

CREATE
la revista de creama
DÉNIA

COMERCIO & CONSUMO: ASOCIACIONES DE DÉNIA • MARCA DÉNIA SHOPPING

ESPACIO EMPRENDEDOR: VERDÚ • PEPE CABRERA

PSICOLOGÍA DE LA EMPRESA : EL LÍDER Y EL HALCÓN

CURSOS & TALLERES CREAMA

Edición nº 1

EQUIPO CREATE

nº1 Publicación mensual gratuita

DIRECCIÓN DE ARTE

Adela Marzá

DISEÑO & MAQUETACIÓN

Olivia Aleixandre

REDACCIÓN

Iris Serrano

FOTOGRAFÍA

Alex McClure

IMPRESIÓN

Graficas Colomar

CreTe no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores. Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de cualquier contenido escrito o gráfico aparecido en esta publicación y su edición electrónica sin la autorización expresa y por escrito de sus codirectores.

CreTe es una revista que nace con un objetivo muy claro, alumbrar el tejido empresarial de Dénia. En estas publicaciones CREAMA-DÉNIA pretende apoyar a quienes hacen de un proyecto su afición, trabajo y su pasión. Planteamos estas ediciones cómo un vehículo para conocer y promover cursos y talleres de formación, oportunidades de negocio y visiones emprendedoras.

Nuestro esfuerzo se ayuda del contenido y recomendaciones que nos han aportado los empresarios, comerciantes y asociaciones que han colaborado en la edición, y en la que, poco a poco, muchos más serán partícipes. Hoy por hoy estamos orgullosos de concebir la idea que ha nacido en forma de revista con el fin de integrar tanto a ciudadanos como futuros emprendedores en el día a día del sector comercial y empresarial. Es pues, una enorme satisfacción e ilusión que éste proyecto esté ahora en tus manos.



SUMARIO

DEL DICHO AL HECHO
Crema 4

COMERCIO & CONSUMO
Asociaciones de Dénia 6
Marca Dénia de Compres 10

ESPACIO EMPRENDEDOR
Jóven Empresario 14
Empresario Consolidado 18

CURSOS & TALLERES CREAMA
Jardíneria para discapacitados 23

PSICOLOGÍA DE LA EMPRESA
El líder y el Halcón 27

RINCÓN CREAMA
Innovem Junts 2010 33

RINCÓN DÉNIA
El Centro Histórico 36

NOTICIAS
CONFERENCIA-COLOQUIO-TERTULIA
..... 37
AGROTATE 38

ENTRE EL DICHO Y EL HECHO. EL MANUAL DE INSTRUCCIONES

CREAMA-DÉNIA, SURGE EN 1994, CON LA INTENCIÓN DE CONVERTIRSE EN UN MANUAL DE INSTRUCCIONES QUE ORIENTE A AQUELLAS PERSONAS QUE HAN NECESITADO CONOCER LOS PASOS A SEGUIR PARA SER ARTÍFICES DE SU PROPIO NEGOCIO, AYUDÁNDOLES A QUE NO SE PIERDAN POR EL CAMINO Y PUEDAN LLEGAR A LA META PROPUESTA.

Seguro que alguna vez te has visto en la situación de tener que montar un mueble, y al abrir la caja te has encontrado con cientos de piezas de todos los tamaños y formas. Te has parado unos segundos, y entrecerrando los ojos y frunciendo el ceño, has intentado imaginarte cómo ese ejército de tuercas tomaba forma de silla o estantería. Y no, no lo has visto claro. En situaciones como esta, las dudas te asaltan y la desesperación se asoma tímidamente. Pero, para evitar que mueras en el intento o desistas antes de tiempo, se inventaron los manuales de instrucciones, esas biblias de los pasos a seguir.

Con el manual al lado, vuelve la confianza y empiezas a creer que sí, que todo puede ser... sólo es cuestión de constancia y de seguir las instrucciones tal y como te indican.

Y como del dicho al hecho hay un trecho, desde CREAMA te ofrecemos la oportunidad de que esas ideas y objetivos dejen de ser algo etéreo y se materialicen, intentando ayudarte a dar forma y cuerpo a esos proyectos e iniciativas para que no se las lleve el viento.

DESDE CREAMA SE OFRECE LA OPORTUNIDAD DE QUE ESAS IDEAS Y OBJETIVOS DEJEN DE SER ALGO ETÉREO Y SE MATERIALICEN.



Hace 16 años, en 1994, el mundo empresarial había crecido, y se había complicado burocráticamente, las estanterías tenían ya varios estantes y cada vez más tuercas, y los pasos a seguir se habían multiplicado. Es en este contexto, y en ese año en concreto, cuando se crea el Consorcio para la Recuperación Económica y de la Actividad de la Marina Alta (CREAMA). Siendo la agencia de Crema Denia una de las pioneras.

Echando una mirada a la sociedad, nos dimos cuenta de que existían personas con necesidades y demandas muy diferentes que buscaban respuestas afines a sus preguntas. Por este motivo se crearon distintas áreas de atención y trabajo. De este modo, ya seas desempleado, empresario consolidado, o joven emprendedor, padeces alguna discapacidad y/o perteneces al grupo con más dificultades de inserción en el mundo laboral, puedes encontrar en nuestra agencia el servicio más adecuado para ti.

PORQUE SÍ, DEL DICHO AL HECHO HAY UN TRECHO, ESO ES INDUDABLE, PERO CREAMA TE AYUDA A QUE EL CAMINO SEA MÁS CORTO Y SIN RODEOS.



¡CAUTION!

Por motivos de seguridad y éxito, una idea con oportunidad de negocio es sólo el comienzo de la aventura empresarial.

1. Observa la realidad económica.
2. Visualiza la idea.
3. Acude a Crema y ponte en manos de expertos.
4. Sigue los pasos que ellos te indiquen.

5. No te rindas, ponle ganas e ilusión.
6. Observa cómo tu proyecto toma forma.
7. Disfruta de tus éxitos.

ASOCIACIONES

UNA DE LAS PRINCIPALES CARTAS QUE DEBE JUGAR EL COMERCIO ES SER FUENTE INAGOTABLE DE PROPUESTAS DE MEJORA Y DINAMIZACIÓN SOCIAL, Y NADIE MEJOR QUE LOS COMERCIANTES Y EMPRESARIOS QUE EN SU DÍA DECIDIERON TOMAR LAS RIENDAS DE SUS NEGOCIOS PARA APORTAR IDEAS Y PROYECTOS QUE AYUDEN A MEJORAR NUESTRO MUNICIPIO.



Associació de Venedors del Mercat de Dénia

El 28 de Agosto de 1988 se crea la Asociación de Comerciantes del Mercado de Dénia, ante la necesidad de crear un ambiente agradable y atractivo para los clientes, además de convertirse en un organismo capaz de defender los intereses de todos y hacer frente a las demandas de los comerciantes del mercado de Dénia.

Hoy por hoy, cuenta con un total de 35 asociados, comercios de todo tipo que se encuentran en el espacio delimitado del mercado.

Entre los actuales proyectos de la asociación se encuentran:

- Colaboración con el Ayuntamiento para la mejora y acondicionamiento del mercado.
- Promocionar el mercado con sorteos y premios para los clientes.
- Fidelización de clientes.
- Creación de un parking.
- Aumento de la competitividad.



Contacto: Mercado de Dénia.
C/ Magallanes 5
03700. Dénia (Alicante)
TEL: 96 643 17 68
www.mercatdedenia.es



Associació de Comerciants del Centre Historic-Carrer Loreto

La Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de Dénia surge hace 7 años (2003-2004) con el objetivo principal de dinamizar el casco antiguo. Buscan, ante todo, que el lugar adquiera la calidad de centro histórico que Dénia se merece, favoreciendo que los comercios del lugar se revitalicen y atraigan a los clientes.

Actualmente cuenta con cerca de 50 asociados, tanto comerciantes como empresarios. A pesar de que los mas numerosos son los restaurantes, también hay farmacias y varios despachos.

Además de defender los intereses de los asociados, desde la asociación se mandan emails a los miembros mediante los cuales se les informa sobre subvenciones, cursos de formación, etc ... Siempre pensando en su crecimiento y fortalecimiento comercial.



