REVISTA PYMES

Nº 218 NOVIEMBRE 2016 AÑO-20

AIRFRANCE KLM DELTA Alitalia

BLUEBIZ

BlueBiz, su programa de fidelización para PYMES

› Afíliese hoy y comience a **ahorrar** en su **presupuesto** de viajes

www.bluebiz.com/es www.airfrance.es www.klm.es

* Promoción válida para nuevos miembros que se registren en www.bluebiz.com/es antes del 30 de noviembre de 2016 utilizando el código 100NOV. Los nuevos miembros recibirán 100 Blue Credits (equivalentes a 100€) por su primer vuelo reservado y volado con Air France, KLM, Delta o Alitalia. Los Blue Credits no pueden ser canjeados por dinero en efectivo, no pueden ser vendidos o intercambiados, ni ser transferidos o cedidos, sea o no a título oneroso, a los saldos de otro Afiliado.

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página Siguiente

¿Cómo elijo al candidato ideal para el puesto?

14

El BEI facilita 330 millones de euros en préstamos para las PyMes

9

PrestaShop se integra con Google Shopping

19

Soy autónomo, ¿puedo prejubilarme?

23

Sumario

6 Noviembre, el mes de los eventos de almacenaje y empaquetado

7 Marketing y digitalización claves en la formación de noviembre

12 4 errores que pueden afectar a tu facturación

20 ISO 37001:2016 La certificación antisoborno

21 SoftDoit llega a Francia

24 La resolución de reclamaciones a los seguros se reducen a 30 días

25 Quiero contratar a mi hijo, ¿cómo lo hago?

PROTECCIÓN POTENTE GESTIÓN SENCILLA

KASPERSKY ENDPOINT SECURITY CLOUD. LISTO EN UN ABRIR Y CERRAR DE OJOS.

Para empresas con pequeños equipos de IT o que prefieren externalizar la gestión de seguridad de IT, **Kaspersky Endpoint Security Cloud** ofrece la protección líder del sector que se implementa rápidamente, resulta fácil de utilizar y no requiere ninguna inversión adicional en hardware.

Gestione la seguridad desde diversos endpoints, dispositivos móviles y servidores de archivos de forma remota, desde cualquier lugar, con nuestra consola basada en la nube.

MÁS PROBADO*
MÁS PREMIADO*
LA PROTECCIÓN DE KASPERSKY LAB

*kaspersky.es/top3

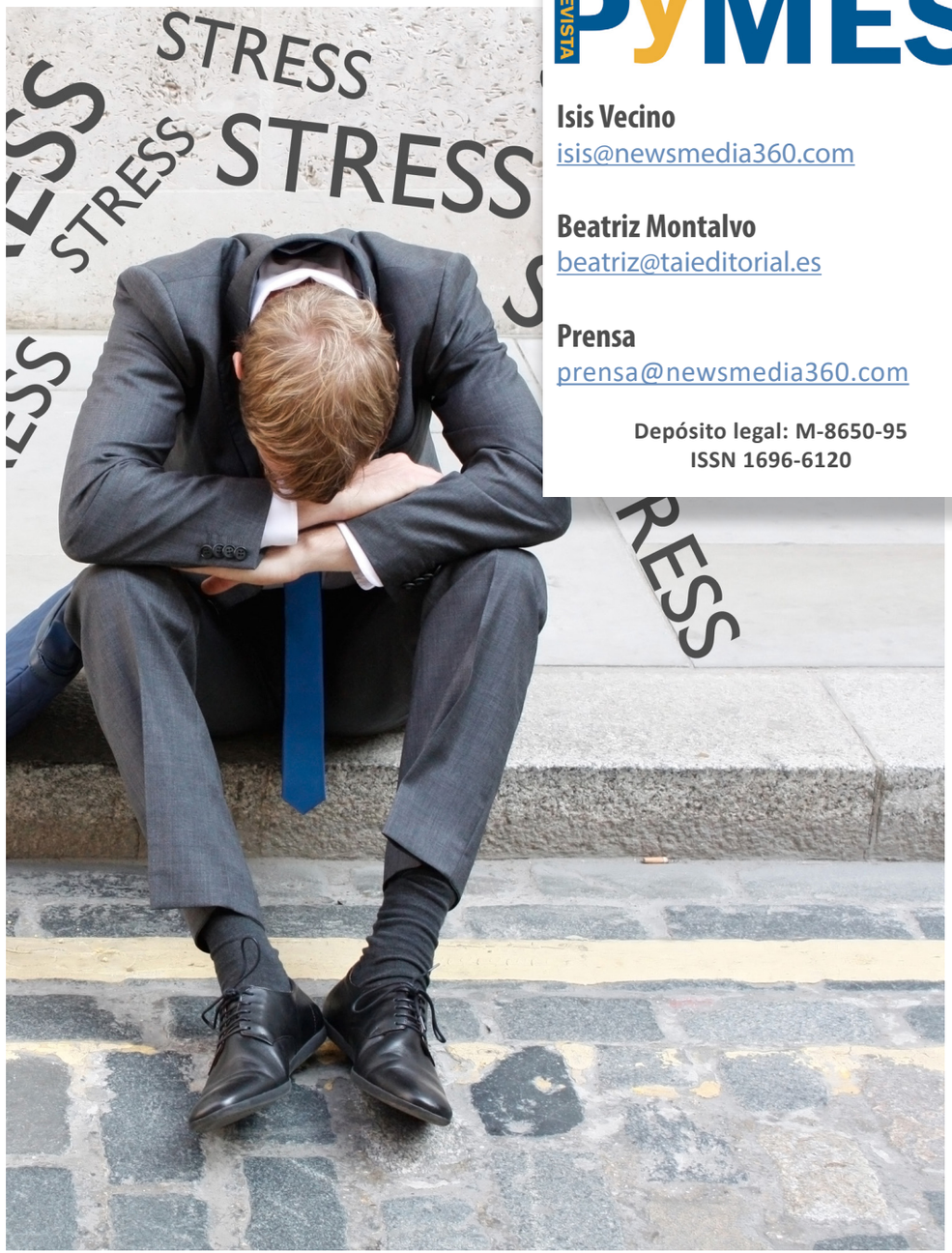
KASPERSKY lab THE POWER OF PROTECTION

© 2016 Kaspersky Lab. Todos los derechos reservados.
Las marcas registradas y logos son propiedad de sus respectivos dueños.

Editorial

Noviembre comienza con polémica

Noviembre comienza con polémica, al menos en la capital. El protocolo de actuación para rebajar los límites de contaminación en Madrid se ha convertido en la n**oticia estrella con la que damos la bienvenida a este nuevo mes**. Nos fuimos de puente , los que lo tuvieron, con la tranquilidad de ser un día normal, mientras algunos medios se hacían eco de que la polución volvía a inundar la ciudad pese a haber estado casi 10 días sin ver el sol por las lluvias. Al regresar nos encontramos con **varias medidas restrictivas** que, aunque finalmente no se han activado, han generado la inquietud y el descontento entre los madrileños. Sin embargo, **¿cómo afecta esto a las empresas?** Parece que reducir la velocidad a 70 o prohibir la circulación por el centro de la capital en función de la matrícula, así como la prohibición de aparcar , no son medidas que afecten directamente a las empresas, pero la realidad es que son muchos los autónomos y las PyMes que se quejan de estas medidas. Comercios que aseguran que su público proviene de las afueras de la ciudad con su vehículo y que al no dejarles estacionar dejarán de acudir a dichas tiendas, transportitas, gestores que necesitan su vehículo para visitar a sus clientes en diversas oficinas en el centro. En definitiva, en las grandes - y las no tan grandes - ciudades, la economía de **las PyMes se sustenta gracias a sus medios de transporte privado**. Es cierto que las en ciudades más pequeñas se puede tratar de usar un poco menos el vehículo privado, las distancias son más cortas, pero aún así, hay determinados trabajos en los que el vehículo privado es imprescindible. Nadie está en contra de cuidar el planeta, de ser más responsables con el medio ambiente, pero **son tiempos complejos, sobre todo para los pequeños negocios y no es momento de poner aún más travas** a quienes ya sufren demasiadas dificultades en el día a día de su negocio.



REVISTA PYMES

Isis Vecino
isis@newsmedia360.com

Beatriz Montalvo
beatriz@taieditorial.es

Prensa
prensa@newsmedia360.com

Depósito legal: M-8650-95
ISSN 1696-6120

¿Por qué con Iniciativa Pymes, puedes transformar tus inversiones de marketing en oportunidades de negocio?

