafeterías que ha abierto en Galicia hace pocos meses y que vende cientos de miles de cafés al día en todo el mundo, a pesar de lo cual ninguno de ellos es igual a otro, todos son diferentes, pues llevan nuestro nombre. Para mí esto es un buen ejemplo de lo que hablamos pues en mi caso cuando, compro un café como tantos otros miles de seres humanos ese día estoy tomando uno único y exclusivo, diferente, el que lleva mi nombre. En un negocio tipo Starbucks es difícil generar relación, pero aún así consiguen hacerme único y empatizar conmigo. En este sentido, siempre me acuerdo de Dale Carnagie, cuando en uno de sus libros dice que "nada gusta más a una persona que escuchar su nombre"…

¿Y qué es lo que propone Logos Vendere en relación a todo esto?

Ya desde antes, pero especialmente durante mi dilatada experiencia organizando y dirigiendo clubes de networking -labor que me ha permitido hablar con un sinfín de profesionales y empresarios de sectores muy diversos- me di cuenta de que las empresas coincidían en las mismas cuestiones en relación a los intangibles: grandes costes frente a un resultado escaso, algo al alcance de grandes empresas pero no de ellos.

Cuando hablo con ellos de cambiar roles de liderazgo, paradigmas empresariales, inversión en coaching o desarrollo de personas, formación o consultoría, estos profesionales y pequeños empresarios, reconocen su

#PymesUnidas® IDEAMOS, CREAMOS Y CRECEMOS



utilidad pero, muchas veces argumentan a la par que no lo contratan porque se trata de una inversión a largo plazo, con un resultado incierto que, por diversas razones, sienten que no se pueden permitir.

Indagando sobre esto, aparecía la curiosa paradoja de que por preocuparse de sacar adelante el día a día (lo urgente pero no importante, o por lo menos, no tan importante), dejaban de preocuparse por aquellas cosas no urgentes pero realmente importantes, aquellas que se anticipan a un futuro, que tarde o temprano llegará.

Curioso ¿no?; por preocuparse de gestionar el presente ¡dejaban de gestionar su futuro!.

Como me dijo una vez un pequeño empresario con seis empleados: "liderazgo, comunicación, lenguaje y empatía constituyen un lujo sólo para ricos, los pobres ya bastante tenemos con comer hoy".

Y dicha frase que alega que, ocuparse de los intangibles, de aquellas cosas que marcan la diferencia, que crean futuro es un lujo para tantas empresas, se me quedó grabada a fuego, pues me di cuenta de que era un bucle: sabían que la clave para su supervivencia pasaba por un futuro del que no se podían preocupar hoy; es decir, su futuro, estaba hipotecado por la gestión del día a día…

Y, como resultado de todo ello, intentamos crear un modelo de negocio que solucionara todo esto. Cotejé sus inquietudes con mi experiencia que me dice que la clave para poder crecer y mantenerse en el mercado pasa por preocuparse de lo muy importante pero poco urgente. Analicé y verifiqué que era cierto lo que había percibido y traté de buscar una solución. Buscar la manera de que -a coste muy reducido y si era a variable, mejor -se pudiera solucionar esa brecha.

Así pues, Logos vendere ¡es la solución!. Nos integramos en la empresa para poder ayudar en la solución de la gestión diaria pero aportando a la vez todo lo necesario para que la empresa pueda generar esa transformación sin riesgos y a coste reducido.

Podríamos decir que, Logos Vendere es esa herramienta que permite a una empresa, preocuparse sin riesgo de lo que realmente es importante pero no es urgente. Y nos gusta hacerlo desde dentro, aportando valor en el hoy, en el día a día.

Nos gusta decir que en Logos Vendere trabajamos en el presente vendiendo futuro.

Antes de acabar, Rodrigo, cuando entro en tu web resulta curioso que no hay más que naranjas. Me ha llamado tanto la atención que no me resisto a preguntarte el por qué de naranjas como motivo para una consultoría de ventas.