Contacto:
C/ Loreto, 10-12 (Hostal Loreto)
03700. Dénia. (Alicante)
Tfno: 660 70 58 08

"LO QUE NOS DIFERENCIA DE LAS OTRAS ASOCIACIONES ES EL ENTORNO. UN ENTORNO CON GRAN ARRAIGO HISTÓRICO-CULTURAL Y SUS EDIFICIOS EMBLEMÁTICOS" Dani Costa. Presidente Asociación



Asociación de Comerciantes y Empresarios de Dénia

La ACE surge en 1987 con el propósito de apoyar y defender a cualquiera de las pequeñas y micro empresas de Dénia, sea cual sea su actividad.

Los asociados son, sobre todo, comercios pero también agencias de viaje, restaurantes y despachos.

La representatividad del colectivo es fundamental a la hora de analizar las situaciones de crisis, aquellos motivos que la provocan y, en torno a las mismas, diseñar planes de actuación empresarial, a largo y mediano plazo, para paliar dificultades.

Funciones:

- Asistencia técnica
- Detecta necesidades mediante estudios
- Analiza la situación del mercado
- Formación profesional
- Asesoría
- Ayuda económica



Contacto:
Ramón y Cajal, 12
03700 · Dénia
Tel. 96 578 88 77

"DE TODAS LAS CRISIS HAY QUE APRENDER Y SACAR FORTALEZA. CONSOLIDAR EL NEGOCIO. HACE FALTA UN MENSAJE CONTUNDENTE Y POSITIVO QUE SAQUE A LAS PERSONAS DE LA PSICÓSIS QUE HA CAUSADO LA CRISIS" Pedro Reig. Presidente Asociación



Asociación de Dénia a Cel Obert

Surge en el año 2007, con el objetivo general de defender a las PYMES de Dénia, en concreto para hacer frente a la amenaza que suponía la inauguración del centro comercial y a la merma del consumo provocada por la crisis.

Haciendo apología a su nombre, pretende semejarse a un centro comercial, pero al aire libre, donde los locales se encuentran repartidos por el espacio urbano.

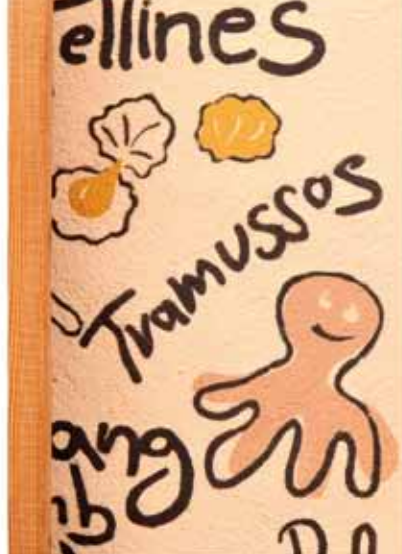
En la actualidad cuenta con 70 asociados, pertenecientes a diferentes sectores empresariales.

Los objetivos de la asociación hoy en día, van más allá de la transacción comercial. Pretenden implicarse, también, con el aspecto social y cultural de la sociedad en general. Para ello hacen uso de ciertas actividades como campañas medioambientales o de integración, que infundan valores cívicos y éticos en los ciudadanos.



Contacto:
C/ Pare pere 17
03700. Dénia. (Alicante)
Tfno: 96 642 73 92
www.ancelobert.es

"CREO QUE TENEMOS QUE SER ESPERANZADOS. EN DÉNIA HAY UNA GRAN OFERTA COMERCIAL Y MUY CUALIFICADA. AUNQUE SIEMPRE SE PUEDE MEJORAR Y PARA ESO ES IMPORTANTE TENER CLAROS LOS OBJETIVOS" Marco Miquel. Presidente Asociación



EN DÉNIA
comercios
para
disfrutarlos



MARCA



LA GUÍA DE COMERCIO DE DÉNIA

¿POR QUÉ NOS ATRAE MÁS UNA CIUDAD QUE OTRA? ¿CÓMO SE VENDEN LAS CIUDADES?

CADA CIUDAD ES UN MUNDO, UN COLLAGE DE CARACTERÍSTICAS DIFERENTES Y ÚNICAS PARA FAVORECER EL BUEN DESARROLLO DE LAS URBES. PARA LOGRAR MEJORAR DÍA A DÍA ES IMPORTANTE PROGRESAR EN SUS SEÑAS DE IDENTIDAD, REALZAR LAS FORTALEZAS Y CONTROLAR LAS DEBILIDADES. ES NECESARIO, POR TANTO, CREAR UNA MARCA QUE LA DIFERENCIE DEL RESTO Y LA PROMOCIONE FRENTE A OTRAS CIUDADES PRÓXIMAS O SIMILARES.

El Ayuntamiento de Dénia es consciente de que el sector comercial de una ciudad constituye un elemento de cohesión, generador de espacios urbanos atractivos y de convivencia. Los centros históricos urbanos están íntimamente vinculados al comercio, y su potenciación es un factor estratégico clave para la generación no sólo de actividad económica y por lo tanto de riqueza, sino también de espacios urbanos habitados y habitables. El comercio es un valor fundamental en la oferta global de un municipio y su puesta en valor en el reto de esta Concejalía.

Dénia es una ciudad con una importante oferta comercial (alrededor de 800 comercios) y ha sido tradicionalmente un referente comercial en la Marina Alta capaz de atraer consumidores de otros municipios. Con todo, Dénia no ha contado nunca con una línea de comunicación comercial continuada que fomenta su posicionamiento en este sentido.



* Plan de Acción Comercial de la ciudad, que incluye la creación de la marca Dénia Shopping.



* Guía de Comercio de Dénia

El Plan de Acción Comercial, realizado por la Oficina Pateco y subvencionado por la Consellería de Industria, Comercio e Innovación, ha establecido las bases estratégicas sobre las que esta Concejalía está definiendo sus actuaciones.

Pretendemos que la marca comercial, Dénia de compres/Dénia shopping, sea la base para difundir la imagen de la oferta comercial de Dénia en base a valores de calidad, variedad y modernidad, y a los atributos asociados a la ciudad: ciudad cosmopolita y encantadora. Y sobre esta base se desarrolló la Guía del Comercio de Dénia, una herramienta que pretende dar a conocer la amplitud de la oferta comercial del casco urbano de Dénia tanto a los residentes de Dénia y su entorno, como a los turistas.

El sector comercial está en un proceso de cambio permanente por lo que la Guía debe ser continuamente actualizada. Esta es la razón por la que se ha optado por un formato sencillo, de bajo coste, y muy práctico por sus reducidas dimensiones.

Al formato en papel se añade también una web www.deniashopping.denia.es en el que también se podrá acceder al directorio comercial, en el que se podrá ampliar la información ofrecida y podrá también ser actualizada de manera continuada.



La Guía, de la que se editaron 10.000 ejemplares, se repartió por los puntos de información de turismo del Ayuntamiento, en puntos oficiales de distribución municipal y en hoteles, restaurantes y comercios.

La campaña se completó con cartelería instalada en mupis del casco urbano y paradas de autobuses de Las Rotas y Las Marinas.

BREVE ENTREVISTA AL CONCEJAL DE COMERCIO DE DÉNIA

¿Quién crea la marca "Dénia Shopping"?

A través del Plan de Acción Comercial se solicitaron las ayudas a la Consellería de Comercio. Después se adjudicó a la empresa *Conversa* la creación de la marca.

¿Cuáles son los objetivos?

La Concejalía de Comercio, basándose en las propuestas derivadas del PAC. Se planteó reforzar la imagen del municipio como ciudad comercial y de servicios en su área de influencia mediante el desarrollo de una marca comercial.

Los objetivos que se persiguen con esta actuación son poner en valor la oferta comercial de Dénia, difundiendo la idea de una oferta comercial especial y diferenciada. Dotar a Dénia de un logotipo que la identifique como ciudad comercial y que la posicione como destino de compras.

En resumen, se pretende definir una ciudad comercial y que se convierta no sólo para los que viven en Dénia sino también a los que nos visitan, de que hay una ciudad a la que ir a comprar. Y a partir de ahí que conozcan la marca que convierte a Dénia en un destino comercial.

Para la transmisión de ésta actuación se evidenciaron una serie de conclusiones en cuanto a valores de marca percibidos, el cómo nos ven, y que se transmite en el diseño:

- Capitalidad comarcal y centro tradicional de compras.
- Oferta comercial moderna, atractiva, variada y de calidad.
- Ciudad encantadora con recursos naturales y patrimoniales.
- Ciudad abierta y cosmopolita.