1 **Porque** ponemos a tu disposición 2.000 Pymes dispuestas a escuchar tu oferta comercial

2 **Porque** te acercamos allí donde están tus clientes: 17 eventos por toda España

3 **Porque** creamos entornos dirigidos a tu público objetivo

4 **Porque** te ofrecemos acciones dirigidas a captar clientes: Ponencia, imagen, stand, listados asistentes

5 **Porque** las Pymes que convocamos tienen capacidad de compra

6 **Porque** tú decides cuánto invertir: Modelos de patrocinios especiales

7 **Porque** proporcionamos canales de comunicación permanentes: Eventos, blogs, web, microbloggings, vídeos, ...

8 **Porque** tu objetivo es nuestro objetivo

INICIATIVAPYMES
LA LUCHA NOS HACE GRANDES
www.iniciativapymes.com

Si deseas que Iniciativa Pymes sea tu aliado para captar clientes solicítanos información

Empresas líderes de sus sectores patrocinan Iniciativa Pymes como fuente de negocio:

Alphabet · Bantierra · BMW · Crédito y Caución Atradius · Sabadell · FedEx Express · sage · iberCaja Empresas · Wolters Kluwer · Páginas Amarillas · ORACLE · eset NOD32 www.eset.es · QBS group

datisa · IBERDAC · gasNatural fenosa · NORTHGATE Renting Flexible · Bankia · Bodet Software · INFORMA · Microsoft · brother at your side · cezanne · NESPRESSO · VSSistemas

UNITED A STAR ALLIANCE MEMBER · randstad · Edenred · ING DIRECT People in Progress · IBERDROLA · Sistel · seidor · Bravo Capital · Escuela Europea de Negocios · Sanitas · ARBENTIA · OneBizz Smart Business Software

Noviembre, el mes de los eventos de almacenaje y empaquetado

Empresados nos trae una surtida oferta de eventos orientados a las distintas tendencias del empaquetado de productos. Almacenaje, distribución, lógistica, empaquetado, etiquetado y diseño, son algunas de las variedades que podremos ver en tres de los cinco eventos más relevantes de noviembre, que además tendrán lugar en IFEMA y durante los mismos días para ofrecer una mayor cobertura al sector.

Mobile Commerce Congress

Fecha: 03 Noviembre

Lugar: Hotel Silken Puerta de América

Precio: 120€

El único evento en España exclusivo sobre mobile commerce y omnichannel. En esta edición, que se enfocará en el "Digital Revolution.

Más información

Focus Pyme y Emprendimiento

Fecha: 03 noviembre

Lugar: CCLas Cigarreras Alicante

Precio: Gratuito con inscripción

Engloba a todos los agentes del ecosistema emprendedor con el objetivo de dinamizar el emprendimiento innovador en todo el territorio.

Más información

LOGISTIC & DISTRIBUTION

Fecha: 23 y 24 de noviembre

Lugar: IFEMA Madrid

Precio: 30€/gratuito con inscripción

La mayor feria profesional logística del sur de Europa con el almacenamiento, el mantenimiento y la logística como su principal eje temático.

Más información

PACKAGING INNOVATIONS

Fecha: 23 y 24 de noviembre
Lugar: IFEMA Madrid
Precio: 30€/gratuito con inscripción

Congreso ideado para marcar la tendencia en el mundo del packaging.

Más información

EMPACK 2016

Fecha: 23 y 24 de noviembre
Lugar: IFEMA Madrid
Precio: 30€/gratuito con inscripción

Feria profesional anual que se centra en todo aquello susceptible de ser considerado como solución innovadora en envase y embalaje.

Más información

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

Marketing y digitalización claves en la formación de noviembre

Estos son algunos de los cursos más interesantes que nos traen nuestros compañeros de Empresados, para este mes de noviembre. El marketing, la gestión o la digitalización son protagonistas de la formación de este mes.

Marketing de Experiencias y Cadena de Valor del Cliente

Fecha: 01 noviembre

Lugar: Impact Hub

Precio: 190.87€

Con este taller tendrás la oportunidad de aplicar este marketing en tu proyecto/empresa y lograr mejores relaciones con tu público objetivo.

Más información

Liderazgo en tiempos de cambio

Fecha: 02 noviembre

Lugar: online

Precio: Gratuito

Se compartirá el modelo de gestión del cambio que está guiando a Telefónica en su proceso de transformación. Cuenta con un claustro formado por expertos en gestión del cambio y con Nando Parrado.

Más información

El futuro del dinero

Fecha: 07 noviembre

Lugar: online

Precio: Gratuito

Enfocado a la revolución que se está desarrollando en el escenario monetario. Esta revolución habilita nuevos agentes, como las compañías de telecomunicaciones que crean nuevos métodos de pago.

Más información

Adobe Acrobat Document Cloud y la Transformación Digital

Fecha: 08 noviemre
Lugar: Meliá Avenida América
Precio: Gratuito

Ven a conocer de la mano de Adobe como mejorar los procesos administrativos y de gestión documental en tu empresa

.

Más información

Mejora la manera de generar contactos de calidad a través de LinkedIn

Fecha: 23 noviembre
Lugar: Auditorium Campus Madrid
Precio: Gratuito

Mejora la manera en la estableces contactos a través de la plataforma y aumenta el valor de tu empresa.

Más información

CENSECOM

Centro de Negocios y Servicios Complementarios

NUEVAS SOLUCIONES PARA TODAS LAS ECONOMÍAS

Tel.: 91 308 85 63
comercial@censecom.es

Zona Alcobendas

ALQUILER DE PUESTOS DE TRABAJO, DESPACHOS, ZONAS, SALAS, ESTUDIOS TV...

Son muchas las pequeñas empresas o profesionales que buscan una solución económica y práctica para ubicar su empresa.
La alternativa de compartir un espacio de trabajo crece cada día con el fin de rebajar los gastos y sin renunciar a las ventajas que ofrece un lugar que de buena imagen a su empresa.

COWORKING TEMATICO:

Aunque cualquier tipo de empresa puede instalarse en este centro de negocios, nos interesa ofrecer un valor añadido, por lo que damos preferencia a aquellas que tengan relación con el marketing, la comunicación, la multimedia o Internet, facilitando con la proximidad, interacciones, que ayudarán a su desarrollo.

SERVICIOS QUE PODEMOS OFRECER:

- **Despachos o zonas para una sola empresa** con o sin mobiliario.
- **Puesto de trabajo amueblado** en zona compartida con otras empresas o profesionales (incluye: mesa, sillón, teléfono de sobremesa, conexión ADSL y equipo informático opcional).
- **Domiciliación social, fiscal y comercial** (derecho a uso de nuestra dirección en su papelería corporativa, publicidad, tarjetas de visita, facturas, así como, del nº de teléfono y nº de fax).
- **Recepción, distribución y envío de correo**, en cualquier forma o cantidad según tarifa.
- **Utilización de las salas de reuniones, Terraza, y otras zonas comunes,** previa consulta y reserva, según condiciones del contrato, o según tarifas.
- **Utilización de platos para Internet TV** (Diferidos o directos) previa consulta y reservas según tarifas.

El BEI facilita 330 millones de euros en préstamos para las PyMes

El Banco Europeo de Inversiones (BEI), la institución de financiación a largo plazo de la Unión Europea cuyos accionistas son sus Estados miembros, ha firmado dos préstamos destinados a facilitar la financiación para las PyMes y el apoyo a los microcréditos en España. El BEI facilita financiación a largo plazo a proyectos de inversión viables con el fin de contribuir al logro de los objetivos de la política de la UE.

El Banco Europeo de Inversiones ha firmado dos préstamos con el **objetivo de facilitar la financiación a las PyMes**. En total, la cantidad que ha inyectado el BEI han sido **330 millones de euros**, cuyo objetivo es **contribuir al crecimiento económico, la innovación y la creación de empleo** apoyando a pequeños empresarios, jóvenes autónomos y start-ups.

El vicepresidente del BEI, Román Escolano, y el consejero delegado de CaixaBank, Gonzalo Gortázar, han firmado un préstamo por valor de 300 millones de euros **para asegurar que PyMes y empresas de mediana capitalización (hasta 3.000 empleados) puedan acceder a la financiación que necesitan** para seguir creciendo. En España, estas empresas son las que más contribuyen al crecimiento económico y a la creación de empleo.

