



Recursos humanos

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL - info@comunicacionempresarial.net - www.comunicacionempresarial

Judith Català, Socia Directora de Català HR- IT Search

“Hay que ser especialista del sector en el que trabajas; sólo conocerlo se queda corto”

Generar confianza, seguridad y compromiso es básicamente lo que una empresa espera del Headhunter al que encarga un proceso de selección específico, más aún en un sector tan concreto como el tecnológico. Català HR- IT Search, consultora de referencia, cuenta con más de 16 años de exitosa experiencia en la gestión de procesos de selección.



FOTO: TONI SANTISO

Mònica Català (Socia Consultora) y Judith Català (Socia Directora).

-Hablando de selección de profesionales. ¿Cómo tiene que ser un headhunter para conseguir ser de los mejores?

Hace falta conocer el sector al que te dedicas. En nuestro caso, que trabajamos con empresas multinacionales o nacionales del sector tecnológico hay que ser especialista, sólo conocerlo se queda corto. Es un sector muy exigente en el que se requiere un trabajo con altos niveles de calidad, agilidad en la gestión y un gran conocimiento de los perfiles profesionales que lo forman, así como de las tecnologías aplicadas.

-Hábleme del sector tecnológico...

Es un sector exigente y demandante de cada vez más profesionales cualificados. Estos profesionales deben tener una buena base formativa, ser flexibles, con adaptación al cambio, tener visión internacional, un alto nivel idiomático, actitud positiva, buenas capacidades comunicativas y

estar comprometidos e involucrados con el proyecto.

-Català HR- IT Search es una Consultora de referencia pionera, desde hace 16 años, por estar especializada en el sector de las tecnologías ¿Cuáles son sus planes de futuro?

Seguir siendo una Consulto-

“Este trato personal y cercano tanto con la empresa como con el profesional es sin duda nuestro gran valor añadido”

ra especializada en selección dentro del mundo TIC, a la vez que seguir con la ampliación de nuestros servicios hacia otros sectores generalistas. Además estamos potenciando la internacionalización de nuestros servicios, por lo que pertenecemos a la European Confederation of Search & Selection Association (ECSSA). También hemos llegado recientemente a un acuerdo de colaboración con la Consultora Leading-

On, que destaca con un producto pionero en el ámbito de la gestión del cambio organizacional, que une Astronomía y Empresa.

-¿Qué aspectos diferenciales ponen el sello de excelencia a Català HR- IT Search?

Una gran pasión por nuestro trabajo y un trato muy personal tanto con la empresa que busca un profesional a través de ti, como con el nuevo profe-

sional con que contactas para iniciar el proceso de selección. Este trato personal y cercano, junto con la confianza que generamos a ambos, es sin duda nuestro gran valor añadido.

CATALÀ HR
IT search

www.catalarrhh.es
Via Augusta, 13-15.
Planta 6. Despacho 605.
Barcelona, 08006



¿Necesita un cambio?
¡Lo dejamos como nuevo!



Rehabilitación Integral de edificios:

Rehabilitamos todo su edificio. Fachadas, patios, cubiertas, cornisas



Rehabilitación de fachadas:

Rehabilitamos y restauramos todo tipo de fachadas en Barcelona



Trabajos verticales y en altura:

Realizamos cualquier tipo de rehabilitación en edificios



Impermeabilización de cubiertas:

Reparación de tejados y cubiertas, arreglo de goteras y filtraciones

100% FINANCIACIÓN · PRESUPUESTO SIN COMPROMISO



933 530 651
www.t-maxrestaura.com

Calle Casals
i Cuberó, 225-227
08042 - BCN

Dominique Cerri, directora general de InfoJobs

“Estimamos que en 2016 se cerrarán 1 millón de contratos de trabajo a través de InfoJobs”

InfoJobs nació en 1998 y es el espacio de empleo de referencia en España.

La búsqueda de empleo por Internet fue superando poco a poco a las páginas de clasificados de la prensa escrita, y ahora estamos en un estadio 2.0 en el que las

aplicaciones móviles se van introduciendo en el mercado con el mismo objetivo. En este sentido, InfoJobs fue pionera entonces y ahora es líder, con la misión de ayudar a

las personas a encontrar el mejor trabajo posible y que las empresas que confían en ellos den con el talento más adecuado para sus vacantes.

-Son el portal de búsqueda de empleo número 1, pero también son mucho más...

Efectivamente. Ofrecemos a los candidatos información útil para acompañarles en su búsqueda y mejorar su empleabilidad: datos sobre el mercado laboral, consejos y utilidades a la hora de redactar su CV o enfrentarse a una entrevista de empleo, por ejemplo.