"La marca *Dénia de Compres / Dénia Shopping* representa todos los valores que se asocian a Dénia como referente turístico: EL CLIMA, EL PAISAJE Y LA VARIEDAD Y CALIDAD DE SU OFERTA COMERCIAL Y DE SERVICIOS.

Y la tipografía de la marca se ha creado en exclusiva, como Dénia, no hay otra igual. "

VICENTE CHELET
Concejal de Comercio de Dénia



* <http://www.deniashopping.denia.es/>

CREANDO UNA VISIÓN DE FUTURO

SI DÉNIA YA SE CONSOLIDÓ COMO DESTINO TURÍSTICO, DEBE HACERLO COMO DESTINO COMERCIAL Y LIDERAR EL SECTOR EN LA COMARCA.

El entorno de la ciudad de Dénia permite la identificación de oportunidades y amenazas comerciales que pueden incidir en la ciudad siendo fundamental la creación de una MARCA. Un paso crucial para reconocer la fortaleza que se le puede reconocer a Dénia frente a otras ciudades.

La gestión de esta marca comercial es una estrategia que implica tener una visión de futuro sobre la misma y tomar unas decisiones a corto y medio plazo para evitar las amenazas que se concreten y, por otra parte, conseguir que las oportunidades que se nos presentan se aprovechen de forma beneficiosa, sobre todo en este ámbito comercial.

Esta visión de cara al futuro, implica un proceso de cuestionamiento y renovación constante del funcionamiento de la ciudad, por parte de los ciudadanos y de los agentes que la gestionan. Este plan tiene que favorecer soluciones innovadoras, tensiones creativas y nuevas formas de pensamiento.

Es un proyecto urbano global que tiene en cuenta los aspectos económicos, sociales y territoriales, UN PROCESO CONTINUO DE REFLEXIÓN SOBRE LA CIUDAD, CÓMO ES Y CÓMO DESEAN QUE SEA EN EL FUTURO.

Dénia shopping

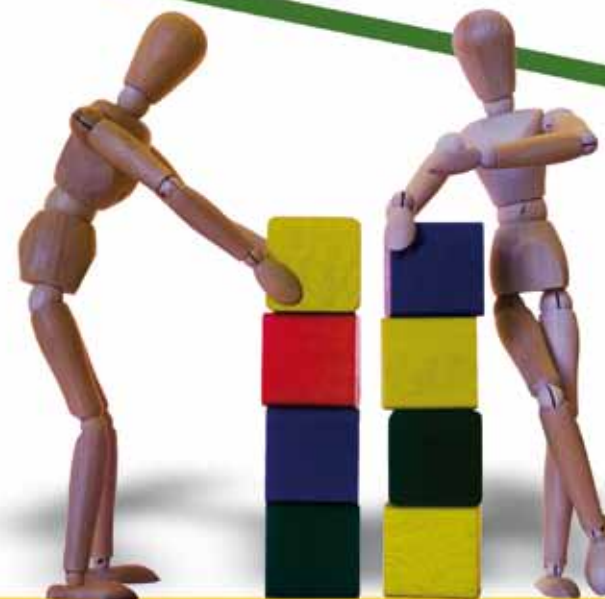
me gusta ir de compras

Logos at the bottom: Ajuntament de Dénia, crema+ DÈNIA, Conselleria de Promoció Turística, afic, Dénia, Mercat de Dénia, A.CEL OBERT, C.I.H.

Emprenent Junts 10

ENCUENTRO DE EMPRENDEDORES

Hotel Les Rotes
Dénia Noviembre de 2010



Organiza: **creama+**
DÈNIA

**TREBALLEM
JUNTS**
PER LA COMARCA

Colabora:


AJUNTAMENT DE DÉNIA
Regidoria de Comerç

Durante el mes de noviembre se va a celebrar en el Hotel Les Rotes de Dénia la cuarta edición de la Jornada Emprenent Junts organizada por Crema-Dénia con la colaboración del Ayuntamiento de Dénia.

Un evento que nace como un "Encuentro de emprendedores para emprendedores" con la pretensión de buscar un espacio en el que compartir experiencias e inquietudes mediante la presentación de empresas locales de nueva creación y aprender de ponentes expertos que expondrán temas de interés tanto para el inicio como para la expansión de la actividad empresarial.

Una jornada motivacional en la que desde una perspectiva realista y alentadora se perciban las iniciativas empresariales como alternativas para el crecimiento económico y la consecución de retos para el desarrollo profesional y personal, fomentando el espíritu emprendedor en la comarca.

Al finalizar el acto se hará un reconocimiento público haciendo entrega de un ordenador portátil a la empresa ganadora de la Mención especial "Emprendedurismo CREAMA'10 de entre aquellas empresas de la comarca que se hubieran presentado como candidatas.

En la edición de 2009, el galardón fue otorgado a Marcos Arlandis, representante de la empresa Bb Serveis cuyo proyecto se centra en el campo de los servicios de limpieza, de ayuda a domicilio, talleres formativos y formación no reglada. En este caso el jurado valoró la faceta de responsabilidad social de Bb Serveis y el hecho de estar acreditada por la Conselleria de Bienestar Social para la prestación de servicios de atención domiciliaria en la Ley de Dependencia.

ADRIÁN VERDÚ

HELADERIAS VERDÚ, LA SAGA CONTINUA



"CUANDO EMPEZAMOS ALVARO Y YO, LA EMPRESA CONTABA CON 2 HELADERÍAS, AHORA TENEMOS 5 Y UNA FÁBRICA CON LA QUE YA ESTAMOS VENDIENDO POR TODA ESPAÑA. Y TAMBIÉN, DE UNA PLANTILLA DE 14 PERSONAS HEMOS PASADO A 35 QUE TENEMOS AHORA MISMO"



La heladería fue como su segundo hogar y el helado como un padre, porque como ellos mismos dicen, siempre estuvo, tanto en verano como en invierno. Adrián y Álvaro vinieron al mundo con una barra de helado de turrón bajo el brazo. Siempre mamaron del negocio familiar y tuvieron los mejores maestros : José Adrián Verdú, su padre, y Fina Palú, su madre. Fueron ellos quienes les llevaron de la mano en todo momento y les enseñaron los secretos del helado y del manejo empresarial.

Siendo sólo unos niños ya ayudaban a sus padres en la heladería y desde ese momento descubrieron que querían dedicarse a este mundo. Cuando Adrián tenía 24 años, y Alvaro 21, su padre falleció y los dos hermanos, junto con el apoyo de su madre, asumieron el timón del barco, logrando echar ancla y abrir nuevos horizontes. La empresa es la misma, pero ha crecido y ha mejorado, adaptándose a los nuevos cambios socioeconómicos.

Adrián se convierte así, en un ejemplo vivo de lo que supone ser un joven emprendedor.

A base de mucha dedicación y esfuerzo, y con ganas de comerse el mundo, ha logrado alzar el relevo todavía más alto.

"NO QUERÍAMOS QUE PARECIERA QUE LO TENÍAMOS MUY FÁCIL. QUERÍAMOS DEMOSTRARNOS QUE PODÍAMOS HACER MÁS Y POR NOSOTROS MISMOS. NOS APETECIÓ AVENTURARNOS, ARRIESGARNOS. TENÍAMOS GANAS DE HACER COSAS."



SUBIDOS EN LA MONTAÑA RUSA.

Fuiste un aprendiz toda tu infancia y adolescencia, las responsabilidades crecen y el aprendizaje continua. Ahora tu hermano y tu dirigís la empresa. Empieza un nuevo ciclo en vuestras vidas y estáis al mando del timón de un gran barco.
-¿Qué nuevas cosas tuviste que aprender?

Uff .Pues cuando pasamos a encargarnos del negocio tuvimos que empezar a tomar las decisiones nosotros. Ya no estaba mi padre para respaldarnos , ahora todo el peso lo tenemos mi hermano Álvaro y yo , y claro eso es mucha responsabilidad. Tenemos que pensar muy bien las cosas para tomar las decisiones correctas y tratar de no equivocarnos y eso es difícil , pero bueno, hay que hacerlo y hacerlo bien. Y poco a poco vamos aprendiendo.

-Y en el plano emocional. ¿ Qué supuso para ti, para vosotros, pasar a manejar tanta responsabilidad de un día para el otro ?

Pues es una sensación de inseguridad total , pero había que seguir adelante. Sí, fue y es difícil porque todo recae sobre nosotros: la estabilidad económica , la calidad del producto..... Todo fue muy de repente.