Pero además, el BEI también **apoya los pequeños emprendedores que quieran convertir sus ideas en negocios**. Hoy Román Escolano ha firmado con el Presidente de MicroBank, Antonio Vila Beltrán, un préstamo de 30 millones de euros para **facilitar los microcréditos** a quienes tienen muy limitado el acceso a la financiación para poder poner en marcha sus empresas. El objetivo es contribuir a la creación de empleo entre los jóvenes en España. El último

préstamo de 100 millones de euros del BEI a MicroBank, firmado en 2014, benefició a más de 9.000 micro empresas y autónomos. Tres de cada diez crearon start-ups gracias a estos créditos.

"La importancia de esta operación para mostrar que el BEI también llega a los pequeños empresarios y a los jóvenes emprendedores. Estos préstamos harán posible ***apoyar a las start-ups y a pequeños negocios*** *que son fundamentales para crear empleo y fomentar el crecimiento de la economía española"*, señalaba durante la firma, Román Escolano, vicepresidente del BEI.

"CaixaBank seguirá poniendo a disposición de los nuevos proyectos de las empresas, los recursos financieros necesarios y el asesoramiento personalizado de los especialistas de la entidad", afirmó Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank, además, **animó a las pymes a invertir en innovación para internacionalizar sus negocios**. Gortázar también agradeció la labor clave que realiza el Banco Europeo de Inversiones para fomentar la actividad económica y favorecer la creación de nuevos puestos de trabajo en España.

"MicroBank concede todos sus microcréditos basándose en la viabilidad del proyecto, en el conocimiento y confianza en el solicitante y además ***no se precisan garantías adicionales****. Creemos firmemente que los microcréditos son un instrumento útil para impulsar el acceso al crédito de microempresas y emprendedores, así como para el fomento del autoempleo"*, añadía Antonio Vila, presidente de MicroBank.

El importe medio de los microcréditos concedidos por MicroBank, gracias a la financiación del BEI, **se sitúa entre los 15.000 y los 25.000 euros** y la entidad no exige ninguna garantía ni aval para sus operaciones. Es la tercera vez que el BEI apoya a MicroBank, la única institución bancaria dedicada exclusivamente a las micro finanzas en España.

Platinum Sponsor

SISQUAL
effective team management

Gold Sponsor

EY
Building a better working world

Sponsor la Tienda del Futuro

TC group solutions
Counting for Retail Intelligence

MEDIA PARTNER PYMES

Reserva ya tu plaza

www.retailforum.es

info@ikn.es

91 700 48 70

RETAIL FORUM 2017

Madrid | 9 de FEBRERO

iiR España Know-how. People. Results → iKN SPAIN

Nueva marca de iiR a partir de 2017

PERSONALIZACIÓN Y MOBILE ALWAYS PARA LA MEJOR SHOPPER EXPERIENCE

El "evento Think Tank" que presenta las experiencias más vanguardistas e innovadoras del MUNDO RETAIL

SESIÓN 1

CLIENTE

Cómo crear una experiencia de compra "WOW" para conseguir la fidelización del cliente

SESIÓN 2

OMNICANALIDAD

Escucha activa, inmediatez y diferenciación para mejorar UX/UC

SESIÓN 3

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL NEGOCIO

Cómo construir una infraestructura ágil, flexible y segura para dar soporte a las necesidades del negocio y del cliente digital

ZONA EXPO

Contact & Content en estado puro

La tienda DEL FUTURO

Diseño, tecnología e inteligencia en el POS

4 errores que pueden afectar a tu facturación

Mejorar la facturación de una empresa está en manos de todos, pero a veces nos volcamos en realizar estudios, analizar el mercado, pedir consejo a asesores, en definitiva, buscar las soluciones complicándonos demasiado la vida. Tenemos que tener en cuenta que, muchas veces, menos es más.

En muchas ocasiones, las cosas más sencillas, son las que mejores resultados ofrecen. Por eso, queremos mostraros **cuatro puntos muy básicos y sencillos** que, con un poco más de atención, puede ser de gran ayuda para aumentar la facturación de nuestra empresa.

Olvidarnos de los canales de comunicación

El canal más típico es el teléfono, pero evidentemente, no vamos a olvidar responder una llamada. Sin embargo, **el correo electrónico es uno de los medios de comunicación más utilizados para ponernos en contacto con nuestros clientes** y este, sí podemos llegar a desatenderlo. Sabemos que atender a todos los correos electrónicos es una tarea tediosa y que, en ocasiones, no nos da tiempo a realizar. Sin embargo, hay que sacar tiempo para ello. Nosotros **solemos invertir algo de tiempo por la mañana, tal vez mientras nos tomamos el primer café**, es un momento en el que estamos tranquilos y podemos prestar atención a los mensajes.

Las redes sociales tampoco deben ser desatendidas. Es cada vez **más habitual que las empresas y compañías tengan cuentas y perfiles en redes sociales**, pero no todos las gestionan de manera adecuada, ni atienden a todo lo que en ellas aparece. Los mensajes directos o las menciones, debemos tenerlos en cuenta, sobre todo porque puede ser otra vía por la que nuestros clientes traten de ponerse en contacto con nosotros.

Los comentarios en nuestro blog o página web, son otra herramienta importante para comunicarnos con nuestros clientes. Si los mensajes no se aprueban de forma automática, no podemos dejarlos durante meses esperando la aprobación, esto da muy mala imagen. Responder es algo fundamental y, en caso de que los comentarios sean aprobados de manera automática, debemos estar atentos y tener un cierto control sobre lo que se publica ya que en algunos casos se nos puede colar SPAM.

Además de estar atentos a los canales de comunicación, hay que responder a los mensajes. No vale solo con ver que han llegado los mensajes y luego olvidarnos de darles una respuesta.

Siempre hay que responder a los mensajes de los clientes, sean dudas, quejas o sugerencias

Tanto como si es para adquirir uno de nuestros productos o servicios, para dar una queja o una sugerencia o para resolver alguna duda, siempre debemos responder. Esta última premisa nos lleva al siguiente error.

No tener en cuenta la opinión de nuestro cliente

"El cliente siempre tiene la razón", esta premisa ha sido válida durante muchos años, pero ahora parece que esto está cambiando. No decimos que esta frase contenga la verdad absoluta, ni que el cliente siempre tenga razón – porque, a veces, no es así – pero siempre hay que escucharlo. **Tener en cuenta su opinión nos ayudará a mejorar**, puesto que no siempre vemos nuestros propios fallos y necesitamos que alguien nos los muestre. Aprender de nuestros errores o tomar ideas de aquellos que están fuera de nuestro negocio, es algo que aporta mucho más valor a lo que ya de por sí hacemos.

No comprender cómo funciona nuestra empresa

Parece que nunca podremos llegar a caer en este error, pero si lo pensamos fríamente y nos detenemos unos cuantos minutos ante la pregunta: **¿conozco mi empresa a fondo?** Probablemente nos salten a la vista pequeñas lagunas para las que no tenemos respuestas. En ocasiones no comprendemos cuál es la relación de cada una de las personas que trabajan con nosotros, otras veces nos damos cuenta de que no somos capaces de describir completamente nuestros productos o de que, simplemente, lo hemos estado haciendo mal. Parece una locura, pero sucede. Solemos estar tan pendientes de nuestro día a día, de hacer y decir siempre lo mismo que, en muchas ocasiones, nos aprendemos el discurso y no salimos de ahí. Por eso, lo mejor es tratar de plasmar – en la medida de lo posible – las relaciones entre los compañeros, **comprender a qué se dedica cada uno de ellos con el objetivo de sacar el máximo rendimiento a la empresa** y comprender nuestros productos o servicios al máximo nivel, porque será la única manera de poder defenderlos ante los clientes.

Mantener un catálogo obsoleto

Sabemos que realizar un catálogo en el que aparezcan todos nuestros productos con sus respectivas descripciones, imágenes, etc., es bastante trabajoso. Sin embargo, **es esencial y no podemos dejar que quede en el olvido**. Son muchas las pequeñas empresas que hacen un esfuerzo para generar este catálogo y luego lo dejan ahí, alojado en su página web pero sin volver a actualizarlo en demasiado tiempo. Esto no es bueno, si no hay actualizaciones, novedades y toda la información que podamos añadir, nuestros clientes dejarán de acceder al catálogo, por lo tanto el esfuerzo no habrá servido de nada.