-InfoJobs fue uno de los precursores como plataforma de búsqueda de trabajo on line, algo que ya está totalmente normalizado, y ahora ha dado un paso más adelante con la creación de la aplicación. ¿Cómo funciona?

La aplicación para sistema operativo IOS se lanzó en 2011 y la de Android en noviembre de 2012. Desde entonces hemos ido mejorando e innovando el producto con el objetivo de ofrecer la mejor experiencia de navegación a nuestros usuarios.

El funcionamiento de la app de InfoJobs es muy fácil, rápido y totalmente gratuito. A través de ella, los profesionales pueden buscar ofertas de trabajo aplicando filtros de categoría profesional, nivel profesional y provincia.

Cuando se muestran las ofertas que cumplen los requisitos seleccionados, los usuarios pueden consultar en ellas todos los detalles del puesto: estudios mínimos requeridos, idiomas, experiencia profesional mínima, personas



a cargo, tipo de contrato, jornada laboral, etc.

Con toda esta información el candidato puede inscribirse a la oferta eligiendo el CV y la carta de presentación que más corresponda a la oferta de trabajo. Y una vez realizada la inscripción, desde la misma aplicación puede seguir la evolución de las candidaturas y tener una vista general de lo que está pasando. Además, el candidato puede elegir recibir notificaciones automáticas y un mensaje cuando una empresa lea su CV.

mento y desde cualquier lugar, e inmediatamente pueden inscribirse a aquellas que les interesen.

Cada mes, cerca de 1 millón de personas ya sacan provecho de estas ventajas y utilizan la aplicación de InfoJobs para buscar un empleo, inscribirse a una oferta, actualizar su currículum o consultar el estado de los procesos de selección a los que están inscritos.

-¿Tienen estudios sobre la eficacia de InfoJobs?

Sí, cada año realizamos una en-

de cada 2 personas inscritas en una oferta de empleo lograron una entrevista y que 1 de cada 4 personas inscritas en una oferta lograron un contrato de trabajo.

Y la buena noticia es que la previsión para 2016 es alcanzar la cifra de 1 millón de contratos cerrados.

-También ofrecen servicios a empresas que buscan candidatos. ¿En qué consisten y qué beneficios les ofrecen?

Uno de los servicios que más valoran las empresas es el buscador de CV's. Este servicio les permite buscar currículums que cumplan ciertos requisitos. Por ejemplo, las empresas pueden indicar que buscan perfiles con determinado nivel de un idioma, que hayan cursado unos estudios concretos, que tengo un mínimo de años de experiencia o que haya trabajado en determinada empresa.

Actualmente el 45% de las empresas que trabajan con nosotros utiliza este servicio. Por eso es muy importante que los candidatos, aunque no estén en búsqueda activa de empleo, siempre tengan su cv actualizado, una empresa puede encontrarles y hacerles una buena oferta que mejore su carrera profesional.

-¿Qué balance hacen de este 2016 y qué perspectivas y objetivos tienen para el año que viene?

El balance de 2016 es positivo.

¿Qué es E-preselec?

Otra herramienta que InfoJobs ha lanzado pensando en ayudar a las empresas es E-preselec. Es un sistema integral de reclutamiento y selección que ayuda a las empresas a acelerar sus procesos de selección y mejora la experiencia del reclutador desde el inicio. La herramienta permite la publicación simultánea de las ofertas de empleo a través de todos los canales de reclutamiento (portales de empleo, web corporativa, intranet, redes sociales...) y los responsables de procesos de selección pueden centralizar todos los currículums recibidos desde diferentes plataformas y crear su propia base de datos de candidatos. E-preselec también permite identificar, seleccionar, cribar y evaluar todas las candidaturas de principio a fin con agilidad, centralizando toda la información de los candidatos y adaptando los procesos a las necesidades de cada reclutador.

En los 8 primeros meses del año, el número de vacantes de empleo publicadas en InfoJobs ha crecido alrededor de un 20% y tenemos previsión de acabar el año también con un crecimiento de número de contratos que se cierran gracias a InfoJobs.