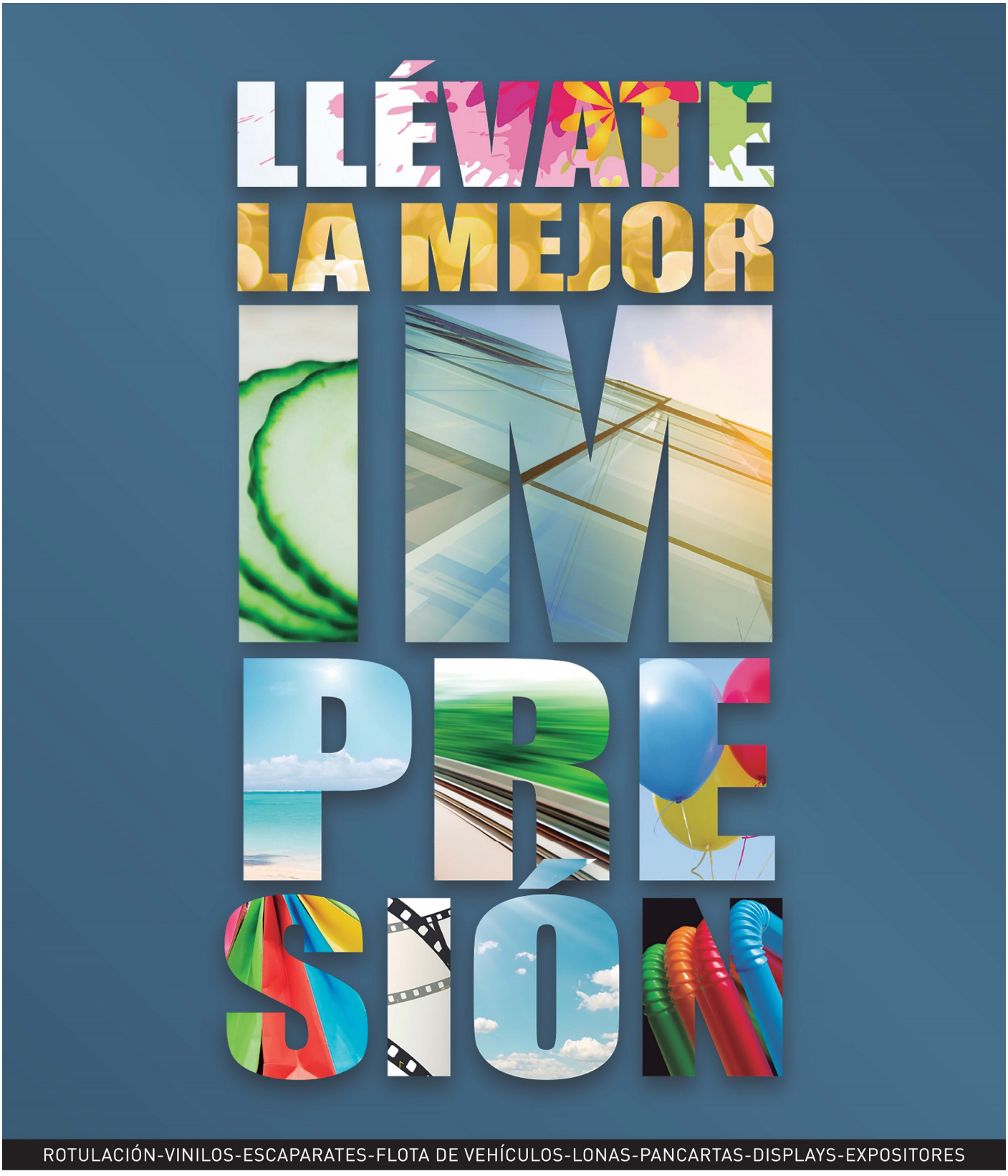
La verdad es que a muchas personas les llama la atención. Simplemente es una metáfora de lo que queremos representar para las empresas en los departamentos comercial, márketing y de ventas. Queremos ser su vitamina C, su complemento ideal, ese zumo de la mañana que aporta un extra de energía, fuerza y herramientas para seguir adelante. No lo supone todo pero marca la diferencia. Nos pareció que hacer de la naranja nuestra imagen corporativa era una buena forma de comunicarlo.

¿Dónde podemos contactar con Rodrigo?

Muy fácil, en el correo electrónico:

rodrigo@logosvendere.com o directamente en la web www.logosvendere.com o directamente en mi número de teléfono 607478966. Ahí os espero me gustará mucho tomarme un café con todos vosotros, bien en A Coruña, bien en Madrid.

Rodrigo nos confirma que el 13 de diciembre será uno de los integrantes de la mesa debate sobre ventas, en el evento Emprendedores Solidarios 2018, que organiza AJE MADRID, en favor de Mensajeros de la Paz. Las inscripciones al evento se pueden realizar desde la plataforma Wittia.com y la entrada será solidaria.



ROTULACIÓN-VINILOS-ESCAPARATES-FLOTA DE VEHÍCULOS-LONAS-PANCARTAS-DISPLAYS-EXPOSITORES

VISION CHL
Eventos Publicitarios

CHL Visión
Plaza de La Encina, 1.
Alcobendas-28100 Madrid.
671 432 138.

chlvision@gmail.com
publicidadchlvision.com

ESPECIALISTAS EN LA INSTALACIÓN DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS EN ESPAÑA

for your business

I CONGRESO DE LA MUJER, EMPLEO, EMPRENDIMIENTO Y MICROEMPRESA.

300 asistentes, 11 patrocinadores, 46 colaboradores y 33 ponentes clave del éxito del evento celebrado el pasado 10 de octubre en CaixaForum Madrid.

De Izquierda a Derecha Directora del CaixaForum Madrid, Doña Cristina Núñez de Pablo, Presentadora del Evento. Doña Isabel P. Fuentes, Don Alejandro Fernández, Jefe Comercial del CaixaForum Madrid, Doña Begoña Suárez, Subdirectora General para el Emprendimiento, la Igualdad en la Empresa y la Negociación Colectiva de Mujeres (IMIO), del Ministerio de la Presidencia, Doña Miriam Rabaneda, Viceconsejero de Políticas Sociales y Familia de la Comunidad de Madrid, Doña Eva Serrano, Vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Madrid, Presidenta de ASEME, Vicepresidenta de CEOE, y CEIM y en el atril Don Víctor I. Delgado Corrales, Presidente de AEMME, Asociación Española Multisectorial de Microempresas.

El pasado10 de octubre de 2018, se celebró en el CaixaForum Madrid, el I Congreso de la Mujer, Empleo, Emprendimiento y Microempresas, con un gran éxito de inscripciones y una asistencia de 300 personas, 98% Mujeres Emprendedoras, Empresarias, así como Instituciones, Fundaciones, otras Asociaciones, Escuelas de Negocios, Bancos y demás Organizaciones representativas de la Sociedad Civil.

Este importante Congreso ha sido posible al gran número de patrocinadores (11), empresas e Instituciones colaboradoras (46) ponentes (33), que conformaron las Mesas de Debate que se expusieron.

El Congreso fue conducido por la Speaker ***Doña Cristina Núñez***, fundadora de Wow Woman que dinamizó el evento, inyectó ilusión a las asistentes y compartió según su experiencia las claves para emprender con éxito.

Las Mesas de Debate se fueron presentando desde las dos Moderadoras de las citadas Mesas ***Doña María Pérez del Castillo y Doña Helena Díez*** – Fuentes, que permitió unas sesiones mas dinámicas y participativas.