Debemos atender a nuestros catálogos porque s**on tan importantes como el escaparate. Son nuestra forma de mostrar todos nuestros productos** y, por eso, deben contener toda la información que seamos capaces de recopilar. Además, vivimos en una sociedad que cambia constantemente, donde los usuarios demandan nuevas necesidades a cada rato y nosotros tenemos que poder cubrir esas necesidades con nuestros productos. Por este motivo, actualizar nuestro catálogo con novedades es imprescindible para que nuestros clientes sigan tomándolo como un referente donde ir a buscar lo que necesitan.

Sabemos que estos cuatro puntos son algo muy sencillo y, tal vez, bastante obvio. Sin embargo, **volvemos a la premisa de que "menos es más" y si dejamos de cometer estos cuatro errores, lo más seguro es que nuestra facturación lo agradezca**.

¿Cómo elijo al candidato ideal para el puesto?

En las grandes empresas algo tan básico y necesario como contratar a alguien nuevo lo suelen llevar a cabo los departamentos de Recursos Humanos. Se encargan de revisar los currículums, ponerse en contacto con los candidatos, programar las entrevistas, valorar las aptitudes de cada persona que acude a estas…

En una empresa pequeña todo es diferente. Si se trata de empresa pequeña es porque cuenta con menos de 100 empleados en plantilla, a veces y dependiendo de la empresa, no superan los 10. Por este motivo, en muchas ocasiones, el gerente no es solo el CEO, también es el que limpia, el que hace la caja o el que apaga las luces antes de marcharse todo el mundo y, por supuesto, es al que le toca contactar, evaluar y decidir quién es el mejor candidato para un puesto. Sin embargo, **no solo el gerente puede desempeñar esta tarea** en una PyMe. Los jefes de proyecto son un punto a tener en cuenta. Volvemos a insistir, como siempre, que en una pequeña empresa las relaciones son completamente diferentes de las que existen en una multinacional. Las pequeñas empresas no se componen solo de trabajadores, sino de compañeros y, en ocasiones, hasta amigos y familiares. Es por esto que un jefe de proyecto no solo es un trabajador, sino que también puede ser Pepe, ese en quién confiamos y sabemos que tiene buen criterio. Así que, **¿por qué no dejarle que sea él quién realice las entrevistas? ¿Quién mejor para saber lo que necesita para que el nuevo proyecto salga adelante** que "nuestro" Pepe?

Tan solo un apunte más a cerca de la sutil diferencia entre una gran empresa y una pequeña. Pepe, a diferencia de los que trabajan en un departamento de Recursos Humanos, no tiene ni idea de cómo hacer una entrevista para evaluar a una persona. Su máxima experiencia en estos temas será lo que recuerde de cuando le hicieron la suya al entrar a trabajar. Sin embargo, en contrapunto, la persona del departamento de Recursos Humanos no conoce tan bien el proyecto y las aptitudes que son necesarias para el puesto como nuestro querido Pepe. Ahora bien, vamos a darle unos cuantos consejos a nuestro particular Pepe, para que cuando haga la entrevista, trate de extraer la mayor información posible. Información que le servirá para decidir.

Recursos Humanos no conoce tan bien el proyecto y las aptitudes que son necesarias como un jefe de proyecto

Portada
Sumario
Editorial
Eventos
Formación
Ayudas
Emprendedores
Marketing
Gestión EMP
Tecnología
Legislación
Ir a página
Anterior Siguiente

En una empresa pequeña todo es diferente. Si se trata de empresa pequeña es porque cuenta con menos de 100 empleados en plantilla, a veces y dependiendo de la empresa, no superan los 10. Por este motivo, en muchas ocasiones, el gerente no es solo el CEO, también es el que limpia, el que hace la caja o el que apaga las luces antes de marcharse todo el mundo y, por supuesto, es al que le toca contactar, evaluar y decidir quién es el mejor candidato para un puesto. Sin embargo, **no solo el gerente puede desempeñar esta tarea** en una PyMe. Los jefes de proyecto son un punto a tener en cuenta. Volvemos a insistir, como siempre, que en una pequeña empresa las relaciones son completamente diferentes de las que existen en una multinacional. Las pequeñas empresas no se componen solo de trabajadores, sino de compañeros y, en ocasiones, hasta amigos y familiares. Es por esto que un jefe de proyecto no solo es un trabajador, sino que también puede ser Pepe, ese en quién confiamos y sabemos que tiene buen criterio. Así que, **¿por qué no dejarle que sea él quién realice las entrevistas? ¿Quién mejor para saber lo que necesita para que el nuevo proyecto salga adelante** que "nuestro" Pepe?

Tan solo un apunte más a cerca de la sutil diferencia entre una gran empresa y una pequeña. Pepe, a diferencia de los que trabajan en un departamento de Recursos Humanos, no tiene ni idea de cómo hacer una entrevista para evaluar a una persona. Su máxima experiencia en estos temas será lo que recuerde de cuando le hicieron la suya al entrar a trabajar. Sin embargo, en contrapunto, la persona del departamento de Recursos Humanos no conoce tan bien el proyecto y las aptitudes que son necesarias para el puesto como nuestro querido Pepe. Ahora bien, vamos a darle unos cuantos consejos a nuestro particular Pepe, para que cuando haga la entrevista, trate de extraer la mayor información posible. Información que le servirá para decidir.

Prepara la entrevista

1. **Analiza bien los currículums**: Un currículum es una carta de presentación. Es la forma en que cada uno de nosotros nos vendemos laboralmente y nos damos a conocer a los demás. **Un currículum dice mucho de nosotros**. Puede ser escueto o estar repleto de información, puede ser sencillo o excesivamente elaborado, sobrio o lleno de color, de una página o de cinco… Cada una de estas características **dice mucho de la persona que lo ha redactado y maquetado**. Si es un diseñador gráfico, seguramente su currículum sea original, tenga color y esté muy elaborado, pero si es un buen diseñador gráfico, los colores no chirriarán, tendrá equilibrio y resaltará lo más relevante. Generalmente, los que ocupan cinco páginas suelen ser bastante farragosos y las personas que están detrás de ellos, pueden ser bastante inseguros, incapaces de sintetizar y, algunas veces, algo fantasmas. Tras un currículum muy escueto puede encontrarse alguien sin apenas experiencia o alguien demasiado seguro de sí mismo.
2. **Leete las cartas y la información adicional que te envíen los candidatos**: En ocasiones los candidatos aportan cartas para que los conozcas mejor o, en el

Los archivos adjuntos son una manera estupenda de medir los conocimientos del candidato

caso de la prensa escrita, artículos o reportajes que hayan escrito para otros medios. También pueden enviar vídeos o audios, presentaciones, etc., con el **objetivo de mostrar cómo se desenvuelven con determinadas herramientas**. Esta es una forma muy buena de conocer a los candidatos y recomendamos que estos archivos adjuntos no caigan en saco roto y se les preste atención ya que pueden aportar bastante información.

3. **Busca en redes sociales**: En ocasiones los datos personales son escuetos, no hay foto, no dan detalles de la localidad en la que viven o la edad que tienen. Parecen datos que no afectan demasiado para contratar a alguien, pero lo cierto es que sí afectan. Algunos puestos no están pensandos para personas jóvenes, por el simple hecho de que aún carecen de toda la experiencia necesaria y, en otras ocasiones, hay otros puestos que necesitan la ilusión de alguien que comienza de cero y son los más mayores los no encajan en el perfil. Las redes sociales nos pueden ayudar a conocer en profundidad a estas personas, sobre todo Linkedin y Facebook. Linkedin aporta la parte laboral, mientras Facebook aporta la parte humana. Una información equilibrada entre ambas redes sociales hace que te formes una idea bastante aproximada de la persona a la que vas a entrevistar.
4. **Decide si vas un paso más allá**: Aquí llega el punto de inflexión. Si todo lo que has visto hasta el momento ha conseguido que quieras conocer en persona al candidato. Para tomar esta decisión **deberás analizar toda la información recogida en los tres puntos anteriores** y decidir si encaja con el perfil del puesto y con el de la empresa. Si es así, pasaremos a la segunda fase: llamar a los candidatos para concertar la entrevista.