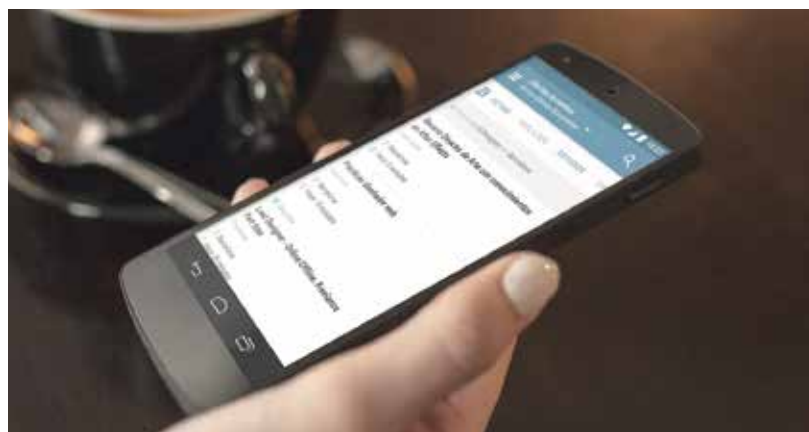
Nuestras perspectivas para el año que viene son seguir creciendo, tanto en número de vacantes, como en empresas que confían en nosotros para reclutar al mejor talento y en número de profesionales que recurren a InfoJobs para mejorar su carrera laboral.

Centraremos nuestros esfuerzos en mejorar día a día nuestro producto, con un foco muy importante en ampliar, mejorar y perfeccionar los servicios que ofrecemos en el entorno mobile.

Cifras impresionantes

El año pasado alrededor de 70.000 empresas publicaron en el portal de InfoJobs más de 1,6 millones de vacantes, y en los últimos 12 meses cerca de tres millones de personas se han inscrito por lo menos a una oferta de empleo a través de InfoJobs.

En cuanto a datos de tráfico, cada mes reciben más de 41 millones de visitas, más del 75% de las cuales proceden de dispositivos móviles, tienen 350 millones de páginas vistas y un promedio de 780.000 usuarios únicos como visitantes diarios.



-¿Qué ventajas ofrece el poder buscar trabajo desde el móvil?

Las principales ventajas son la facilidad y la inmediatez. Los usuarios de la app de InfoJobs pueden acceder a millones de ofertas de empleo de una manera muy fácil, en cualquier mo-

desta para saber cuántos contratos se han firmado gracias a InfoJobs y, afortunadamente, la cifra crece año tras año. En 2015 se firmaron 831.763 contratos a través de InfoJobs, un 17% más que el año anterior. Esto significa que 1

Manuel Muñoz Adell, Director Regional de Up SPAIN

“Beneficios Sociales, como ‘Cheque Gourmet’, son una herramienta para atraer y retener el talento en las empresas”

FOTO: TONI SANTISO

Comida, guardería y transporte son los tres tipos de ayudas que más utilizan las empresas como beneficios sociales para sus empleados. Up SPAIN, que tiene como productos estrella Cheque Gourmet y Educainfantil, cuenta con más de 4.500 clientes y cerca de 500.000 usuarios en España.

-Es cierto que en situaciones de crisis las empresas recortan presupuestos, ¿los beneficios sociales sufren también estos recortes?

Podemos distinguir dos momentos. Anteriormente a la crisis el impulso a los beneficios sociales era muy importante, porque se trataba de la fórmula adecuada para retener a los empleados. Con la llegada de la crisis, vivimos seis años muy difíciles en los que las empresas pasaron una verdadera travesía. Nuestros productos se adaptan tanto a los periodos de dificultad como a los de crecimiento económico, lo que cambia es su forma de implantarse. El paso de la crisis ha reforzado el valor esencial de nuestros servicios que no es otro que facilitar la vida a las personas. Los responsables de RRHH, con los que colaboramos estrechamente, han visto que figuras como Cheque

Gourmet, suponen una manera de invertir y apostar por las personas, ganarse su implicación y conseguir un retorno positivo en forma de mejora de la productividad, competitividad. Además de una buena fórmula para el control y justificación de gastos gracias a nuestra versión de Cheque Gourmet en Tarjeta.

Somos el canal para poder aprovechar este tipo de beneficios, porque garantizamos que las ayudas que dan las empresas para la comida, la guardería o el transporte van a parar a ese fin, además de ayudar a la optimización del salario.

-¿Qué ventaja suponen los Beneficios Sociales para los empleados?

Cuando una empresa ofrece un Beneficio Social a un empleado siempre supone una ventaja para él: está ayudándole a cubrir una necesidad.



De izda a dcha: Carol Torres, responsable de Gestión Comercial, Manuel Muñoz, Director Regional, Olga Medina, Servicio de Atención al Cliente y Joan María Duran, Delegado Comercial para Barcelona y Cataluña sur.

Si además ofreces un Beneficio como Cheque Gourmet añades una ventaja fiscal ya que está exento del pago del IRPF, esto va a aumentar la disponibilidad neta de esta persona para pagar en los restaurantes.

-¿Y para las empresas?