-Pero me imagino que darse cuenta de que se puede y que seguís adelante también debe ser satisfactorio , ¿no?.

Bueno, yo creo que satisfactorio será dentro de unos años. Ahora llevamos 3 y bien, va bien , pero más adelante será mejor. Sólo hay que poner dedicación y tirar para adelante.

-Tú sabes que a la gente le encanta hacer juicios.. es probable que más de uno piense que ha sido fácil para vosotros, como dado por hecho.

Bueno, a ver, cuando faltó mi padre teníamos 2 heladerías, ahora tenemos 5 y una fábrica ; una fábrica con la que ya estamos vendiendo por toda España. Y también, de una plantilla de 14 personas hemos pasado a una de 35 que tenemos ahora mismo. Con eso creo que te contesto.



"AHORA TODO EL PESO LO TENEMOS MI HERMANO ÁLVARO Y YO , Y CLARO ESO ES MUCHA RESPONSABILIDAD. TENEMOS QUE PENSAR MUY BIEN LAS COSAS PARA TOMAR LAS DECISIONES CORRECTAS."



“ESTOS 4 AÑOS HAN SIDO MUY DIFÍCILES NO PENSABA QUE FUERA A SER TAN DURO. HA HABIDO MUCHAS TRABAS, MUCHO ENGAÑOS”

HOY Y MAÑANA

El trabajo está iniciado, estás más asentado, más seguro y creciendo
Eres un joven empresario y tu negocio ya tiene una nueva forma.

-Me has dicho que ahora tenéis 5 heladerías. Qué supone llevar varios locales a la vez?

Hombre la verdad es que es complicado, requiere mucho tiempo y dedicación, pero las abrimos porque nuestra idea era que el producto pudiera llegar a todo el mundo. Además queríamos estar en los mejores puntos de Dénia.

-Me imagino que un aspecto importante para mantenerse en el mercado, es tener buen ojo para ver cuándo y dónde abrir un nuevo local...

Sí , sí. Eso es importante, pero a la vez es arriesgado porque, además, ahora no hay apoyo de los bancos , así que todo depende de uno .Y claro la inseguridad siempre está, pero hay que arriesgarse.

-Llevas un gran negocio con gran responsabilidad y con muchas personas trabajando por ello. ¿Eres capaz de desconectar o siempre estás pensando cómo mejorar, buscar ideas nuevas?

Correcto sí. Imposible desconectar. Y aparte, si te relajas te quedas atrás.

-O sea, que aunque a veces hay que delegar , ¿tu crees que si el dueño de una empresa quiere que funcione bien tiene que estar encima?

Si , si, siempre, siempre.

- Y en lo que respecta al manejo de la gente. ¿ Cómo crees que tiene que ser un buen jefe?

Cercano. Que la gente se atreva a hablar con él. Y bueno, tiene que respetar al otro. Tiene que ser muy psicólogo, tratar de escuchar. Vamos, que debe saber ponerse en el lugar del otro y ser cercano , escuchar ... pero siempre teniendo claro que él es el que manda, aunque los demás puedan opinar y aconsejarle.

-¿Cuándo y porqué decides abrir más heladerías?

Cuando cogimos la empresa, yo tenía 24 y mi hermano Álvaro 21 años, nos miramos y pensamos “40 años así. . . .?” (gesticula debido al escalofrío de su propia cuestión). Nos inquietaba continuar y hacerlo más grande, eramos muy jóvenes y con ganas y sentíamos que no queríamos que pareciera que lo teníamos muy fácil. Queríamos demostrarnos que podíamos hacer más y por nosotros mismos. Nos apeteció aventurarnos, arriesgarnos. Teníamos ganas de hacer cosas.

- La competencia surge. . . . ¿Cómo lo afrontas?

Sí , la competencia crece , pero a nosotros no nos preocupa mucho , porque creo que tenemos unas ventajas frente a ellos y eso lo sabemos y nos da tranquilidad. Nosotros contamos con un nombre y una tradición heladera y nuestros helados son todos artesanos , sin conservantes y elaborados con productos de la Comunidad Valenciana . Lo único que compramos hecho es el cucurucho, aunque también es artesanal, lo demás es todo elaboración propia. Es, para todo, una dedicación absoluta, como un hijo al que hay que cuidar.

PASADO-PRESENTE-FUTURO

Te propongo un viaje en el tiempo, usaremos el Delórean de “Regreso al Futuro” ¿recuerdas?

Bueno, cogemos el Deloréan, ¿vale?. ¿Te metes en situación? Pues entra y vámonos al pasado , a tu pasado.

-Comparándote con el Adrián del pasado... ¿Cómo te ves ahora?

Me veo bastante más seguro , no seguro del todo ,pero más seguro. Decisivo, y bastante mas maduro , porque con todo esto tienes que madurar. No hay otra.

-¿Sientes que has sido fiel a tus objetivos planteados entonces?

Si! (Contesta rotundamente y muy satisfecho) .Yo me muevo por objetivos; unos objetivos que hasta ahora he ido logrando. Me fijo metas dentro de mis posibilidades, es decir, que yo vea que pueda lograr. Y poco a poco, objetivo a objetivo, vamos subiendo y logrando metas más grandes cada vez.

-Ha sido duro lograrlo?

La verdad es que sí. Estos 4 años han sido muy difíciles. Sinceramente yo no pensaba que fuera a ser tan duro. Ha habido muchas trabas, mucho engaños. No sé si por ser joven, pero entre Álvaro, mi madre Fina, mi mujer Marta y yo lo hemos sacado adelante.

-Ahora que ya tienes más experiencia y has podido aprender de tus errores... ¿Qué es lo que más has aprendido en estos años?

Hay alguna personas en la que he confiado demasiado. A lo mejor por falta de experiencia he sido muy confiado. Ahora ya sé un poco más seleccionar a la gente que quiero a mi alrededor para que me asesore y demás. Sí, creo que tengo mejor ojo para calar a la gente.

Subamos de nuevo al Delórean y volamos al presente. . . .

-¿Disfrutas con tu trabajo?

Sí , sí . Disfruto mucho . Sobre todo cuando una persona viene y me dice: Vendes la mejor horchata del mundo, el mejor turrón, o me dice que tengo el negocio limpio... esas cosas te dan mucha satisfacción.

-¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo.

La satisfacción del cliente , disfruto mucho con eso.

-Y lo que menos?

El tener que llevarme el trabajo a casa, eso a veces es un poco pesado. Pero bueno, es lo que hay.

Ahora rumbo al futuro...

-¿Qué planes tienes para más adelante?

Nuestra idea es dar a conocer, mediante la fábrica, una marca nueva y una vez conocida y establecida montar franquicias. Nosotros tendríamos los locales aquí, en Dénia y fuera estarían las franquicias.

-¿Te sientes optimista cara al futuro, a pesar de los cambios económicos y la crisis?

Si, yo soy optimista, la empresa va a seguir. No es como otros años , pero nos mantenemos y nos adaptamos a la situación del mercado y de la sociedad manteniendo precios.

-¿Heladerías Verdú Seguirá siendo un negocio de familia?

Claro ¿Por qué no? Mi hermano y yo aún somos jóvenes y cuesta de imaginar, pero sí, claro, me gustaría que continuara la tradición familiar.

SOY OPTIMISTA ,
LA EMPRESA VA A SEGUIR.



PEPE CABRERA

VIVIR EN UNA ESPIRAL



"LO ÚNICO QUE VERDADERAMENTE EXISTE Y PERMANECE ESTABLE ES LA FAMILIA. QUITANDO DE ESO, PARA TODO LO DEMÁS TIENES QUE ESTAR EN CONTINUO CAMBIO, RENOVACIÓN Y DEDICACIÓN POR COMPLETO."

Aunque Pepe Cabrera inició su andadura profesional en el mundo de la moda su pasión por la arquitectura, el interiorismo y el arte, junto con el apoyo incondicional de Ana Gil, su mujer, le llevaron a dar un gran paso hacia su autorrealización personal en Dénia una pequeña tienda de muebles de diseño que poco a poco fue transformando hasta crear uno de los equipos de interiorismo y arquitectura más prestigiosos del país.