La Mesa Institucional estuvo participada por la Directora del CaixaForum Madrid, ***Doña Isabel P. Fuentes***, **Don Alejandro Fernández,** Jefe Comercial del CaixaForum Madrid, ***Doña Begoña Suárez,*** Subdirectora General para el Emprendimiento, la Igualdad en la Empresa y la Negociación Colectiva de Mujeres (IMIO), del Ministerio de la Presidencia, ***Doña Miriam Rabaneda***, Viceconsejero de Políticas Sociales y Familia de la Comunidad de Madrid, **Doña Eva Serrano**, Vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Madrid, Presidenta de ASEME, Vicepresidenta de CEOE, y CEIM y ***Don Víctor I. Delgado Corrales***, Presidente de AEMME, Asociación Española Multisectorial de Microempresas. Los intervinientes realizaron una exposición de gran interés para todo el público asistente y el Presidente de AEMME, finalizó agradeciendo su presencia Institucional y sus intervenciones, así como el apoyo que desde los diferentes organismos e instituciones están brindando a la Mujer Emprendedora.

Posteriormente se iniciaron el desarrollo de las Mesas de Debate que conformaban de forma importante esta I Edición del Congreso de la Mujer, Empleo, Emprendimiento y Microempresas.

La Primera de ellas fue la Mesa de Desarrollo Personal con la participación e intervención de ***Doña María Manzano Fundadora*** de Lider-haz-GO***, Doña Carmen Soler Patrono*** Fundación ADADE y **Doña Isabel Hidalgo,** Lider Comunicación Fundación Masfamilia.

La Segunda Mesa de Desarrollo Profesional estuvo formada por, ***Doña Yojana Pavón,*** Presidenta Nacional de ANAC, ***Doña Emilia Zaballos***, Fundadora de Zaballos & Laborda Aboga-

dos entre otros cargos relevantes, y ***Don Mariano Alonso***, Socio Director General de Mundo franquicia.

La Tercera Mesa de Desarrollo Estratégico, la formaron, ***Doña Carmen Prada***, Consultora de gran experiencia en el Desarrollo Personal y Profesional, ***Doña Marta Suso,*** Directora Comercial de Doubletrade Spain y Don Pedro Morera, CEO Club InterPyme

La Cuarta Mesa de Innovación y Transformación Cultural estuvo formada por, ***Doña Ofelia Santiago***, CEO de Santiago Consultores, ***Doña María Díaz,*** Country Manager España Doppler, ***Doña Susana Muñoz***, Cofundadora Alchymia Essential Transformation y ***Don Luis Orejas,*** Delegado de Madrid de Laboral Group.

La Quinta Mesa de Mujer, Emprendimiento y ODS, contó con la participación e intervención de ***Don Francisco Javier Fernández***, Director General Fundación COPADE, ***Doña Susana Posada,*** Responsable de Comunicación Institucional y RSE de Leroy Merlin España y ***Doña Mónica Somacarrera***, Administradora Solidaria de Gabarrera Sociedad Cooperativa Madrileña.

La Sexta Mesa de Financiación, Finanzas y Microfinanzas estuvo compuesta por ***Don Oriol Lendínez***, Responsable Entidades Colaboradoras Microbank, ***Doña Laura García,*** Directora de la Agencia OVB Allfinanz España y ***Don Abel Jiménez,*** Vocal Junta Directiva ADADE.

En la séptima y última mesa del evento, correspondiente a los Casos de Éxito de Mujeres Emprendedoras y Empresarias se contó con la intervención de ***Doña Francisca Molina,*** Presidenta de APECA y CEO Selezziona Consultoría, ***Doña Pilar Carrasco,*** CEO businessINFIT, ***Doña Pilar Aragüés***, Teacher ar Working y ***Doña Katharina Kühnelt,*** Directora de Proyectos Europeos en INNOGATE TO EUROPE.

Cerraron este importante I Congreso de la Mujer. Empleo, Emprendimiento y Microempresas, la Junta Directiva de AEMME, formada por El Secretario General y Director General , ***Don Víctor I. Delgado***, la Vocal, Doña ***Ana I. Delgado*** y el Presidente, ***Don Víctor I. Delgado***, quien agradecieron de nuevo, a todos los asistentes su interés por este Gran Acto, a nivel Nacional e Internacional.

El Presidente, en nombre de la Junta Directiva expresó las conclusiones de este I Congreso de la Mujer. Empleo, Emprendimiento y Microempresas, por un lado, el gran éxito de asistentes, por otro lado, la gran repercusión transmitiendo varios puntos concretos:

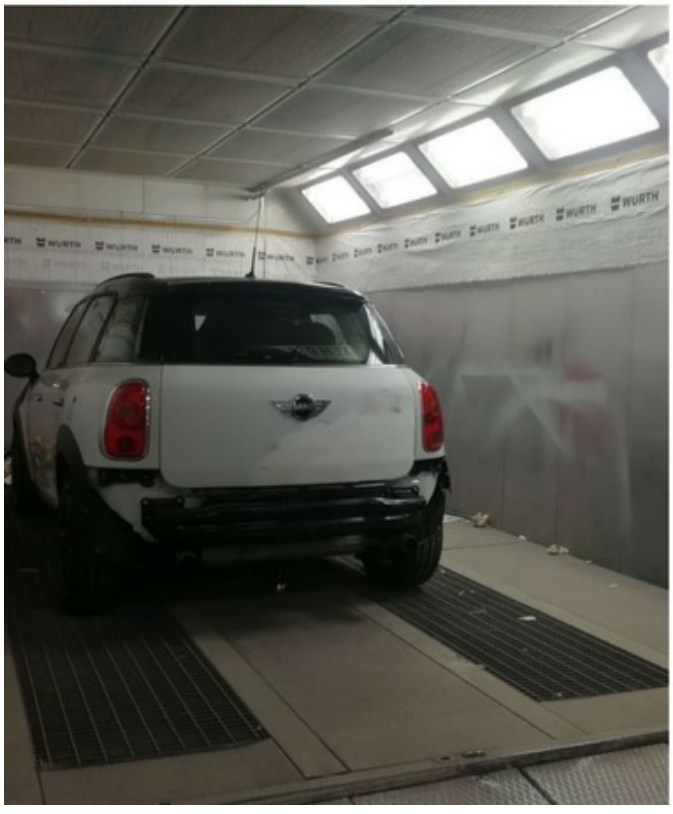
1. Quedan iniciadas las gestiones Post-Congreso solicitando la Aportación y Participación a todas las personas y profesionales implicadas en el evento (Patrocinadores, Colaboradores, Ponentes), para el desarrollo de nuevas acciones e iniciativas donde poder potenciar aquellas áreas de Negocio que más necesiten desarrollar las Mujeres Emprendedoras.
2. Se constituye el HUB (Comunidad) para las Mujeres Emprendedoras asistentes al Congreso, donde puedan dirigir a los profesionales, todas aquellas dudas, relacionadas con su Proyecto de Emprendimiento.
3. Anuncio del desarrollo de la Segunda Edic. del Congreso de la Mujer, para el 9 de octubre de 2019, en este mismo espacio CaixaForum Madrid.
4. Dar entrada y de forma GRATUITA hasta el 31/12/2019 como Asociados a AEMME a todas las profesionales que asistieron al Congreso. De este modo formarán parte de la organización y conocerán de primera mano el modelo de Asociación Empresarial y su filosofía

Los lectores pueden ampliar la información en las web: **www.congresodelamujer.es,** AEMME: **www.asociacionmicroempresas.com**

Talleres Adanero

C/ ZARZUELA 26 - MADRID 28044

TELÉFONOS: 915082167 - 697151273



Todas las marcas, todas las compañias.

FELIPE C. MAÑAS -GERENTE

En Talleres Adanero llevamos más de 40 años al servicio de nuestros cliente. Trabajamos con todas las aseguradoras, empresas de renting, empresas de taxi y particulares que quieren tener su vehículo impecable. Chapa, pintura, mecánica, faros, etc.

Somos serios y respetuosos con las fechas de entrega, pues somos conscientes que muchos de nuestros clientes utilizan su vehículo para trabajar.

Tenemos un gran cabina de pintura, válida también para furgonetas y estamos en el Polígono de Aguacate. SOLICITA PRESUPUESTO SIN COMPROMISO.

ACCIONISTAS Y BONISTAS DEL POPULAR ESTÁN CONSIGUIENDO LA NULIDAD DE SUS CONTRATOS.

Los Tribunales están dando la razón a los accionistas del Banco Popular anteriores a la ampliación de capital de 2016.

Miles de accionistas de Banco Popular perdieron el 100% de lo invertido tras la compra, por un euro, de la entidad financiera por Banco Santander el pasado 7 de junio de 2017.

En la actualidad **hay viabilidad judicial para la reclamación de las cantidades invertidas** en un producto calificado por la CNMV como sencillo pero que se comercializó sin otorgar al cliente una información veraz sobre la verdadera situación financiera y contable de la entidad financiera.

Un año y medio después de la compra de Banco Popular Español, S.A., (Banco Popular) por parte de Banco Santander, situación que provocó la suspensión definitiva de la cotización de las acciones de Banco Popular y su amortización a precio cero, **los accionistas tienen la posibilidad de recuperar sus ahorros sí reclaman judicialmente a la entidad como consecuencia de la irregular comercialización del producto.**

Numerosas Sentencias avalan la postura de los accionistas: Oviedo, Vigo, Fuengirola, Málaga, entre otras que, en aplicación de la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 1ª, de 3 de febrero de 2016 - referida a las ACCIONES BANKIA-, concluyen que se prestó al accionista una información irregular que provocó una representación equivocada sobre la solvencia de la entidad en la que invertían.

Si bien, hasta hace unos meses las resoluciones judiciales existentes se refieren solamente a las compras realizadas en la ampliación de capital del año 2016, actualmente los juzgados también están dando la razón a clientes del año 2010 en adelante - como es el caso del Juzgado de Primera Instancia nº 12 de Valladolid, que ha anulado la compra de acciones de un empleado que adquirió títulos en 2010, 2011, 2012 y 2016 - tal y como se podía desprender de la lectura de las primeras sentencias. que **existe la posibilidad de extender esta irregular información sobre la información patrimonial y contable expresada en el Folleto Informativo también a años anteriores.**

En definitiva, hay esperanza para todos aquellos accionistas que han visto atrapados sus ahorros por la que creían una entidad financiera solvente, en crecimiento y sin ningún problema financiero, la anulación del contrato de adquisición de acciones por vicio en el consentimiento trae como consecuencia la restitución de las contraprestaciones como si éste nunca se hubiese celebrado (ex artículo 1.303 CC), debiendo así la entidad devolver las cantidades invertidas más el interés legal desde el adeudo y el cliente, deberá devolver los dividendos y títulos percibidos.

A tener en cuenta - máxime tras la Sentencia del Tribunal Supremo, Sala 1ª, de 11 de abril de 2018 sobre la licitud de las transacciones judiciales suscritas por los afectados de "cláusula suelo" - es que los clientes accionistas que hayan suscrito los acuerdos ofertados Banco Santander que consistían en la adquisición de Bonos perpetuos amortizables a los 7 años (a voluntad del emisor), con una remuneración del 1% anual, no podrán reclamar judicialmente a la entidad puesto que hay renuncia expresa a emprender acciones judiciales frente a ésta.