Desde un punto de vista puramente económico, están exentos del impuesto de sociedades. Sin embargo, también tienen otra serie de beneficios, como motivar a los trabajadores, re-

tener el talento, conseguir una mayor productividad, generar engagement, etc... Desaparece, por tanto, la idea de ofrecer únicamente una contraprestación económica y se apuesta por políticas de retribución dinámicas.

-También ofrecen servicios para colectivos especiales. ¿Quiénes son estos colectivos?

Fruto de nuestra profesionalidad y experiencia gestionamos presupuestos para ayudas sociales de varias Admi-

El perfil de cliente de Up SPAIN

El grupo multinacional francés Up comenzó su andadura en España hace casi 30 años con su producto más destacado “Cheque Gourmet”. En la actualidad 500.000 empleados de 4.500 empresas confían en sus Beneficios Sociales. La tipología es diversa, desde empresas del IBEX-35 a pequeños autónomos pasando por Pymes, el colectivo más numeroso. Los sectores también son heterogéneos: asegurador, consultor, financiero, construcción, energía, laboratorios, distribución, automoción, alimentación. Menciona a parte para los 70.000 establecimientos como restaurantes y guarderías que reciben a los usuarios de cheques y tarjetas; un tipo de cliente que es pieza clave para la calidad de todo el circuito.

nistraciones Públicas y Organismos orientadas a cultura, educación, atención a la dependencia, ayuda a los desfavorecidos... En este aspecto son claves algunas de las características de nuestros servicios: seguridad, trazabilidad y el carácter finalista de su uso, esto es que se ciñe al tipo o colectivo que previamente se haya determinado. El valor añadido que hemos conseguido aportar a la gestión de este tipo de proyectos nos ha convertido en el líder dentro de las empresas de nuestro sector.

www.up-spain.com

Josep Viladot, Director General de Holmes Place España

“En Holmes Place queremos que las personas disfruten haciendo ejercicio físico para que su jornada diaria sea más agradable”

En plena resaca olímpica, y coincidiendo con la vuelta al cole, o lo que es lo mismo, el pico de mayor actividad en los gimnasios de todo el país, conversamos con Josep Viladot, deportista empedernido, Director General de Holmes Place España, Vicepresidente de Gestiona Associació y con más de 30 años de experiencia profesional a sus espaldas. ¿Nuestro objetivo...? Conocer en detalle el estado de salud actual del universo fitness en general, y la situación de Barcelona a nivel mundial en particular.

-Barcelona siempre se ha considerado un ejemplo de urbe deportiva. Entre otras razones porque es de las ciudades con el porcentaje más alto de ciudadanos haciendo deporte en clubes y gimnasios: ahora en torno al 25% de la población barcelonesa. Somos una ciudad TOP 10 a nivel mundial en este sentido. ¿Cuáles son las razones?

¡Pues no son pocas! Somos una ciudad olímpica. Tenemos una larga tradición asociacionista con muchos clubes que se crearon hace más de 100 años en torno a un deporte determinado (natación, tenis, remo...). Disponemos de una red de centros deportivos municipales, el bautizado como “modelo Barcelona”, que ha dado accesibilidad al deporte a cualquier ciudadano, resida donde resida. Además estos centros se preocupan y ocupan de potenciar la iniciación deportiva de los niños allá donde estén ubicadas. Tenemos muy asumido la clara asociación entre ejercicio físico, sa-

lud y bienestar personal. Y además está ubicada al lado del mar y podemos hacer uso de las playas, lo que desencadena también un factor estético añadido: exponemos nuestros cuerpos.... En este sentido creo importante resaltar que esta red de centros deportivos municipales aún siendo muy heterogénea en cuanto a instalaciones y servicios, característica que la hace muy variada y muy rica, es muy homogénea con su compromiso de promoción de la práctica deportiva en la ciudad.

-Según esto, parece que todo va viento en popa. ¿Es así de positivo y optimista el mensaje dentro del universo fitness?

En absoluto. Hace ahora cuatro años el gobierno nos dio la nefasta sorpresa de subir el IVA del 8 al 21%. Algo incomprensible e inaceptable para un sector que cuida de la salud y el bienestar de las personas, convirtiéndose en el me-



FOTO: HUGO FERNÁNDEZ

jor remedio para reducir los costes sanitarios. Todos sabemos que si estamos sanos y de buen humor, trabajamos más y mejor, y en consecuencia, hacemos las empresas más productivas. Somos esa válvula de escape para la gente que necesita compensar su endiablada jornada. Somos generadores de endorfinas que ayudan a la gente que tiene un bajo tono vital o se siente deprimida.