En Dénia todos saben quién es Pepe Cabrera y ven en él a un empresario consolidado que ha sabido adaptarse a los tiempos y llegar muy alto haciendo lo que sabe y lo que le gusta. Aún así, él nunca se estanca, no concibe el inmovilismo, sigue soñando, fijándose nuevos retos y horizontes que alcanzar pues asegura que en el interiorismo, así como en el mundo empresarial y en la vida en general, hay que renovarse constantemente. Pensar que todo está hecho es, para este hombre, un gran error; su objetivo: continuar aprendiendo, creciendo y, sobre todo, disfrutando.

Me imagino que es importante para triunfar poder diferenciarse del resto, crearse una imagen distintiva cara a los clientes, un estilo propio, poder decir: esto soy yo, y esto es lo que te ofrezco. Tanto en el interiorismo, como en cualquier negocio, ¿no?

Sí. Yo creo que es muy importante, tanto a nivel humano, como profesional, que la persona tenga claro cómo es porque así será capaz de transmitirlo. Ana, mi mujer, y yo nunca entendimos nuestro negocio como una tienda de muebles al uso, y desde el principio nuestro objetivo era crear un equipo multidisciplinar con arquitectos, interioristas...

-Una vez te abres camino y te haces un hueco en el mundo del interiorismo tienes que asentarte y mantenerte a flote. Me imagino que es difícil empezar un negocio, pero también debe serlo lograr que se mantenga, ¿no?

Sí, pero también lo es pensar qué es lo que quieres. Es tanto o más difícil empezar a producir el cambio, crearlo, hacerlo y mantenerlo. El gran fallo está en pensar que ya está todo hecho, porque yo creo que siempre tienes que estar en continua renovación. Lo único que verdaderamente existe y permanece estable es la familia, quitando eso, todo lo demás tiene que estar en continua renovación y exige una dedicación completa.

-¿Qué retos has de hacer frente día a día para mantener tu empresa e incluso verla crecer?

¡Muchos! ; ¡Muchos!, (se muestra muy efusivo, y eleva la voz) pero los retos nunca deben de ser un obstáculo sino un estímulo para continuar aprendiendo y creciendo. Cuando te equivocas es un momento difícil y cuando el problema te viene de fuera también, pero, bueno, hay que superarlo y pensar de qué forma puedes seguir adelante, cambiando constantemente.

-¿Dirías que es importante para poder permanecer en el mercado, ir adaptándose a los cambios socioeconómicos que se van produciendo?

¡Totalmente!, (de nuevo saca su efusividad y entusiasmo) y está claro que las crisis producen cambios por lo que los tienes que ver como una oportunidad, ¿no?

-¿O sea que ves que la crisis puede servir para aprender y para renovarse?

Claro. Actualmente vivimos una crisis profunda pero históricamente estas recesiones tienen un aspecto positivo, ya que provocan una selección y solo sobreviven las mejores empresas que, afortunadamente, en nuestro país son muchas.

AL LLEGAR A SU DESPACHO, UNA SILLA ESTÁ EN EL CENTRO DE LA HABITACIÓN Y LA OTRA TIENE EL RESPALDO PERPENDICULAR A LA MESA. PARECE QUE ESTÁ CASTIGADA DE CARA A LA PARED. ESTA COMPOSICIÓN ESPACIAL NO ES CASUALIDAD. LO HACE, DICE, TOTALMENTE CONSCIENTE, Y PORQUE LE GUSTA SER DIFERENTE. LO TIENE CLARO. ES INNOVADOR Y PROVOCADOR, Y SE ABURRE HACIENDO SIEMPRE LO MISMO.



* Imágenes cedidas por Pepe Cabrera

HABLAR CON PEPE CABRERA ES COMO TOMAR UNA GRAN BOCANADA DE AIRE FRESCO. EMANA VITALIDAD Y PASIÓN POR CADA PORO DE SU PIEL. ENERGÍA 100%.

-Entonces, es importante conocer cómo cambian los hábitos de consumo , la sociedad...

¿Cómo haces para conocer esas transformaciones?

Lo más importante es observar y estar dispuesto a aprender algo nuevo todos los días. Vivimos en una sociedad que nos proporciona constantemente una cantidad extraordinaria de información, pero nos hace vivir a un ritmo tan vertiginoso que, en muchas ocasiones, miramos pero no vemos.

En definitiva hay que estar siempre atento, cuando viajas, cuando lees, cuando comes...

-¿O sea, que tu trabajas hasta cuando estás de vacaciones?

Totalmente, el trabajo me hace sentirme vivo porque cada día me levanto sin saber que sorpresas me pueden aguardar. Me apasiona este mundo con lo que considero que más que trabajar disfruto.



-¿Cómo empresario reconocido, y dueño de un negocio que funciona bien, que le dirías, a modo de consejo a una persona que ve cómo su negocio no va bien e incluso siente que está en la cuerda floja y se tambalea?

Es que yo creo que nunca hay que estancarse y pensar que tu empresa funciona: ésta, sea grande o pequeña, siempre tiene que estar en constante renovación. Vivimos un momento complicado y opino que, aunque parece sencillo dar consejos cuando las cosas te van bien, hay que tener la capacidad de reinventarse si es necesario.

-Entonces, ¿Para ti el mundo empresarial es algo que está vivo?

¡Totalmente! , itotalmente!, muy vivo y en constante crecimiento

-Intentando hablar con imágenes, ¿qué dirías que es el mundo de la empresa?

Una olla en ebullición constante. Buscando una analogía con el mundo de la cocina, debes abastecerte de los mejores ingredientes y, una vez conseguido eso, tratarlos con sumo cuidado para obtener un resultado óptimo.



-Cuáles son los aspectos más importantes que has aprendido a lo largo de estos años, en lo que respecta al buen funcionamiento empresarial?

Que hay que estar muy pendiente de lo que hacen los demás. Yo siempre les digo a mis hijos que cuando vayan a una obra les pregunten a los obreros como están trabajando porque seguro que siempre aprenderán. Todos te enseñan algo, el cliente, el equipo, la persona que está tomando una cerveza a tu lado..., y bueno también es muy importante aprender de los errores; hay que saber transformarlos en beneficios.

-Crees que es importante el papel o la existencia de organismo como CREAMA, las Asociaciones de Comerciantes, y/o la Cámara de Comercio?

Sí, con toda la fuerza del mundo. Si en el momento en que yo empecé hubiese tenido un lugar donde ir a preguntar o a pedir consejo, me hubiera ayudado mucho. Creo que son organismos importantísimos que han nacido para solventar las necesidades que tenemos cada uno de nosotros y eso es un apoyo esencial, porque se trata de reunir al que sabe, al que llega y al que quiere ser y saber.

-Vamos ahora al plano más emocional. ¿Qué supone para ti ver que aquello pequeño con lo que empezaste se ha convertido en algo grande y que funciona? Te sientes satisfecho?

Yo siempre digo que soy una persona que he tenido mucha suerte en la vida, porque tengo lo que siempre he querido, lo primero: mi familia que es lo más importante, y encima estamos trabajando todos juntos casi sin pelearnos, ¿qué más puedo pedir? Desde el punto de vista profesional, me considero un arquitecto frustrado por lo que el hecho de que mis hijos Paula e Ignacio Cabrera Gil sean arquitectos y hayan creado su propia empresa, Alauna Arquitectos, formando parte de nuestro equipo de trabajo, me hace sentirme plenamente realizado.

Entonces bueno, respondiendo a tu pregunta de si me siento satisfecho, sí la satisfacción es total.

-Y Porqué en Dénia?

Dénia es un referente para nosotros; muchas veces nos han preguntado por qué no trasladamos nuestra actividad a una ciudad más grande, pero yo no concibo mi trabajo ni mi vida fuera de aquí. Mi mayor ilusión en estos momentos es que mis hijos, Paula y Nacho, estén llevando a cabo el proyecto de remodelación de la Plaza del ayuntamiento y su entorno; me satisface enormemente por ellos y por hacer algo importante en nuestra ciudad.

-Nunca pensaste en ampliar horizontes?

Sí, eso siempre te pasa por la mente e hice un intento en Valencia cuando abrí nuevas tiendas de ropa pero resultó ser un error. Pepe Cabrera es un equipo de profesionales que no solo comparten un espacio sino que trabajan conjuntamente, con permanentes reuniones en que comentamos los proyectos, aportamos ideas, conocemos novedades...; por ello, con esta filosofía de trabajo, lo ideal es concentrar nuestra actividad en una única sede.

-Para cerrar con una nota divertida. ¿Con qué mueble y estilo se siente más identificado Pepe Cabrera? Si fueras un mueble ¿Cuál serías? Y Por qué?