En ACB Abogados Consumo & Banca, al igual que hicimos con las reclamaciones de ACCIONES BANKIA, individualizamos nuestras demandadas puesto que la inversión, perfil del cliente, procedencia de las cantidades y relación de confianza con la entidad nos parecen antecedentes a tener en cuenta para impugnar el contrato de adquisición de acciones y así ayudar a nuestros clientes a recuperar sus ahorros y su tranquilidad.

La difícil situación de los clientes de Banco Popular, tanto accionistas como bonistas, puede solventarse judicialmente mediante la reclamación a la entidad con motivo de las irregularidades cometidas en torno a la comercialización del producto.

Otras noticias de ACB abogados en:

CONFILEGAL

Desde ACB ofrecemos a los lectores la posibilidad de concertar una consulta jurídica presencial y gratuita, llamando previamente al teléfono +34 91 525 01 94, con el fin de identificar, analizar el clausulado de su préstamo hipotecario y ofrecerle soluciones para recuperar su dinero y su tranquilidad.

Autora:

Letrada Pilar Buendía Amat.

www.acbabogados.com

En ACB Abogados Consumo & Banca, somos especialistas en derecho bancario y financiero, que defendemos los derechos e intereses legítimos de los usuarios de servicios bancarios y consumidores en general. Trabajamos para recuperar el dinero y la tranquilidad de los afectados por la comercialización de hipotecas con cláusulas abusivas (suelo, multidivisa, etc), de los accionistas y bonistas del Banco Popular o cualquier otro asunto relacionado con consumo y banca. Solicite una consulta jurídica en nuestras oficinas. **Tel. 91 5250194**

Calle Espinar, nº 31 de Madrid, 28025.

Directora de los SSJJ de ACB Abogados Consumo & Banca

for your business

XIII ENCUENTRO COMERCIAL AJE MADRID

Con las reuniones B2B de este evento, realizarás el trabajo de prospección comercial de una semana en una sola mañana.

"El evento más apropiado para hacer Networking, ampliar tus contactos profesionales y generar sinergias"

En la mañana del jueves **29 de noviembre,** la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid, Aje Madrid, celebra su **XIII Encuentro Comercial.**

Como en las ediciones pasadas, el evento tendrá lugar en la Sede de Aje Madrid, el Garaje, sito en la calle Matilde Díez, 11 de Madrid, muy cerca de la estación de metro Prosperidad.

Dentro del programa del evento, que comenzará a las 9:30 horas, lo más destacado y productivo para los asistentes son las reuniones bilaterales (B2B) con otros empresarios. Para poder participar en las mismas, los interesados en asistir al evento, deberán seguir los siguientes pasos:

1. Inscribirse al evento en:

encuentrocomercialajemadrid.es

2. Una vez que ya está inscrito en el evento, para poder concertar reuniones B2B, **deberá registrarse como interesado en las reuniones,** de forma que tenga acceso al resto de asistentes también interesados en las reuniones. En este paso también podrás inscribirte a las asesorías One to One que tendrán lugar a lo largo de toda la jornada.

3. Elabora tu **agenda de reuniones**:

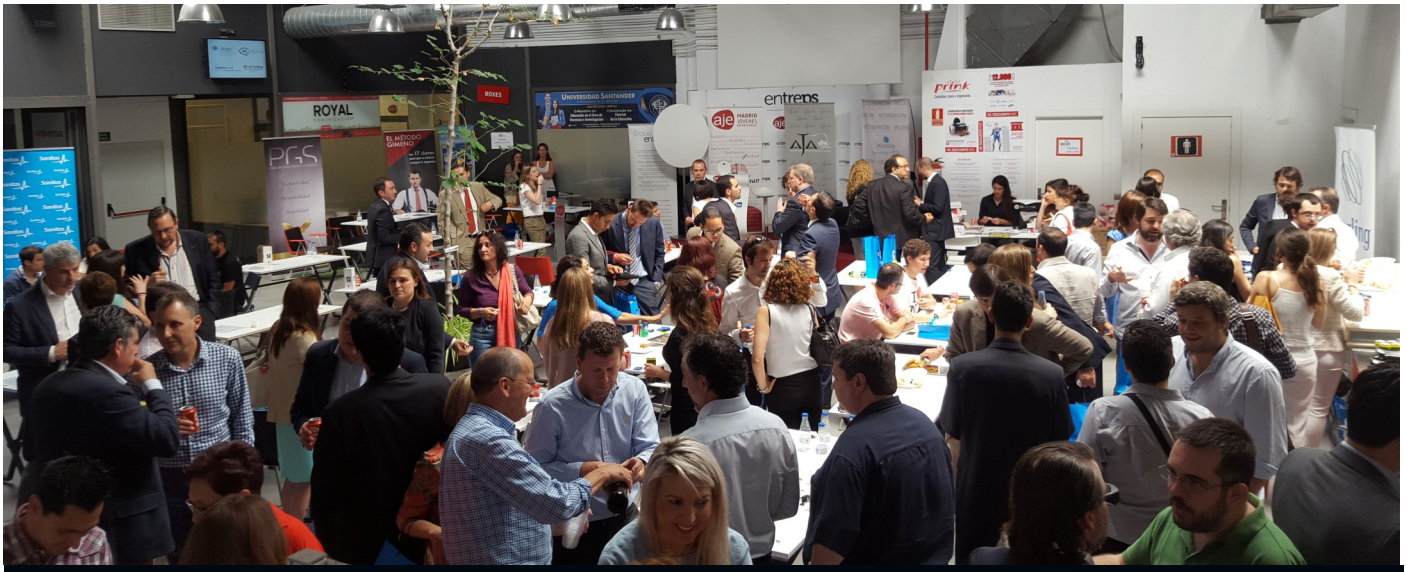
- Entra en la plataforma con tu usuario y contraseña (que recibirás por email).
- Localiza empresas que te interesen, y solicita una reunión.
- Debes consultar periódicamente tu Agenda de reuniones con el usuario y contraseña, para comprobar si otras empresas han solicitado reunirse contigo, y acepta las reuniones si son interesantes.
- Siempre podrás consultar tu agenda para ese día en esta página web.