La llamada

Muchas llamadas descartan de inmediato al candidato perfecto para el puesto. Por ejemplo, llamas varias veces y nadie coge el teléfono o, en caso de que descuelguen, resulta que la idea que te habías hecho de persona amable acaba en el descubrimiento de que es alguien muy desagradable. No es lo habitual, pero hay casos. L**a voz hace mucho y dice mucho de la persona con la que estás hablando**. Fíjate en la entonación, en si le tiembla la voz, si habla como si estuviese cansado de todo o como si pasase y, sobre todo, en lo que dice… si tiene interés en acudir a la entrevista o pasa. **Este filtro es bastante fiable**, aunque a veces también nos equivocamos y, personas que parece que no tienen sangre en las venas luego están dispuestas a comerse el mundo. Por eso hay que dar un último paso y llegar a la entrevista.

Durante la entrevista

1. **Genera un ambiente distendido**: Recuerda tu primera entrevista de trabajo. No ibas precisamente tranquilo, probablemente te estrujabas las manos aunque supieses que no debías hacerlo para no parecer inseguro. Dabas la mano con delicadeza no fueses a hacerle daño a la otra persona o te pasabas de impetuoso para evitar que pensasen que estabas nervioso y, seguramente, ibas temblando de pies a cabeza. Aunque hayas hecho miles de entrevistas, creo que es algo a los que pocos se llegan a acostumbrar.

Si ante ti encuentras una persona con una sonrisa, amable, simpática y que transmite tranquilidad, comenzarás a relajarte y a dejarte ver tal y como eres. Un "¿Qué tal? o ¿Cómo estás?", "¿Te ha costado mucho encontrar esto?" o "¿Has tardado mucho en llegar hasta aquí?" pueden ser preguntas muy básicas para comenzar una fluida conversación y que el entrevistado se relaje.

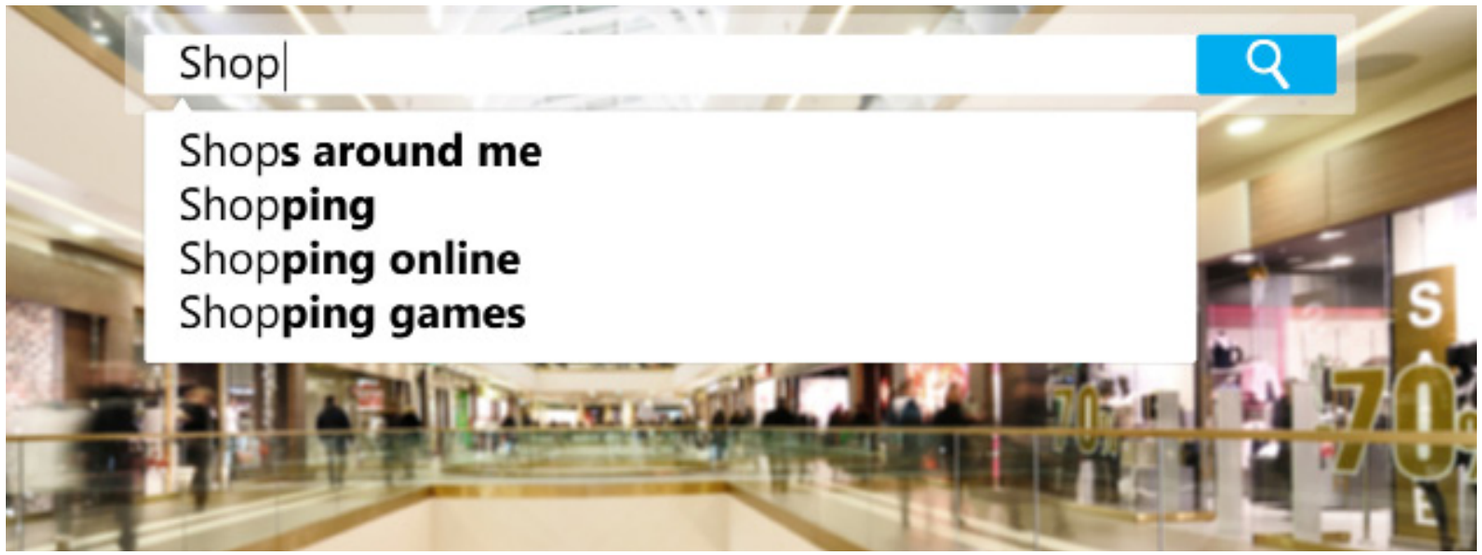
2. **Explica bien las características del puesto**: Por si en el anuncio no ha quedado del todo claro o existen aspectos que no se han comunicado, es el momento de hacerlo. Explica todas las características del puesto, lo que estás buscando, lo que necesitas para que el proyecto salga adelante. En cuanto a los temas más delicados como el horario o el salario, lo puedes desvelar en este punto o esperar a que se explaye.
3. **Deja hablar y escucha**: En una entrevista no eres tú el que tiene que hablar. Ya has explicado las características del puesto, ya conocen lo que estás buscando y, probablemente sepan tanto el horario como el salario. Es el momento de que te den su opinión, si se han molestado en investigar la empresa en la que – de ser aceptados – comenzarán a trabajar. Todo esto te demostrará el interés que tienen en el puesto y conocerás de primera mano sus opiniones y su forma de expresarse.
4. **Sé directo, no seco y pregunta con libertad**: Si tienes alguna duda o quieres saber si saben desempeñar alguna labor o utilizar algún tipo de herramienta concreta, pregunta. Los candidatos tratarán de explicarte todo lo que se les ocurra, pero habrá cosas que se les olviden. Cosas que, para ti, pueden ser muy importantes. Por este motivo, lo mejor es preguntar, ser directo y plantear las cosas como son. Lo normal es que ninguna de las partes quiera engañar al otro, pero no te puedes quedar con niguna duda, porque sino no podrás decidir quién te conviene más. Una puntualización, en todo momento recomendamos que seas directo, pero no seco. No olvides el primer punto de generar buen ambiente, porque si dejas de ser amable y comienzas a ser cortante y serio, lo más proable es que la otra persona acabe cerrándose y no seas capaz de averiguar todo lo que necesitas saber.
5. **Pregunta si realmente está interesado y por qué**: Parece una pregunta trampa y a lo mejor un poco tonta, pero saber las circunstancias personales de cada candidato te lleva un paso más allá. Habrá quien quiera el puesto para mejorar su calidad laboral, otros querrán empezar por algo y así conseguir experiencia, habrá quienes hayan pasado por malos momentos y necesiten el puesto de trabajo, quienes se hayan

presentado solo por intentarlo una vez más… cada historia es diferente, pero te acerca un poco más a la persona y a comprobar su compromiso y su interés. **Habrá quienes te contesten a esta pregunta con una fórmula hecha**, con un "Sí, estoy interesado porque el puesto me llama mucho la atención y me gusta lo que hacéis aquí" y los que afirmen estar interesados porque necesitan un sueldo para pagar determinadas cosas, los que lo necesiten porque quieren aprender cosas nuevas, los que deseen trabajar en tu empresa porque necesitan un cambio de aires… Todo esto nos lleva al veredicto final.

¿Con quién me quedo?

Atiende a todo lo anterior, analiza y piensa quién tiene las mejores aptitudes, la experiencia, el conocimiento… pero también la actitud, las ganas y, sobre todo, quién te ha parecido más honesto, más sincero. Hay determinados puestos de trabajos que requieren determinados conocimientos, pero si todos los candidatos – en mayor o menos medida – los tienen, **quédate con el que haya demostrado más interés, más compromiso y más ganas de trabajar y aprender**. Este es nuestro consejo. Puedes tener al mejor editor de vídeo del mundo, o al mejor maquetador, informático, periodista, comercial, camarero, recepcionista… puede conocer todas y cada una de las herramientas, de los programas con los que tendrá que usar, pero no hay nada como una persona con ganas de trabajar, dispuesta a aprender y a enseñar cosas y sobre todo a remar en la misma dirección que los demás. No puedes dejarte llevar porque te ha caído bien, por la simpatía, la gracia, el físico, el conocimiento o la situación particular, tienes que comprobar que todo eso desemboca en que ante ti tienes al candidato ideal: alguien con conocimiento, dispuesto a colaborar, a aprender cosas nuevas, a esforzarse día a día…

No es sencillo decidir, pero siempre hay alguien que destaca por todas esas características. Podemos confundirnos y solo el día a día dirá si hemos acertado, o no.