Yo soy un gran entusiasta de la sillas, ya lo ves en el logo de la tienda.¿porque una silla?, porque yo creo que desde el inicio de la civilización es el objeto en torno al cual ha organizado su existencia el ser humano; es tan sencillo de concebir como fácil de utilizar, un elemento clásico y permanente pero en constante evolución.

Adaptarse a los cambios, renovación constante, innovación, emoción, ilusión. Vivir en una espiral.

ADAPTARSE A LOS CAMBIOS, RENOVACIÓN
CONSTANTE, INNOVACIÓN, EMOCIÓN,
ILUSIÓN. VIVIR EN UNA ESPIRAL.



“Auxiliar de Peluquería y Estética”

Acción formativa básica de carácter teórico-práctico que capacita para el desempeño cualificado de una profesión, el acceso al empleo y/o la reincorporación al sistema educativo.

Dirigido a personas entre 16 y 21 años que, o bien corren el riesgo de abandonar la enseñanza reglada, o bien ya lo han hecho sin haber conseguido los objetivos de la E.S.O.

Nº de Plazas: 15 alumnos/as

Duración: 900 h, de lunes a viernes de 8:30 a 14 h del 2º de Septiembre al 15 de Junio.



INFORMACIÓN

Agencia Desarrollo Local CREAMA
C/ Nou d'Octubre s/n
03700 Dénia-Alicante

Tel: 96 642 37 04
902 111 999

www.creama.org

Financiado por:

creama⁺
DÉNIA



SEIS

CURSOS Y TALLERES CREAMA

CURSO JARDINERIA
TALLER DE FORMACIÓN DE INSERCIÓN LABORAL

creama⁺
DÉNIA

PERSONAS PARA LAS QUE SU DISCAPACIDAD NO ES UN OBSTÁCULO

DESTINADO A: PERSONAS QUE TENGAN RECONOCIDA
UNA DISCAPACIDAD DE AL MENOS UN 33%.

Duración: 400 horas (4 meses).

Horario: 8:30 a 14:00 horas de lunes a viernes.

Nº de Plazas: 8 alumnos/as

Módulos a Impartir:

I. FORMACIÓN ESPECÍFICA DE JARDINERIA (250h.)

1. Replanteo y reconstrucción en jardinería.
2. Preparación del suelo en jardinería.
3. Identificación de plantas ornamentales
4. Plantación y siembra.
5. Riego.
6. Abonación
7. Poda de árboles y arbustos ornamentales
8. Control fitosanitario.
9. Mantenimiento de céspedes.

II. PRACTICAS NO LABORALES EN EMPRESAS (100h.)

III. SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL (9h.)

IV. OTRAS ÁREAS COMPLEMENTARIAS (41h.).



Alfred. Monitor del taller de jardinería 2010.

“Estoy gratamente sorprendido con este curso, se responde bien, aprenden muy rápido y están muy comprometidos con el trabajo. En general estoy muy contento de trabajar con ellos. Todo lo que les digo lo hacen bien y con mucha ilusión.

Estas iniciativas me parecen muy importantes, porque la gente siempre tiene miedo de trabajar con según qué colectivos y el hecho de que exista este taller les facilita, a los alumnos, una primera toma de contacto con este trabajo y además permite que otra gente los vea trabajar. Yo creo que les da una gran posibilidad de darse a conocer y de encontrar trabajo.”





"El curso me parece muy bien , muy completo, donde utilizamos todas las maquinas . Tenemos un proyecto de un jardín con goteo y una gran variedad de plantas. Después tenemos una empresa donde haremos las prácticas. Y buena, estoy muy contento porque es como si estuviéramos trabajando en el campo y al aire libre."

Antonio



"El curso me parece muy interesante. Es bastante práctica y lo considero muy entretenido."

Jose Rodriguez



CREAMA pone
los medios
ELLOS, con sus
ganase ilusión
lo hacen posible.



"El curso, de momento estoy aprendiendo muchas cosas, y a parte de eso, hoy me siento mejor que hace mucho tiempo. Me encuentro con una sensación que antes no tenía, porque estoy aprendiendo muchas cosas y estoy contento."

José Iniesta



"Me gusta mucho este curso , aprendo mucho, me da sensaciones positivas, es muy placentero. Trabajo mucho las herramientas, es muy creativo y recreativo. También es fantástico con los compañeros, y los profesores son magníficos. En fin, es todo, 100% positiva."

Fabián



"Yo creo que les da una gran posibilidad de darse a conocer y de encontrar trabajo. Es muy necesario e importante"

Alfred Monitor del taller



"Me lo estoy pasando muy bien, estoy aprendiendo mucho. Estamos haciendo un jardincito, a ver cómo nos sale (se ríe) y bien, para hacer algo y si además sale trabajo pues estupendo"

Kika



"El curso lo veo bien. Es mi primer taller de jardinería y lo veo bien, para gente con minusvalía de cara a buscar trabajo. Es teórico y práctico y tenemos un profesor muy maja."

Javier



Información e inscripción
Agencia Desarrollo Local CREAMA
C/ Nou d'Octubre s/n
03700 Dénia-Alicante

Tel: 96 642 37 04
902 111 999

www.creama.org

JORNADAS: CHARLAS DE HOY

“EL PAPEL DE LA MUJER EMPRENDEDORA ANTE LA CRISIS”

Un enfoque emocional para sobrevolar las tormentas

21 de Octubre de 2010

LUGAR: Rte. Primera Línea, Dénia

La jornada está organizada por CREAMA y ACOM events y consiste en una conferencia-coloquio-tertulia, que tratará de aportar otra visión ante la crisis desde un punto de vista femenino y empresarial que en estos tiempos tan convulsos genera la economía. Además, desde una perspectiva realista y de ámbito comarcal, se invitará a las asistentes a tomar partido en la confección de un mapa de valores, tendencias y estilos de liderazgo que puedan ser útiles para Empresas y empresarias, trabajadoras y autónomas destinadas a mejorar la calidad social y financiera de la Marina Alta.

Buscando huir de los formatos más convencionales y expositivos, se ha pensado en una forma más fresca e innovadora. En este caso, se ha buscado que las asistentes se conviertan en protagonistas del evento.

PROGRAMA:

9:30 - 9:50 horas

Presentación y exposición del evento.

9:50 - 10:20 horas

-Desayuno Interactivo y Vitalizante.

10:20 - 10:35 horas

-Exposición de conclusiones.

10:35 - 11:05

-Segunda ronda de ideas y exposición de las mismas.

11:05 - 11:20 horas

-Resumen final, agradecimientos y clausura del evento.

Las asistentes y participantes del evento que formaran parte de debate-Coloquio son mujeres empresarias de la La Marina Alta Técnicas del Area de Empresa.

Aquellas mujeres empresarias interesadas en asistir pueden ponerse en contacto con cualquiera de las agencias de CREAMA.

Agencia Desarrollo Local CREAMA
C/ Nou d'Octubre s/n
03700 Dénia-Alicante
Telf: 96 642 37 04
902 111 999
www.creama.org

creama⁺
DÉNIA

SIETE

PSICOLOGIA EMPRESARIAL

EL LIDER Y EL HALCÓN

LOS OJOS QUE TODO LO VEN

¿SOY UN BUEN JEFE?¿CÓMO PUEDO CONSEGUIR QUE MIS TRABAJADORES VEAN EN MI A UN BUEN LÍDER? ¿PORQUÉ NO CONSIGO QUE MIS EMPLEADOS ME HAGAN CASO? ¿QUÉ ESTILO DE LIDERAZGO GENERA MÁS PRODUCTIVIDAD? ¿QUÉ ASPECTOS DEBO TENER EN CUENTA PARA PODER LIDERAR A MI EQUIPO?

Estar al mando de una empresa no es tarea fácil, son muchos los factores que hay que tener en cuenta y muchas las personas que hay que coordinar. El buen líder debería parecerse a un halcón.

Ave rapaz que simboliza “el que todo lo ve”.

Sobrevuela a elevadísimas alturas y es capaz de detectar a sus presas, aunque estas estén escondidas. Dependiendo de la especie, tiene una visión entre 2 y 4 veces superior a la de los seres humanos. Es un ave segura, decidida, y que se halla en la cumbre de la pirámide de la cadena alimenticia. No encuentra depredadores que puedan con él.