4. Asistir al evento, con tu agenda de reuniones impresa, para saber los datos de los empresarios con los que tiene la reunión de 15 minutos.

Se trata de un evento en el que usted puede concertar hasta 14 reuniones B2B, en una sola mañana. ¿Cuánto tiempo y dinero le costaría mantener esas reuniones? Aje Madrid le facilita el trabajo comercial de toda una semana, en una sola mañana.

vodafone Sabadell martín molina

ocasióncasa GRUPO INMOBILIARIO MAHOU SANMIGUEL Coca-Cola



V ENTREGA DE PREMIOS

JÓVENES ABOGADOS DE MADRID

40 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN

Jueves 29 de noviembre
19:30 h

SkyNight
Puerta de América
Última planta
Av. América 41, Madrid

MODERAN EL ACTO
Pilar Vilella y Ana Puerto (AJA)

I. APERTURA

Begoña Castro
Vicedecana ICAM

II. ENTREGA DE PREMIOS

III. CLAUSURA DEL ACTO

Alberto Cabello
Presidente de AJA Madrid

Ángel Garrido
Presidente de la Comunidad de Madrid

APADRINA
María Jesús del Barco
Decana de los Juzgados de Madrid

"Compromiso Jóvenes Juristas"
Premiado: Fundación FEDEJ
Entrega: Manuel Ruiz De Lara

"Participación de la Abogacía"
Premiado: Asociación ALTODO
Entrega: Carlos Berbell

"Derecho de Defensa"
Premiado: D. Antonio Agúndez
Entrega: Natalia Velilla

"Compromiso Social"
Premiado: Asociación Stop Haters
Entrega: Escarlata Gutiérrez

"Excelencia a la Trayectoria Profesional"
Premiado: D. Juan Antonio Sagardoy
Entrega: Rafael Catalá

"Título Póstumo Defensa Estado de Derecho"
Premiado: D. José Manuel Maza
Entrega: Juan G. Ospina

ILUSTRE COLEGIO DE ABOGADOS DE MADRID

AJA AGRUPACIÓN JÓVENES ABOGADOS DE MADRID

***Invitación a vino español**
Obligatorio confirmar por aforo: **aja@icam.es**

NET WORKING 3.0

for your business

n+e business school

Negocios y Estrategia Business School.

Un innovador concepto de formación basado en el modelo presencial sin necesidad de trasladarse al aula física.

"Formación telepresencial, tutor personal, grupos reducidos, evaluación continua y herramientas de apoyo, son la clave del éxito de n+e"

En Negocios y Estrategia Business School trasladamos una amplia experiencia en las tecnologías de la información y la comunicación para proponer un innovador concepto de formación basado en el modelo presencial sin necesidad de trasladarse al aula física.

✔ Pioneros en formación telepresencial.

Las clases online en directo siguen el modelo de una clase presencial pero a través de nuestra plataforma online. Esto quiere decir que nuestras clases no son enlatadas, sino que atienden a un horario específico y permiten una interacción directa con el profesor. El alumno podrá preguntar sus dudas al profesor en directo y estar al día con las tendencias actuales dentro de la formación y el sector digital y empresarial.

El horario de las clases en directo varía cada semana para poder facilitar la asistencia a los alumnos. En caso de que el alumno no pueda asistir a la clase en directo, tendrá acceso a ella en diferido en 24-48 horas y también podrá hacer las preguntas al profesor a posteriori a través del mail de contacto.

✔ Tutor personal

En n + e se realiza un seguimiento personalizado del profesor para que el alumno no abandone sus estudios. Si el tutor percibe que tu rendimiento podría mejorar se pondrá en contacto con el alumno para asesorarle y animarle a la hora de superar sus objetivos.

En Negocios y Estrategia nunca estarás solo frente a la pantalla. El Tutor personal acompañará al alumno durante el curso académico mediante asesoramiento vía email.

✔ Grupos reducidos

Nuestros Másteres, Cursos Superiores y Especialistas atienden a un modelo muy personalizado, ya que nos enfocamos en grupos reducidos. Se trata de una enseñanza de mayor calidad en la que se establece un vínculo más cercano entre el alumno y el profesor.

✔ Sistema de Evaluación Continua

La enseñanza es modular, a través de bloques temáticos de entre 1 y 3 semanas de duración que corresponden a una asignatura concreta. Cada módulo del programa empieza y acaba en unas fechas determinadas, sin que un apartado dé paso al siguiente.

El alumno no tendrá que realizar un examen presencial, sino que se le irá evaluando de forma continua a lo largo del curso a través de trabajos, lecturas, participación en foros, clases, debates, etc. Al final de cada módulo el alumno realiza un examen de autoevaluación y un trabajo de final de módulo.

Una vez finalizada toda la formación, el alumno desarrollará su Trabajo Fin de Máster o Postgrado con ayuda del Director de cada programa. La defensa del trabajo frente al tribunal se realizará vía Skype para evitar el desplazamiento del alumno.

(Continua)

✔ Herramientas dentro del campus virtual.