Seguramente los que tomaron esa decisión solo pensaron en el deporte como espectáculo y en los gimnasios como fábricas de músculo, y no de salud. Y olvidándose, obviamente, del valor que tiene el deporte en la educación de los niños.

-¿Que habéis hecho en concreto en Holmes Place?

Nosotros tenemos el privilegio de tener dos tipologías de centros deportivos: los Holmes Place clásicos que tenemos distribuidos y ubicados en 10 países de Europa e Israel y los Holmes Place Fa-

milia que gestionan Centros Deportivos Municipales.

A los primeros los hemos enfocado hacia los mayores de 40 años, por ser el segmento poblacional que realmente busca sentirse bien y tener una buena salud interior, y los segundos los hemos orientado a cuidar y ser atractivos para el núcleo familiar completo.

-Lo visto desde fuera, podría parecer que todos los clubes deportivos ofrecéis mismo... ¿Cómo es posible hoy en día alcanzar una cierta diferenciación?

Está claro que todos ofrecemos cosas parecidas, pero el cómo y por qué lo hacemos es nuestra nota diferencial. Nosotros queremos que las personas disfruten haciendo ejercicio físico para que su jornada diaria sea más agradable. En nuestros clubes encontrarán una cultura de equilibrio, se sentirán incluidos y les damos mucho soporte para que progresen al ritmo que quieran.

-¿Y qué pasa con los deportistas outdoor?

Tenemos en funcionamiento Clubes de Corredores y Grupos de Triatlón en casi todos los centros. En Barcelona tenemos la gran suerte de contar con Maria Vasco, atleta olímpica, que es el alma viva de los clubes de corredores. Pero para estos deportistas quizás lo más importante es lanzar este mensaje: no hay que hacer deporte para estar en forma, sino que hay que estar en forma para disfrutar haciendo el deporte que te gusta. Sea cuál sea el deporte que practicas, es necesario tener una buena pauta de ejercicios, de nutrición y de descanso. Y en Holmes Place orientamos a todos nuestros abonados sobre estas pautas.

Para acabar también decir que Holmes Place forma parte de la Fundación Vida Activa Saludable que está luchando porque el deporte sea una cuestión de estado y para que cada vez haya “más personas, más activas, más veces”. Luchamos contra el sedentarismo.

Si todo el sector asume lo importante de nuestra contribución a promover la salud de las personas, si todos trabajamos con profesionalidad para conseguirlo y tenemos el apoyo del gobierno (municipal o estatal) creo que conseguiremos una población más feliz. Y desde luego, nadie debería renunciar a ello.



HOLMES PLACE

www.holmesplace.es

Björn Cullman Director de **BC Facilitation**

“Con nuestros cursos intensivos, los ejecutivos mejoran su inglés de negocios y refuerzan su autoestima”

Hacer que los altos ejecutivos sean competentes en el uso del inglés de negocios, especialmente en el habla. Ese es el objetivo de BC Facilitation, una empresa que organiza periódicamente cursos residenciales a medida de Business English y General English en modalidad *one to one*.

¿Cuál es la oferta de cursos de BC Facilitation?

El que más impartimos es el Curso Residencial Intensivo de inglés, el Rolls-Royce de los cursos. Una semana, de lunes a viernes, 70 horas lectivas. Es un curso individual muy centrado en la conversación y con materiales audiovisuales *state-of-the-art*. Se graba al alumno quien debe preparar presentaciones personales y profesionales. Se realiza en uno de nuestros Executive Language Training Centres que están situados en áreas rurales cerca de Barcelona, Madrid, Valencia y Bilbao. Otras modalidades son el curso *Walk and Talk English Only*. Un día entero hablando inglés y paseando, un manera perfecta de practicar y refrescar el inglés. Por último también ofrecemos formación *in-company* a las empresas.

¿Cuál es su perfil de alumno?

El estudiante más común de BC Facilitation es un Director General o director de primera línea de una empresa multinacional extranjera con sede en España y empresas españolas con gran presencia en el extranjero o en un proceso de expansión internacional. Son indistintamente hombres y mujeres de una edad de entre 40 y 60 años que cuentan con un nivel de inglés intermedio



pero deben profundizar en el inglés de negocios.

¿Y los profesores?

Nativos angloparlantes que además han trabajado en empresas y conocen el mundo de los negocios. Sin ese requisito no hay Business English serio.

¿Cómo mejoran los estudiantes en su inglés después del curso intensivo de inmersión total?