Esto es por que vive en las alturas y se escapa fácilmente, pero también se debe a su velocidad y asertividad. Donde pone el ojo, pone la garra. Además, cuando caza examina todas las variables determinantes, y en función de éstas programa su ataque. En definitiva, se adapta a cada situación.

¿Quién puede ser líder?

Un líder es aquella persona que logra influir en un grupo sin tener que recurrir a la fuerza, de tal manera que los seguidores tiene la opción de elegir si quieren o no seguirlo. Sólo lo harán si realmente desean hacerlo.

Un claro ejemplo de liderazgo puede verse en los íconos musicales. Los fans los siguen en sus giras, se visten como ellos, a veces, incluso dicen lo mismo que ellos. Se sienten atraídos e identificados, y ven en sus ídolos ciertas cualidades que les agradan. Se crea un vínculo fuerte que lleva a los fans o seguidores a comportarse y actuar de una forma determinada.

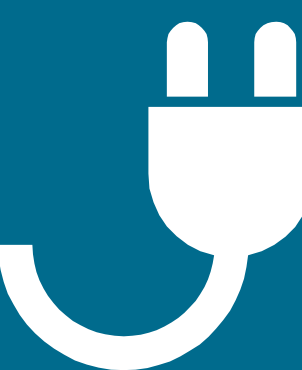
En el ámbito empresarial, generalmente, el líder se apoya en el poder de influencia que detenta para dirigir los esfuerzos de una serie de individuos hacia el logro de algún objetivo.

NO TODOS LOS LÍDERES SON JEFES, NI TODOS LOS JEFES SON LÍDERES.

Normalmente se tiende a pensar que el jefe es el líder, pero muchas veces, ésto no ocurre. Una persona puede estar al mando de una empresa, pero eso no la convierte en líder. Y a la inversa, a veces sucede que algún empleado o subordinado logra movilizar al resto de la plantilla o a un grupo de ésta en dirección a la consecución de los objetivos o metas.

La diferencia básica entre el jefe y el líder está en que el primero puede lograr que los demás realicen sus tareas por obediencia, dinero, miedo a perder el trabajo, etc, mientras que el líder consigue que sus seguidores lo hagan porque lo desean. Sin sentirse obligados a hacerlo.





ELECTRICISTA DE EDIFICIOS

TALLER DE FORMACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN

ES: UNA ACCIÓN FORMATIVA BÁSICA DE CARÁCTER TEÓRICO-PRACTICO QUE CAPACITA PARA EL DESEMPEÑO CUALIFICADO DE UNA PROFESIÓN, EL ACCESO AL EMPLEO Y/O LA REINCORPORACIÓN AL SISTEMA EDUCATIVO.

Está dirigido: A personas desempleadas, inscritas en el SERVEF a entre 16 y 25 años con permiso de residencia y de trabajo y que o bien corren el riesgo de abandonar la enseñanza reglada, o bien ya lo han hecho sin haber conseguido los objetivos de la ESO.

Objetivos del curso: Iniciar al alumando en el aprendizaje del oficio de ELECTRICISTA DE EDIFICIOS y a la vez mejorar su formación básica.

Módulos a impartir:

MODULOS ESPECÍFICOS:

- 1.- Líneas eléctricas de baja tensión en edificios y equipos urbanos.
- 2.- Puestas a tierra en edificios y equipamientos urbanos.
- 3.- Cuadros eléctricos, Automatismos y máquinas eléctricas en edificios.
- 4.- Instalaciones de energía solar fotovoltaica
- 5.- Normas básicas sobre Prevención y seguridad en edificios.
- 5.- Pequeña introducción sobre energía solar.

MODULOS GENERALES:

Formación Básica: Matemáticas, Lenguaje y Socio-naturales
Formación y Orientación Laboral
Tutorías y Actividades Complementarias
Prácticas No Laborales en Empresas

CONTRATO DE TRABAJO DURANTE LOS ÚLTIMOS 3 MESES

Nº de placas: 15

Duración: 900 horas. De lunes a viernes de 8:30 a 14:00 horas.



creama⁺
DÉNIA



Información e Inscripción

Agencia Desarrollo Local CREAMA
C/ Nou d'Octubre s/n
03700 Dénia-Alicante

Tel: 96 642 37 04
902 111 999

www.creama.org

PSICOLOGIA EMPRESARIAL



Ahora bien, ¿cómo se logra esa influencia que mueve montañas o montañitas?

Esta pregunta ha generado mucha controversia. Hay quienes piensan que el líder nace y quienes cree que el líder se hace. Diferentes teorías con distintos enfoques.

Aquellos que piensan que el líder nace, opinan que hay ciertos individuos que poseen determinadas características físicas o de su personalidad que les permiten abordar una posición de dominio. Dentro de estas características se encuentran, entre otras: el peso, la estatura, la apariencia, los conocimientos, la originalidad, la creatividad, agresividad, el entusiasmo, la ambición, y la autoconfianza. Un hombre, fuerte, alto, bien vestido, y de apariencia tranquila y segura, a simple vista puede encajar en el perfil de buen líder.

Obviamente, éstas características van ligadas a una cultura determinada, por ejemplo, en Guinea el Rey siempre es obeso, mientras que en otras culturas ser una persona con exceso de peso, en ocasiones, puede resultar motivo de rechazo, y en cambio lo que está de "moda" es la anorexia y la vigorexia. Si bien es un prejuicio, porque los kilos no determinan la buena práctica del liderazgo, no debemos olvidar que vivimos dentro de un contexto sociocultural, que muchas veces, nos condiciona a la hora de emitir juicios injustos y equivocados.

En el otro extremo se encuentran aquellos que piensan que el líder no nace, si no que se hace y que, por lo tanto, creen en la existencia de ciertas conductas o habilidades que pueden ser aprendidas para lograr un buen liderazgo.

Según esta postura existen dos tipos.

Por un lado, están los líderes más centrados en los empleados.

Estos se preocupan, entre otras cosas, por el bienestar de sus subordinados, por su desarrollo personal y laboral, por generar un buen clima organizacional y por la participación de todo el colectivo en la toma de decisiones. En definitiva se trata de un líder igualitario. En este caso, los empleados trabajan dirigidos por su propia motivación intrínseca.

Y en el otro polo están los líderes más centrados en la producción, cuya preocupación está en la tarea o trabajo a realizar, en el buen funcionamiento de la empresa, entendiéndola esta como un ente a parte de sus trabajadores.

En este caso estaríamos hablando de un líder más autoritario, egocéntrico (centrado en él y en su empresa) que funda sus éxitos en la cantidad de la producción más que en la calidad de ésta.

En la actualidad, se habla más de un enfoque que integra ambas visiones.

Queda claro que la apariencia determina mucho la percepción de las personas, pero si no va acompañada de un estilo de liderazgo adecuado, la influencia sobre los subordinados no se logra, o no lo hace en la misma medida.

Lo ideal es un matrimonio entre ambas variables. Una apariencia y personalidad que transmitan seguridad, confianza y honestidad, junto con un estilo de liderazgo adecuado para cada situación y sujeto.

CENTRARSE EN LO IMPORTANTE. LOS LÍDERES SABEN LO QUE PERSIGUEN Y QUÉ DEBEN HACER PARA LOGRARLO. NO SE DISPERSAN EN LO SUPERFLUO, EN LO TRIVIAL. SABEN ESTAR SIN MOLESTAR. PRACTICA EL AUTO LIDERAZGO. LA EXCELENCIA SE INICIA EN EL INTERIOR DE UNO MISMO. LIDERAR A OTRAS PERSONAS COMIENZA POR TENER UN PLENO CONTROL DE LA PROPIA VIDA.

EL LÍDER QUE MUESTRA ATENCIÓN Y APOYO A SUS
EMPLEADOS, CREA UN ESPACIO DONDE LOS
TRABAJADORES ACUDEN MOTIVADOS Y CON GANAS DE TRABAJAR.

¿Qué estilo de liderazgo me puede ayudar a mejorar la productividad de mi empresa?

No se puede ser tajante a la hora de contestar esta pregunta. Gracias a numerosos estudios en el campo de la psicología de las organizaciones, se sabe que el líder participativo o igualitario favorece que los trabajadores se sientan más satisfechos con su trabajo y, por lo tanto, más comprometidos con el proyecto. Esto repercute directamente sobre la producción de la empresa, puesto que si los trabajadores se sienten identificados con los objetivos, los hacen suyos y por ende se esforzaran más en lograrlos. Además, se fomenta la creatividad y la calidad del producto, no sólo la cantidad, puesto que que cómo dice el refrán dos cabezas piensan más que una.