El alumno cuenta con una serie de recursos y herramientas que le ayudarán a lo largo del curso académico:

1. Temarios, lecturas, esquemas, documentación extra, etc. Todo el material está actualizado y puede descargarse e imprimirse para estudiar en cualquier lugar.
2. Acceso a una Biblioteca Virtual para la documentación y el estudio.
3. Foros y chats para estar en contacto con la Comunidad n + e y generar su propia Red de Networking.
4. Webinars y conferencias en directo sobre temas relacionados con las formaciones impartidas.
5. Planificación semanal de cada módulo para que el alumno sepa con antelación qué temario va a tocar esa semana y qué propuestas de actividad se le plantean.
6. Secretaría y soporte técnico de apoyo al alumno.

Valores añadidos

☑ Bolsa de Empleo y Red Empresas.

Negocios y Estrategia Business School cuenta con una amplia Red de Empresas colaboradoras enfocada a los sectores punteros e interesadas en la contratación de nuevos perfiles con una formación actualizada. A través del Convenio con nuestras empresas colaboradoras, nuestros alumnos podrán acceder a nuevos puestos de empleo a través de una oferta de empleo disponible en nuestra plataforma.

☑ Convenio de Empresa y Prácticas Voluntarias.

Negocios y Estrategia Business School en su intento por mejorar las condiciones laborales de nuestros alumnos oferta como servicio gratuito la posibilidad de realizar prácticas voluntarias para complementar la formación. Lo que pretendemos que se alcance es que, a través de un Convenio de Colaboración entre esta escuela y entidades privadas, se facilite el continuar con la enseñanza de los alumnos como parte de su formación. Prácticas disponibles solo para España.

☑ Curso Gratuito de Coaching Empresarial*

En este curso gratuito de coaching empresarial se proporciona una serie de habilidades y técnicas que dan fuerza y seguridad para enfrentarse a los retos que se plantean, eligiendo comportamientos de forma efectiva, para vivir de manera plena y feliz, con el objetivo de convertirse en profesionales valiosos en el mercado laboral. El curso de coaching empresarial está impartido por la profesora Hortensia Soler, Máster en Coaching Ejecutivo y Habilidades Directivas, Máster en Formación del Profesorado, Licenciada en Psicopedagogía y en Arte Dramático, Terapeuta en Reiki y en Mindfulness. La profesora Soler acumula 17 años de experiencia como docente, terapeuta y actriz, conocida por sus intervenciones en televisión, radio y teatro.

*Este curso no se incluye en promociones puntuales.

☑ Clases en Directo

Nuestra metodología tiene todas las ventajas de la formación presencial pero a través de nuestra plataforma online. Desde cualquier lugar podrás acceder a nuestras clases en directo programadas con antelación. El valor añadido de esta metodología permite generar una interacción directa y a tiempo real entre el profesor y el alumno, como si estuvieran en el aula física, pero con todas las facilidades que plantea un sistema online.

☑Claustro de Profesores en activo.

Todos nuestros profesores están en estos momentos desarrollando sus carreras profesionales en empresas punteras de cada sector, por lo que los conocimientos que imparten están actualizados al 100% y mantienen al alumno al día de las nuevas tendencias del mercado actual.

for your business
n+e business school

Eventos de Networking.

Negocios y Estrategia Business School realiza puntualmente eventos de carácter tanto online como presencial que puedan favorecer la creación y el desarrollo de una Red de Networking para nuestros alumnos y antiguos alumnos junto a profesores y profesionales del sector.

Departamento de Desarrollo Profesional.

Negocios y Estrategia Business School ofrece un seguimiento personalizado del alumno desde el momento de elección de la formación que más se adapte a su perfil y objetivos. El alumno contará con un tutor personal que le acompañará durante su trayectoria académica, reforzando aquellos puntos en los que el alumno quiera focalizarse. Una vez terminada la formación, este seguimiento continuará de cara a la consecución de los objetivos propuestos a futuro. El alumno contará además con valiosas herramientas para lograr estos objetivos, como una Red de Networking especializada y nuestra amplia Bolsa de Empleo.

ALUMNI - Red de Antiguos Alumnos.

Negocios y Estrategia Business School cuenta con una red de Antiguos Alumnos gracias a la cual todos nuestros alumnos pueden continuar en contacto con n + e una vez finalizado el Máster o Postgrado.

La red ALUMNI ofrece las siguientes ventajas:

La RED DE NETWORKING configurada durante el curso académico del alumno le será de gran ayuda una vez terminado el Programa y durante su inserción en el Mercado Laboral.

El antiguo alumno podrá acceder sin restricción alguna a la BOLSA DE EMPLEO de la Escuela, donde se publican las mejores ofertas del sector.

El antiguo alumno contará además con muchos otros recursos como webinars gratuitos, eventos y el contacto con los Profesores y Tutores.

Negocios y Estrategia Business School cuenta además con un Departamento de Desarrollo Profesional a través del cual, el antiguo alumno podrá proyectar su carrera profesional de cara al futuro.

"Prácticas en empresas, coaching, tutores personales y eventos con Networking son algunos de los valores añadidos para los alumnos de n+e"

Especialista en Big Data & Business Analytics

★★★★½ 29

Trabaja en una de las áreas más demandadas en la actualidad por las grandes empresas gracias al Curso de Especialización en Big Data & Business Intelligence Online, con el objetivo de trabajar con grandes cantidades de datos y conseguir grandes objetivos con ellos.

Especialista en Community Manager

★★★★½ 27

Aprende a gestionar de forma eficaz la planificación estratégica y táctica de los medios sociales aplicados al entorno empresarial. Con el Curso Online de Community Manager lleva las redes sociales de tu empresa a otro nivel.