PrestaShop se integra con Google Shopping

PrestaShop, líder en el sector de soluciones de software libre destinadas al ecommerce, y Google tienen el placer de anunciar una colaboración estratégica que permitirá a los comerciantes electrónicos enviar información de sus productos a Google Shopping de forma sencilla. Gracias a esta colaboración, los comerciantes electrónicos que utilizan PrestaShop podrán llegar a millones de nuevos clientes que buscan productos online.

Gracias a Google Shopping, los comerciantes electrónicos podrán **crear anuncios online con un alto contenido visual en los que las imágenes y las características del producto juegan un papel fundamental**. Este nuevo módulo ayudará a ahorrar tiempo y esfuerzo, ya que permitirá **enviar datos automáticamente desde una cuenta PrestaShop a las campañas de Google Shopping**.

*"Hemos colaborado estrechamente con PrestaShop para **simplificar el proceso de configuración de productos en Google Shopping**. En los test, hemos conseguido reducir el tiempo necesario para integrar los productos en el flujo shopping a tan solo unos minutos"*, afirma James Summerfield, director técnico de Google Shopping.

En unos pocos clics, **los datos de los productos se suben al feed y aparecen en Google**, llegando a millones de clientes potenciales que realizan búsquedas de productos online. Entre las principales características del módulo de Google Shopping se incluyen las siguientes:

- **Reducción de la carga de trabajo y del tiempo necesario para salir al mercado**: emplea la información disponible de los productos que los vendedores tienen en PrestaShop sin necesidad de crear archivos independientes para enviarlos a Google.
- **Precisión de los datos**: importa de forma ininterrumpida datos procedentes de la tienda de PrestaShop, sin necesidad de realizar tareas adicionales.

*"Google Shopping permite que nuestros eComerciantes obtengan una mayor visibilidad y más ventas. Los comerciantes pueden instalar el módulo de Google Shopping desde Addons Marketplace, lo que les permitirá **conectarse inmediatamente a millones de personas que realizan búsquedas de productos en Google**"*, comenta Cécile Dubouis, directora de Marketplace de PrestaShop.

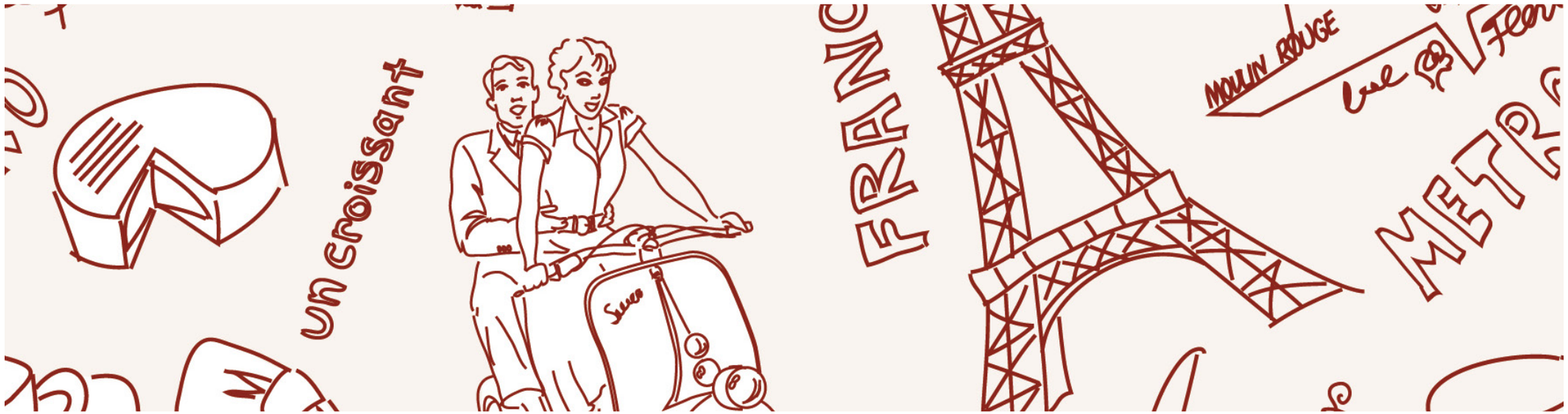
ISO 37001:2016 La certificación antisoborno

La Organización Internacional de Normalización (ISO) ha publicado la versión en inglés de la esperada norma ISO 37001:2016 Anti-bribery management systems, comúnmente conocida como antisoborno.

Continuando con **la cultura de cumplimiento que tiende a imponerse en la forma de operar en el tráfico mercantil de nuestro entorno**, así como la dinámica de nuevos estándares internacionales que tienen por objeto el cumplimiento, la transparencia y la lucha contra la corrupción, **esta norma establece los requisitos para asegurar buenas prácticas en el seno de las empresas** de cara a la prevención, detección y reacción ante el soborno. Y su aplicación es tanto para compañías **que contraten en el sector público como para las que centran su actividad en el ámbito puramente privado** y, también, para organizaciones sin ánimo de lucro, sean todas ellas del tamaño que sean.

El soborno es una de las prácticas más destructivas de la economía mundial. Según datos de la OCDE y el Banco Mundial, **cada año se paga 1 billón de euros en sobornos** cuyas consecuencias, entre muchas otras, son un deterioro progresivo del mercado, lo que implica inestabilidad laboral, reducción de la calidad de vida, el aumento de la pobreza y en general el aumento de la desconfianza de los ciudadanos hacia el actual sistema de bienestar.

La nueva ISO 37001:2016 es una norma certificable y mantiene la estructura de alto nivel de los modelos de gestión ISO más recientes así como de aquellos modelos actualizados recientemente. Comparte índice con la norma ISO 19600 sobre sistemas de gestión de Compliance, así como con otras normas de gestión como ISO 9001 o ISO 14001, lo que permite que sea fácilmente **integrable con otros modelos de gestión ya implantados en las empresas**.



SoftDoit llega a Francia

SoftDoit, continúa su expansión por Europa. El comparador de software de origen español, ya había llegado a Italia en el primer semestre del año y, ahora, ha comenzado a operar en Francia.

Paso a paso, SoftDoit está cumpliendo con su ambicioso plan de expansión internacional, que puso en marcha a principios de este año y para el que cuenta con la colaboración de ICEX next. **La previsión de la compañía tecnológica española para los próximos meses** es afianzar su presencia en Latinoamérica con la apertura de nuevas delegaciones, comenzar a operar en nuevos países europeos, y finalmente en Estados Unidos.

Según explica Lluís Soler Gomis, fundador y CEO de SoftDoit, *"**continuar la expansión europea en Francia es importante para nosotros**, porque se trata de un país con grandes empresas multinacionales de sectores muy diversos (alimentación, retail, tecnológicas, etc.) y en general con un tejido empresarial con unas bases muy sólidas, además siendo en la zona euro facilita su acceso"*.

La facturación de SoftDoit ha alcanzado los 175 mil euros en el primer semestre del año, y espera cerrar el ejercicio actual con medio millón de euros facturados, frente a los 300 mil del año anterior. La compañía también espera **elevar considerablemente el número de visitas a su plataforma y el de proveedores de software presentes en la misma**, hasta alcanzar la cifra de 600. Todo ello le permitirá ayudar a más de 25 mil profesionales a encontrar el mejor software para su negocio en 2016. SoftDoit también ha ampliado el número de comparadores especializados en diferentes sectores, y en la actualidad **ya cuenta con 15, entre ellos CRM, ERP, SGA, gestión de proyectos, TPV, Recursos Humanos, Gestión de Flotas, Centralita Virtuales, Contact Center o e-commerce**.

GILLES
BIOMASSEHEIZUNGEN

DISTRIBUCIÓN A TODA ESPAÑA Y PORTUGAL

ÚNETE AL AHORRO CON ESTUFAS Y CALDERAS DE BIOMASA DE ALTA CALIDAD

Enerlam
energías renovables

¡PIDE TU PRESUPUESTO SIN COMPROMISO!

Tlf: 986 585 852
Correo-e: info@enerlamela.com
www.enerlamela.com

Soy autónomo, ¿puedo prejubilarme?

Los trabajadores autónomos suelen trabajar en regímenes de condiciones bastante diferentes al de cualquier trabajador por cuenta ajena. Una de las grandes diferencias que siempre han estado presentes es el tema de la jubilación.