Setenta horas de trabajo individual condensados en cinco días dan para mucho. Además de que la inmersión en el idioma es completa y nuestros profesores nativos les exigen al máximo. Se aprende tanto como un año en una academia de in-

Cursos de Business English en Sant Cugat

Cada mes BC Facilitation organiza, cerca de Sant Cugat, un curso de Business English de 18 horas lectivas repartido en 6 días.

glés. Nuestros alumnos aprenden inglés, sobretodo a nivel de conversación que es la principal carencia que tienen, pero también gramática. Y además se incrementa la seguridad y la autoestima del estudiante.

www.bcfacilitation.com

Mariana Gleiser, responsable del área de formación, y **Ana Gallego** y **Carolina Calvo**, responsables del área de traducción de **IDIX**

“No se trata solo de dominar un idioma, sino de hacerlo en sectores determinados”

Idix nació como empresa de servicios lingüísticos en 1989. Ubicada en Barcelona, sus dos grandes áreas de actividad son, por un lado, la formación en idiomas para empresas y, por el otro, la traducción e interpretación en todos los idiomas para diferentes sectores. Sus principales clientes son empresas que necesitan los idiomas para sus comunicaciones en el ámbito internacional.

-Llevan más de 25 años de trayectoria... ¿Cuál ha sido la evolución del sector?

Mariana Gleiser: El inglés se ha ido consolidando cada vez más como la lengua de comunicación empresarial internacional. Sin embargo, durante estos últimos años han surgido nuevas necesidades de formación en idiomas que antes eran poco comunes, como el chino, el ruso, el árabe... En un mercado cada vez más competitivo y más internacionalizado, las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de acercarse a sus potenciales clientes utilizando el idioma que estos hablen.

Ana Gallego: En los últimos años, muchas empresas han optado por reagruparse, pero el negocio de la traducción permanece disperso en manos de miles de pequeñas empresas en todo el mundo. Hemos asistido a un aumento en la demanda del chino, pero lo más significativo ha sido la introducción y proliferación de las nuevas tecnologías aplicadas a la traducción.

¿Qué servicios ofrecen para las empresas?

MG: En el área de enseñanza de idiomas, ofrecemos un enfoque personalizado que se ajusta a las necesidades de cada



FOTO: TONI SANTISO

empresa y que tenga en cuenta la disponibilidad de tiempo y recursos para la formación. En este momento, hay de todo: desde cursos tradicionales de idiomas (presenciales y regulares) generales y de negocios, pasando por la formación en línea o por videoconferencia, hasta talleres de formación especializados intensivos. Nos centramos en que los cursos respondan exactamente a las necesidades profesionales de nuestros alumnos.

Carolina Calvo: En el área de traducción, ofrecemos servicios de traducción general y especializada. Nos adaptamos a las necesidades de los clientes, por lo que los proyectos pueden variar: desde proyectos urgentes de un día para otro hasta proyectos más a largo plazo que pasan por distintas fases y pueden durar varios

Demandas más específicas

Es cierto que cada vez más gente llega a su vida profesional con un nivel aceptable de algún idioma, en general el inglés; pero, por otra parte, las demandas son cada vez más específicas y ahora no solo se trata de dominar un idioma sino de hacerlo en áreas profesionales determinadas o de adquirir habilidades específicas: dar presentaciones, hacer negociaciones, atender a clientes...

meses. También ofrecemos servicios de traducción jurada, revisión/edición, gestión terminológica y de memorias de traducción, maquetación, localización de software y páginas web, transcripción, subtítulos e interpretación (simultánea, consecutiva y susurrada).



www.idix.es

C/ Moia 1, 2ª planta,
08006 Barcelona
idix@idix.es

Àngel Muñoz, Director del **Centre d'Estudis BEEPMECA**

“La demanda de formación ha aumentado con la crisis”

La crisis ha incidido en el sector formativo de forma contraria que en otros sectores. Las empresas se han dado cuenta de que deben ser más competitivas, tienen que reducir costes y especializarse. BEEPMECA es un centro de formación que se creó en 1993, y está especializado en informática y en la realización de acciones formativas en modalidad presencial, *in Company* y online. También realizan cursos de gestión de empresa, habilidades e idiomas y se desplazan a cualquier lugar de la península.

¿Qué cursos imparten y a quién van destinados?

Tenemos un gran abanico de cursos de informática que dan solución a todas las necesidades que pueden tener las empresas para formar a sus trabajadores y directivos. Realizamos *in Company* cur-

sos especializados y personalizados según el sector, de forma que el contenido de los mismos depende del objetivo que tenga la empresa al realizar la acción formativa. Entre los cursos más demandados tenemos Hoja de Cálculo, Programación de macros en VBA,

Procesador de texto, Base de Datos, Presentaciones, Diseño 2d y 3d, Diseño de páginas web, Wordpress, Joomla, Posicionamiento web SEO/SEM, Comercio electrónico, Retoque fotográfico, Diseño gráfico, Administración de sistemas, Microsoft Visio, etc.