Máster en Moda Digital

★★★★½ 27

Digitalízate en el mundo de la moda con el Máster en Moda Digital. Adquiere las competencias y habilidades necesarias para ser un profesional del sector textil 3.0 y gestionar de forma eficaz grandes marcas digitales.

n+e business school

info@negociosyestrategia.com
91 291 93 58 / 687 38 10 56

¿QUÉ ES UN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT?

La cadena de suministros.

Como introducción al tema podemos empezar definiendo lo que es la supply chain. En español significa cadena de suministros. Es el proceso que sigue un producto desde el contacto con el proveedor de la materia prima hasta su fabricación. En todo este camino se cruzan muchas empresas diferentes: unas proporcionan el material, otras lo trasladan, otras lo manipulan, otras lo producen y otras lo comercializan.

Para ahorrar costes, muchos negocios intentan omitir alguno de los pasos anteriores, pero vuelven a ellos después de la consecuente pérdida de calidad. El reto debe estar en gestionar de manera adecuada esta cadena para aumentar la productividad y que la empresa madre salga beneficiada. Para ello hay que fusionar los sistemas internos de proveedores, distribuidores y clientes.

Definición: un perfil muy demandado.

El encargado de optimizar este proceso es el Supply Chain Management (SCM), debe contar con una gran cantidad de negocios que están dispuestos a fusionarse para que todos obtengan mayores beneficios. Es decir, se llama así al mayor gestor de la cadena de suministros. Tiene que encargarse de organizar las tareas de adquisición, producción y distribución de los bienes que una empresa pone a disposición de sus clientes. La función principal de esta persona debe ser agilizar y mejorar la relación con sus proveedores. De esta forma, se reducen los plazos de entrega, así como el coste de los envíos. Todas sus gestiones deben ir enfocadas a proporcionar al cliente lo que quiera, cuando lo quiera, como lo quiera y donde lo quiera.

Continuar leyendo en la web de Negocios y Estrategias Business School.

https://negociosyestrategia.com/blog/supply-chain-management/

¿Qué es la formación bonificada?

Programa de ayuda para la formación de trabajadores en activo gestionado por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.

En n+e ofrecemos la oportunidad de poder financiar las formaciones a través del sistema de bonificaciones programadas de la Seguridad Social que gestiona la Fundación Tripartita. **Todas las empresas disponen de un "crédito para la formación de sus trabajadores",** el cual pueden hacer efectivo mediante bonificaciones en las correspondientes cotizaciones empresariales a la Seguridad Social, a medida que se realiza la comunicación de finalización de las acciones formativas.

En este artículo te explicaremos detalladamente cómo funciona este procedimiento.

¿Qué es la Formación Bonificada?

La Formación Bonificada, comúnmente conocida como Formación Tripartita, es un programa del estado para la Formación en el Empleo. Es decir, es un programa de ayuda para la formación de trabajadores en activo gestionado por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE), quien supervisa las acciones formativas de las empresas.

Según dicho programa, todas las empresas disponen de una cantidad al año para poder formar a sus trabajadores, la cual recibe el nombre de crédito. A diferencia de la formación subvencionada, de la que se responsabiliza directamente el Estado, esta formación, la paga inicialmente la empresa que contrata el curso y posteriormente descuenta su coste de la cantidad a ingresar en concepto de cotizaciones sociales. Es decir, se trata de una ayuda económica que se hace efectiva a través de bonificaciones en las cotizaciones de la Seguridad Social.

La empresa tiene la capacidad de decidir qué formación es la que necesita, en qué momento, y cómo se realizará. Además, también podrá elegir cómo prefiere realizar los trámites para su bonificación, bien por sí misma, o bien mediante la agrupación con otras empresas, delegando todo el proceso en una entidad organizadora.

La normativa a través de la que se regula dicha formación es:

- Ley 30/2015, de 9 de Septiembre, mediante la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

- Real Decreto 694/2017, de 3 de Julio, a través del que se desarrolla la Ley 30/2015, de 9 de Septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

Continuar leyendo:

https://negociosyestrategia.com/blog/formacion-bonificada/

JORNADAS DE ASESORÍA GRATUITA

Recibe una cita para ser asesorado sin coste por un experto. La misión principal de este proyecto es apoyar y dar visibilidad a toda empresa o profesional que lo desee, brindando a los asistentes asesoría sobre cualquier área profesional.

Si estás interesado en participar en nuestras jornadas ofreciendo tus servicios de asesoría, no dudes en contactarnos.

URBAN LAB MADRID
COWORKING & BUSINESS CENTER

Alejandra Ron Pedrique

¿Cómo funciona?

- Urban Lab Madrid anuncia las jornadas gratuitas por parte de su empresa.

- Las personas interesadas solicitan una cita previa.

- El día y la hora acordada se realiza la asesoría en nuestras salas de reuniones.

- Una vez llevadas a es posible que tengas un nuevo cliente.

¡Todos son Ventajas!

- Los asistentes podrán conocer de primera mano tu experiencia y excelente servicio sin ningún tipo de compromiso.

- Podrás ofrecer tus servicios y soluciones prácticas como complemento de la asesoría.

- Aumentarás la visibilidad de tu empresa.

- Dispondrás de un espacio totalmente adaptado y reservado para tus asesorías sin coste.

¡Contacta con Nosotros!

C/ Manuel Tovar 42,2º planta
28034 – Madrid
+34 911 254210
Urbanlabmadrid.com

todonetworking

DEFENDIENDO LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES DESDE 1999

1ª CONSULTA JURÍDICA | GRATIS |

LLAME AHORA

"Reserve una cita con nosotros"

91 525 01 94

C/ Espinar, 31 - 28025 - Madrid | informacion@ACBabogados.com

TRABAJAMOS PARA RECUPERAR SU DINERO Y SU TRANQUILIDAD