En este caso, hablamos de la jubilación anticipada para los autónomos, que hasta el 2013 solo se contemplaba, según el Estatuto del Trabajador Autónomo (Ley 20/2007), para actividades de naturaleza tóxica, peligrosa o penosa y situaciones de discapacidad. Además de las mencionadas situaciones, también podían jubilarse de manera anticipada aquellos autónomos que hubiesen cotizado por alguno de los otros regímenes de cotización, siempre y cuando se cumpliesen determinados requisitos como el siguiente: haber cotizado, antes del 1 de enero de 1967, a alguna de las mutualidades laborales de trabajadores por cuenta ajena.

Desde 2013 en adelante, tras la reforma de las pensiones mediante el Decreto-Ley de medidas para favorecer la continuidad de la vida laboral, comienza a contemplarse la posibilidad de que los autónomos se jubilen de forma anticipada, siempre y cuando cumplan los requisitos que se exigen:

Se establece que los trabajadores, autónomos incluidos, podrán jubilarse a partir de los 63 años siempre y cuando tengan un mínimo de 35 años de cotización. El coeficiente reductor anual será de un 7,5% por cada año anticipado. Sin embargo, en el caso de los autónomos que deseen jubilarse voluntariamente a partir de esta edad, este coeficiente es del 8% y será así a no ser que superen los 38 años y seis meses cotizados. Este punto solo será válido hasta 2027.

A partir de 2027, los trabajadores que quieran prejubilarse, incluidos autónomos, solo podrán hacerlo a partir de los 65 años (ya que la jubilación será a los 67).

En cuanto a la nueva figura que surgió a partir de la reforma de las pensiones, la de jubilación anticipada para periodos de crisis, no es aplicable para los trabajadores autónomos. Esta medida consiste en que, si te quedas sin trabajo al cumplir los 61 y con 33 años cotizados, puedes optar por la prejubilación.

Atendiendo a que, a día de hoy cumplimos con los requisitos de tener 63 años y un mínimo de 35 años de cotización – o, en el caso de 2027, 65 años y 35 de cotización – hay que ver, cuáles son los coeficientes de reducción para los autónomos.

Coeficientes reductores

Coeficientes reductores sobre la pensión para aquellos que decidan jubilarse anticipadamente de manera voluntaria:

- **Del 8% con hasta 38 años y seis meses cotizados.**
- **Del 7,5% a partir de los 38 años y seis meses y hasta los 41 años y seis meses cotizados.**
- **Del 6,8% a partir de los 41 años y seis meses y hasta los 44 años y seis meses cotizados.**
- **Del 6,5% con 44 años y seis meses, o más, cotizados.**

La resolución de reclamaciones a los seguros se reducen a 30 días

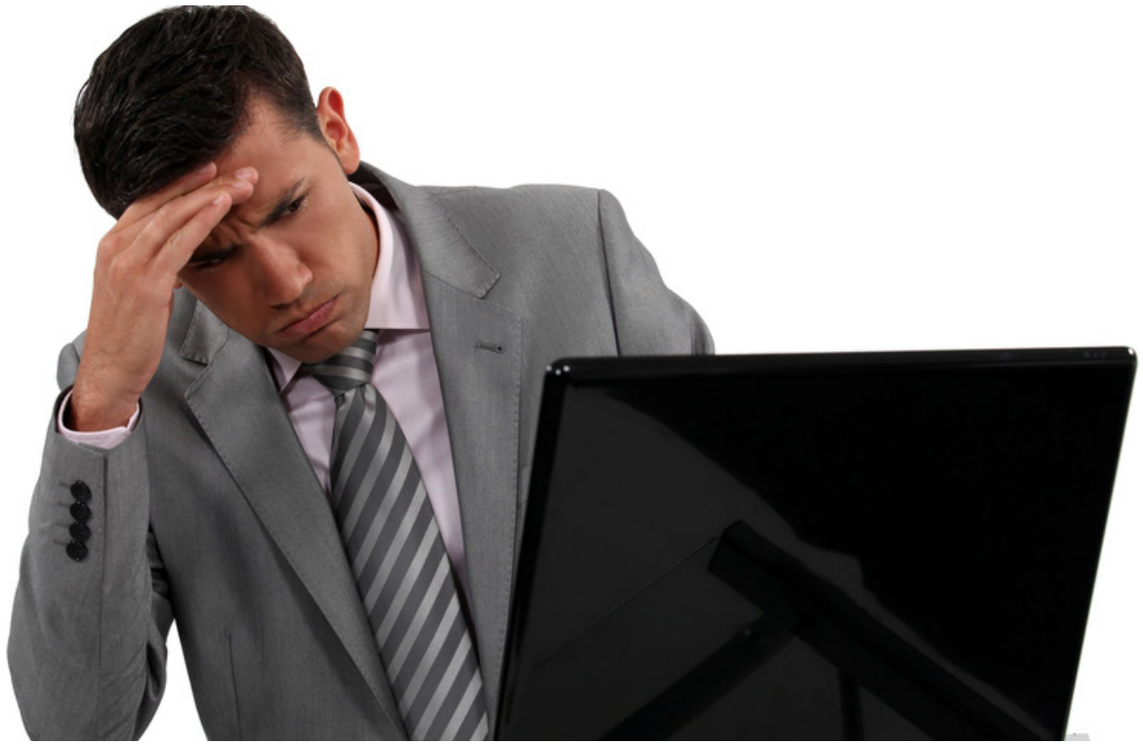
Estamos Seguros es un programa que UNESPA ha puesto en marcha con el objetivo de incrementar la claridad y la transparencia de los seguros, *aumentar el conocimiento que tiene la opinión pública de estos y concienciar a los usuarios de que se trata de una solución frente a los riesgos que se dan en todas las facetas de la vida de las personas, las empresas y las instituciones.*

Estamos Seguros busca, en definitiva, poner en valor la labor que realiza el seguro en favor de la sociedad. Se trata, además, de la **primera iniciativa de estas características que realiza el sector de manera coordinada**. Este programa contempla una batería de medidas concretas. **Para este año, se han fijado dos metas**. En primer lugar, las aseguradoras que operan en España **reducirán a 30 días el tiempo medio de resolución de las reclamaciones que reciben**. Este plazo es **inferior a los dos meses que marca la legislación** y, al establecerlo, se pretende prestar un mejor servicio al cliente, que además dispondrá de información que le permitirá conocer la situación en que se encuentra su solicitud.

En segundo término, **las entidades se han fijado como objetivo reducir el número de asuntos que llegan a la vía judicial**. Las aseguradoras optarán por mecanismos que resuelvan diferencias sin necesidad de acudir a los juzgados, favoreciendo la mejor atención al cliente y **aliviando, con ello, la carga de trabajo del sistema judicial**.

Otra de las áreas de actuación del programa será el lenguaje. Esta iniciativa realizará un esfuerzo para hacer más próximos, transparentes y simples los términos del seguro, de forma que el ciudadano encuentre más accesible y cercano el contenido de las pólizas.

"Estamos en un entorno que reclama una mayor transparencia a las personas, a las empresas y a las instituciones. Desde el sector asegurador creemos en esa transparencia y, por eso, hemos puesto en marcha Estamos Seguros. Esta iniciativa sectorial busca mejorar la experiencia de los ciudadanos con el seguro", afirma Pilar González de Frutos, presidenta de UNESPA.



Quiero contratar a mi hijo, ¿cómo lo hago?

Tanto si estás pensando en contratar a tu hijo para que comience a formarse en el negocio familiar, como si ya lo tienes contratado, esto te interesa.

Como gerente y como administrador de una empresa y – atendiendo al Decreto 2.530/1970 – **los parientes por consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado – se deben considerar autónomos** siempre que, de forma habitual, personal y directa, colaboren con los autónomos titulares del negocio mediante la realización de trabajos, siempre que no tengan la condición de asalariados respecto a aquéllos. Sin embargo, la Ley General de la Seguridad Social dice lo siguiente: *"***no tendrán la consideración de trabajadores por cuenta ajena***, salvo prueba en contrario:* **el cónyuge, los descendientes, ascendientes y demás parientes del empresario***, por consanguinidad o afinidad hasta el segundo grado inclusive y, en su caso, por adopción, ocupados en su centro o centros de trabajo, cuando convivan en su hogar y estén a su cargo"*.

Grados de Parentesco

Antes de continuar, sería bueno aclarar los grados de parentesco, ya que según la norma, el grado de parentesco incluye el tercer grado, o no.