FOTO: TONI SANTISO

-También ofrecen la modalidad on-line. ¿Cómo funciona y qué ventajas tiene?

Disponemos de uno de los mejores campus online de la actualidad. En todos aquellos casos en que los alumnos no pueden realizar una acción formativa presencial, les

ofrecemos la posibilidad de realizar su formación tanto desde su puesto de trabajo como desde casa. Entre las ventajas que tiene la formación online están el hecho de poder estudiar en cualquier lugar y a cualquier hora. Los resultados son evidentes y muy rápidos puesto que al mejorar sus habilidades consiguen reducir los tiempos de respuesta y realizan sus tareas con menor esfuerzo y mayor productividad.

¿En qué sentido la crisis ha influido sobre la demanda de cursos?

La crisis ha incidido en el sector formativo de forma contraria que en otros sectores. Las empresas se han dado cuenta que tienen que ser más competitivas, tienen que reducir costes y ser más especializadas. Todo ello ha provocado que la demanda

de formación haya aumentado en programas que mejoran dicha productividad y su incorporación a internet.

¿Qué son los cursos bonificados y cómo pueden ayudar a las empresas?

Los cursos bonificados son una magnífica oportunidad que da el estado para que las empresas se formen a coste cero o casi cero. Todas las empresas tienen un importe asignado cada año para formar a sus trabajadores y que va en relación al número de empleados que tienen. En nuestro caso, acompañamos a la empresa en todo el proceso de bonificación y realizamos todas las tareas administrativas sin ningún coste añadido.



www.beepmecca.com

Pedro Rojas, Director de The Plan Company

“En redes sociales no se puede vender, pero cuidado si no vendes”

En The Plan Company no quieren ser los más grandes, sino simplemente los mejores. El objetivo de esta agencia, ubicada en Barcelona y dedicada exclusivamente al social media y al marketing digital, es satisfacer al cliente y conseguir que su público le siga, le escuche y le compre. Para ello, nada mejor que ponerse en su propia piel y descubrirle el inmenso potencial que tiene su negocio o su persona.

¿En qué sectores se centra la agencia y qué servicios ofrece?

The Plan Company se centra en tres sectores: el modelo empresarial, startups y emprendedores, y famosos, empresarios, políticos y actores que solicitan nuestros servicios. A todos ellos les ofrecemos asesoría 180° desde el inicio. Podemos hacer su página web o, si ya la tienen, podemos optimizarla para un buen posicionamiento. Además, nos ocupamos de la reputación online de nuestros clientes, identificando y corrigiendo los comentarios negativos. Nuestro análisis incluye la web, las redes sociales, el marketing digital, la audiencia y cómo está posicionada la competencia. Después, definimos los objetivos y diseñamos una campaña que incluye implementación, formación, medición y monitorización, reporting y, por último, asesoría puntual al cliente siempre que se requiera.

-The Plan Company también ofrece formación. ¿Qué ventajas tiene hacer un curso o un taller con ustedes?

Nuestra escuela ofrece cur-



ses y talleres puntuales al servicio de las necesidades de nuestros clientes. En ella se puede encontrar formación específica que no aparece en los másteres o postgrados actualmente presentes en el mercado.

¿Qué rasgos diferenciadores tiene su empresa con respecto a la competencia?

Nuestra agencia está enfocada a la generación de beneficios monetarios y busca resultados que impacten directamente en el negocio. Otras agencias, en cambio, se centran en aspectos como la visibilidad, el nú-

mero de seguidores o likes, o la cantidad de apariciones en medios de comunicación.

¿Qué se debe tener en cuenta para vender un producto en redes sociales?

Solo dos ideas muy sencillas. La primera de ellas es que si tu producto es malo, las redes sociales no harán un milagro. Además, hay que tener claro que todo lo que publicas en las redes sociales no es para ti, sino para otras personas.

www.theplancompany.es
info@theplancompany.com
Tlf. 699 64 69 82

TEAM BUILDING

La experiencia de ser detective en la Barcelona de 1900

Resolver el misterio de la muerte de Gaudí, entrar en la casa de la famosa Vampira del Raval o conocer los métodos de la escuela de ladrones de hace 100 años. Esto es posible a través de tres divertidos juegos, dirigidos a particulares, grupos, familias y, sobre todo, a empresas que quieran mostrar sus habilidades para adivinar pistas y escapar de una habitación antes de 60 minutos. ¿Jugamos?