Primer grado

- Consanguinidad: padres e hijos
- Afinidad: cónyuge, suegros, yernos o nueras

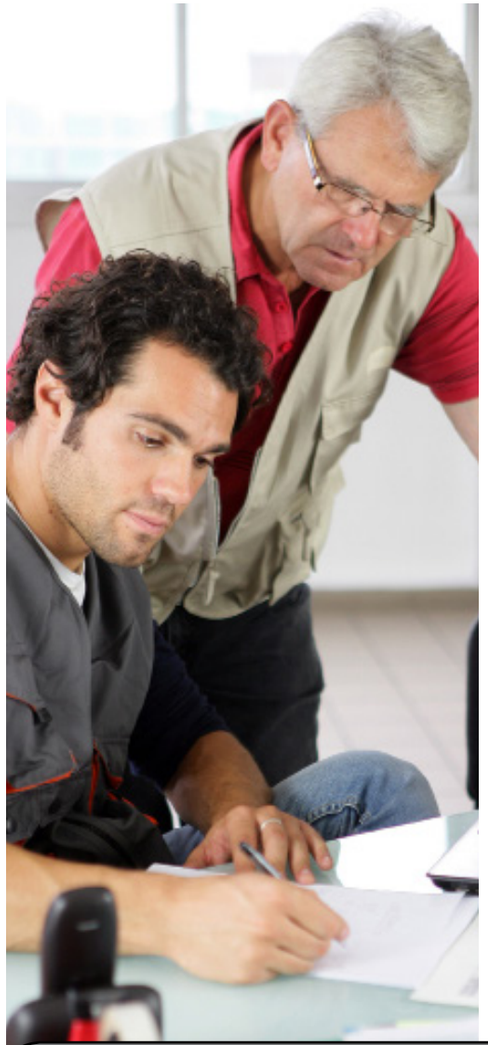
Segundo grado

- Consanguinidad directa: abuelos y nietos
- Consanguinidad colateral: hermanos
- Afinidad colateral: cuñados

Tercer grado

- Consanguinidad directa: bisabuelos y biznietos
- Consanguinidad colateral: tíos y sobrinos

Si atendemos a lo que dice la Ley General de la Seguridad Social, **los familiares que convivan y estén a cargo del autónomo titular del negocio, no serán considerados trabajadores por**



cuenta ajena.

Es decir, tu cónyuge, no será considerado trabajador por cuenta ajena porque vive y forma parte de tu núcleo familiar, por lo tanto, depende de ti. Esto sucede, en cierta medida, con los hijos, aunque en este caso surgen **otras posibilidades**.

Contratar a un hijo

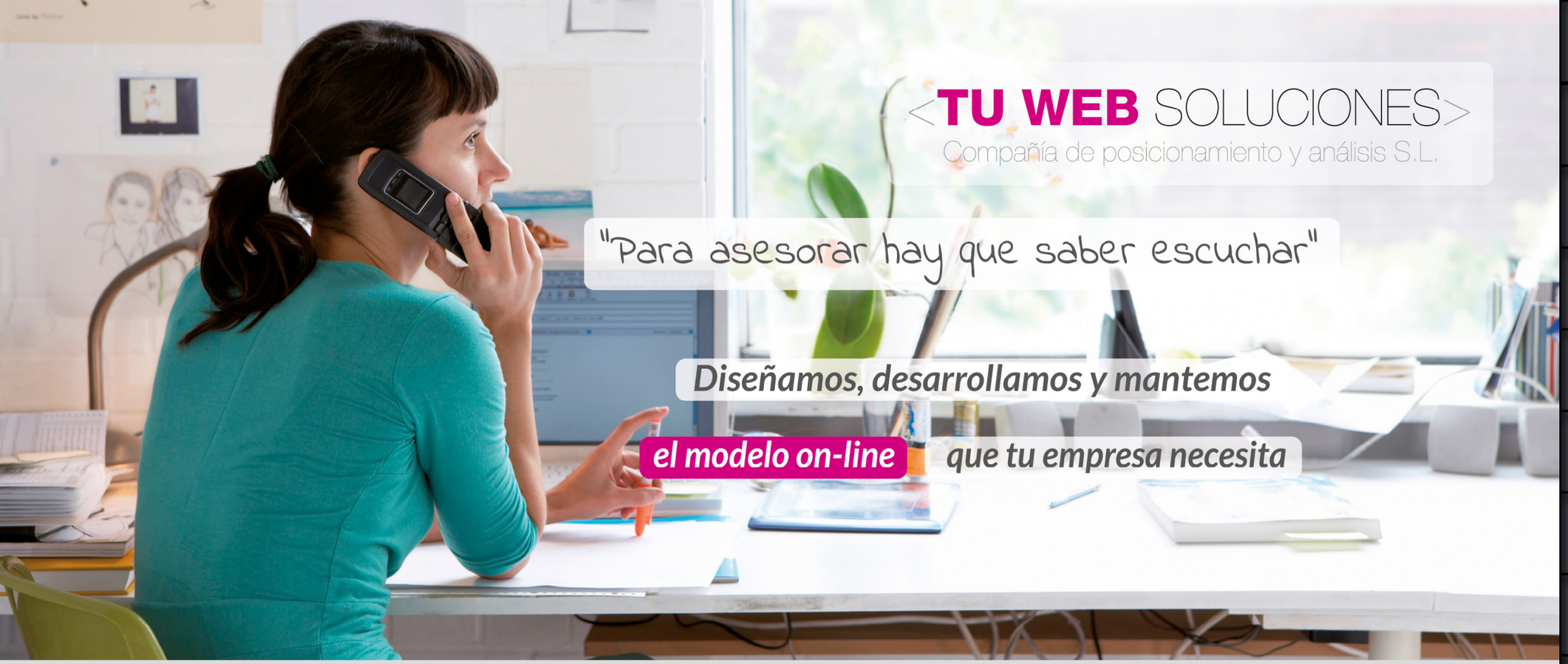
Hijos menores de 30 años

- Que conviven y dependen del empresario: Según el Estatuto del Trabajador Autónomo, se puede contratar como trabajador por cuenta ajena a un hijo, **siempre y cuando sea menor de 30 años** (o sea mayor pero tenga determinadas discapacidades como: parálisis cerebral, enfermedad mental o discapacidad intelectual, con un grado de discapacidad reconocido igual o superior al 33% o con discapacidad física o sensorial, con un grado igual o superior al 65%). En este caso concreto, se le puede contratar como trabajador por cuenta ajena aunque conviva con el empresario y dependa de él. Podrá ser dado de alta en el régimen general como trabajadores por cuenta ajena pero, **sin posibilidad de cotizar para desempleo**. Evidentemente existe la posibilidad de contratarlo como autónomo, como en los demás casos.
- Que son independientes económicamente y viven fuera de casa: en este caso **sí podrán ser encuadrados en el régimen general como trabajador por cuenta ajena, con todas las coberturas**. También en este caso, tanto el trabajador como el empresario, deberán presentar una declaración en la que conste la condición de trabajador por cuenta ajena, la descripción del puesto de trabajo concreto, la categoría profesional que desempeña, el centro de trabajo en el que desarrolla sus servicios, su horario de trabajo, la forma de remuneración y su cuantía.

Hijos mayores de 30 años

- Que conviven y dependen del empresario: Este caso es igual que el del resto de los familiares (el ejemplo que poníamos antes del cónyuge). Si el hijo, mayor de 30 años, está viviendo en casa del empresario, depende aún de él y no tiene ningún tipo de discapacidad **se tendrá que inscribir en el régimen general de autónomos, como autónomo colaborador.** Sin embargo, si tuviese una discapacidad (parálisis cerebral, enfermedad mental o discapacidad intelectual, con un grado de discapacidad reconocido igual o superior al 33% o con discapacidad física o sensorial, con un grado igual o superior al 65%) se podría dar de alta en el régimen general, sin posibilidad de cotizar para desempleo.
- Que son independientes económicamente y viven fuera de casa: En este caso es igual que en el caso anterior de los menores de 30 años. **Podrán ser dado de alta en el régimen general y con todas las coberturas**.

Para trabajar con un familiar tendrá que darse de alta como autónomo colaborador



Soluciones para pymes

- Análisis on-line
- Páginas Web
- E-commerce
- Web privada
- Apps móviles
- Social Media
- SEO
- E-mail marketing
- Generación de contenidos
- Marcom on-line
- SEM
- Formación on-line

Tel.: 91 308 85 66 • info@tuwebsoluciones.com • www.tuwebsoluciones.com