Desde hace más de un año, The Escape Hunt Experience, muy cerca de la Sagrada Familia, ofrece un room escape distinto y original, que mezcla juego e historia para recrear casos reales de la Barcelona de 1900. Su finalidad es vivir una aventura única, una gran experiencia en la que ser el protagonista de la historia. “Es el room escape más grande de Barcelona y España, con seis salas y un amplio y lujoso hall, capacidad de dos a 68 personas, y grupos de dos a seis jugadores”, explica Eduard Serramià, responsable de la franquicia que cuenta con sucursales por todo el mundo.

“En Barcelona, la diferenciación radica en el tamaño, la cuidada puesta en escena, el servicio y en que los juegos están basados en casos reales de la ciudad de principios del siglo XX”, explica. Para lo que, sus responsables, han tenido que documentarse muy bien y proponer enigmas que llamen la atención. En castellano, catalán, inglés y francés, los juegos representan otra manera de conocer la historia de Barcelona, y están teniendo un importante éxito. Por The Escape Hunt Experience pasan una media de 25.000 jugadores al año.

¿En qué consiste? Entrar en este local es volver al pasado.



FOTO: TONI SANTISO

Los jugadores están encerrados en una habitación inspirada en aquellos años, con mobiliario y objetos cotidianos de la época. A contrarreloj, y en una hora, buscan pistas y dan con el enigma para conseguir salir de la habitación.

La actividad más original para empresas

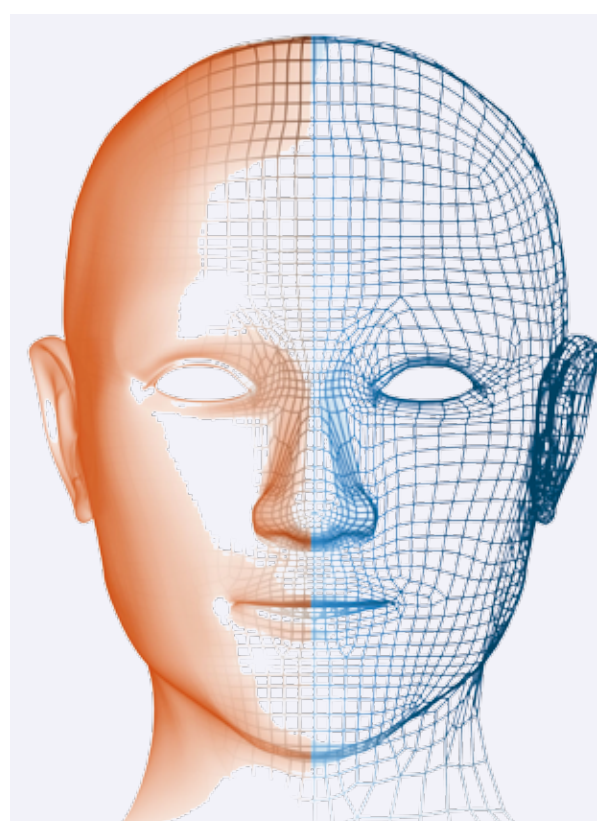
Este room escape está especializado en empresas y eventos corporativos. Sumergirse en historias curiosas y convertirse en detective rompe la monotonía del día a día de la empresa, siendo “juegos que, a diferencia de otros de este estilo, fomentan la cooperación entre los miembros de cada equipo”, remarca Eduard. Muestran el liderazgo, la resolución de conflictos, la competencia de ciertos detectives y del grupo... Además, mientras unos entran en las habitaciones, otros realizan actividades o ven un espectáculo en el fantástico hall al estilo Sher-

lock Holmes que preside la entrada a los juegos.

The Escape Hunt Experience ofrece el alquiler del local, en exclusiva, a las empresas, lo que permite gozar del lujoso espacio solo para ellos, hacer presentaciones e instalar roll ups y carteles corporativos. Tras la hora de juego, las sorpresas no acaban, pues “en un ambiente más distendido pero con una misma decoración, a los jugadores les espera un catering y un brindis con cava”. A este curioso room escape acuden todo tipo de empresas, desde las que tienen seis trabajadores a grandes multinacionales que repiten por experimentar sensaciones emocionantes, adictivas y divertidas.



barcelona.escapehunt.com
Tlf: 934 61 82 22



Bienvenido a la era del Control Horario con Reconocimiento Facial

Una nueva manera de fichar las entradas y salidas de los empleados más cómoda, rápida y totalmente fiable.

¡Descúbrela!



¡Relojes de fichar también disponibles con lector de huella dactilar!



934 269 854 ■ www.imesd.es

 **ImesD, S.L.**
ELECTRONICA

Expertos en control horario, presencia y accesos desde 1988