Los estudios han reflejado que el líder que muestra atención y apoyo a sus empleados, crea un espacio donde los trabajadores acuden motivados y con ganas de trabajar, lo cual repercute en los números de la empresa.

Ahora bien, no siempre se dan las condiciones adecuadas para asumir este estilo de liderazgo. No hay que olvidarse que cada empresa es un mundo, que tiene unas características y necesidades muy diferentes. Así pues, muchas veces puede resultar más práctico ceñirse a un estilo de liderazgo más centrado en la producción. Por ejemplo, situaciones donde el tiempo aprieta y hay que producir mucho de manera muy rápida. En estos casos, lo importante no es la creatividad, ni la calidad del producto, si no que se le da más prioridad al factor tiempo, y por lo tanto se busca rapidez e incluso inmediatez. Lo ideal, aun así, es que esto solo se de en ciertos momentos puntuales como, por ejemplo, en campañas de Navidad u otros momentos donde la productividad ha de ser elevada y muy rápida.

Si el estilo de liderazgo autoritario y directivo es continuo, a la larga podría provocar Burn out, o síndrome de desgaste profesional, pudiendo afectar directamente a la producción.

SI EL ESTILO DE LIDERAZGO AUTORITARIO Y DIRECTIVO ES CONTINUO, A LA LARGA PODRÍA PROVOCAR BURN OUT, O SÍNDROME DE DESGASTE PROFESIONAL, PUDIENDO AFECTAR DIRECTAMENTE A LA PRODUCCIÓN.



Las claves del liderazgo. Piensa, vive y actúa como un líder y los demás te verán como tal.

1. Conoce tus puntos fuertes y débiles y renuévate continuamente. Es decir, estudia, haz cursos, reflexiona, observa tu entorno y a ti mismo.

2. Conoce bien tu trabajo y tus metas. Debes saber qué es lo que buscas y conocer las alternativas posibles para lograrlo. Además debes plantarte objetivos ambiciosos, pero siempre realizables.

3. Persigue “valiosos objetivos”. El éxito es consecuencia de un esfuerzo, de un trabajo bien hecho, de la consecución de unos objetivos importantes.

5. Sé un ejemplo para los demás. Actúa ante tus empleados consecuentemente. Si quieres que sean trabajadores y que se impliquen, haz tú lo mismo. Si buscas honestidad, sé honesto.

6. Conoce a las personas que integran tu equipo y preocúpate por ellas, por su bienestar general. Conoce quienes son los líderes no oficiales, posibles problemas entre compañeros, cómo soportan el estrés, etc. Trata de ser una figura próxima y accesible y no algo misterioso e inalcanzable. Eres el jefe, no un dios, o un ser de otra dimensión.

7. Mantén informados a tus trabajadores. La comunicación es muy importante para crear un vínculo; para que los empleados se sientan parte de un proyecto y que lo hagan suyo.

8. Ayuda a tus trabajadores a desarrollar comportamientos y actitudes que les ayudarán a realizar sus responsabilidades laborales. El líder ayuda a los miembros del equipo a que se enriquezcan en su desarrollo profesional y personal

9. Asegúrate de que las tareas se entienden, se supervisan y se realizan.

10. Trabaja en equipo. Piensa que sois como un organismo vivo donde cada parte es imprescindible y no puede funcionar sin la otra. El corazón no palpita si el cerebro no manda la señal.

11. Adapta tu estilo de liderazgo a cada persona y situación. Distintas personas pueden requerir estilos diferentes. Por ejemplo, un nuevo empleado necesita más supervisión que un empleado experto. Abre bien tu ojo de halcón.

12. Muéstrate seguro. Inspira confianza. Que tus empleados vean en ti a la persona que les llevará a lograr los objetivos.

AFINA TU MIRADA, VISUALIZA TUS OBJETIVOS, ÉCHALES LA GARRA, DESPLIEGA TUS ATRIBUTOS Y SÉ CONFIADO, CONVIÉRTETE EN EL LÍDER HALCÓN.

FORMACIÓN

TABLÓN INFORMATIVO CREAMA

CURSOS PERMANENTES

- Curso UBI (Usuario Básico de Internet) : Duración 12 h / N° de plazas 8
- Curso UMI (Usuario Medio de Internet): Duración 30 h / N° de plazas 8

* Más información:

Agencia de Desarrollo Local Creama-Dénia
C/ Nou d'Octubre , s/n - 03700 Dénia | Telf: 902 111 999 | www.creama.org

Organiza:



creama+
DÉNIA

FUNDACIÓN OVSI



MÁS CURSOS

- Programa de Cualificación Profesional Inicial.
- Talleres de Formación para la Contratación.
- Talleres de Formación e Inserción Laboral.
- Cursos sobre informática e Internet.

* Más información:

Agencia de Desarrollo Local Creama-Dénia
Telf: 902 111 999 | www.creama.org

TREBALLEM JUNTS PER LA COMARCA



AGENCIA **creama+**
DÉNIA

F O R O I N N O V E M J U N T S 2010



EL TERRITORIO, FACTOR ESTRATÉGICO

Dénia acogió el día 5 de Octubre, la cuarta edición del foro autonómico Innovem Junts organizado por el Instituto de la Mediana y Pequeña Empresa (IMPIVA), con la colaboración de Creama. A lo largo de la jornada, Técnicos especialistas, empresarios y consumidores se reunieron en el Centro de Desarrollo Turístico (CDT) Marina Alta para debatir y discutir sobre el territorio como factor estratégico y diferenciador buscando ideas y soluciones con el fin de aumentar la competitividad empresarial. El presidente del Creama, el diputado de Promoción y Desarrollo Local, Juan Roselló, se encargó del acto de apertura del Foro refiriéndose a la innovación y el territorio como herramientas "para mantener vivas las empresas y como referente de modernidad y un modo de ganar el futuro".

En el primer panel de expertos se ha tratado de la gestión del ecosistema territorial con los testimonios de Carolina Punset (proyecto Enooltea), José Navarro (proyecto Cides) y Antonio Vicente (proyecto Panama Jack). Luis Callarissa, de la Universidad Jaume I, se ha referido a la relación de la empresa con su entorno y a la importancia de contar con una marca territorial "para hacernos visibles, valiosos y diferentes en un entorno de globalización y de desarrollo tecnológico".

Entre los expertos y panelistas se encontraba Vicente Chelet, Concejal de comercio de Dénia, quien centró su exposición en la gobernanza de los mercados municipales y más concretamente en el mercado de nuestra ciudad. Vicente hizo hincapié en la necesidad de ver a los mercados, no sólo como espacios comerciales, sino también como ambientes de intercambio social y cultural.

.....
"EL MERCADO DEBERÍA SER UN LUGAR DONDE PODER IR A INTERCAMBIAR IDEAS, PRODUCTOS Y SOCIALIZAR CON LOS VECINOS, Y COMPRAR PRODUCTOS DE LA TIERRA MÁS NATURALES".

Vicente Chelet

La sesión de la tarde ha estado dedicada a la enogastronomía como eje del desarrollo sostenible del territorio, con la participación de Carlos Parra, José Antonio Tobías, Andreu Costa y Joan Llobell.

El foro 2010 se cerró con una demostración de cocina de la tierra llevada a cabo por : Francisco Morales, Rafael Soler Y Jordi Garrido, 3 jóvenes cocineros, con numerosos galardones a sus espaldas y gran reconocimiento, que apuestan, día a día, por el uso de productos propios como forma de potenciar y vender nuestro territorio.

Los objetivos del foro Innovem Junts eran consolidar la identidad del territorio, optimizar la cadena de valor e incorporar las tecnologías como fuente de posibles soluciones sin alterar la autenticidad de los productos. Además, se apuesta también por reforzar la importancia de la intercooperación entre empresa y territorio.



F O R O I N N O V E M J U N T S 2010

El foro ha concluido con una demostración de la cocina autóctona o del territorio a cargo de Francisco Morales, del Restaurante Paco Morales-Hotel Ferrero de Bocairent, Jordi Garrido, del Restaurante Portal Fosc de Xàtiva, y Rafael Soler, del Restaurante Joel de Dénia.



Rafael Soler, Francisco Morales, y Jordi Garrido.

Durante su demostración, Rafael Soler (Joël Restaurant Bistronomic) quiso resaltar que en nuestra tierra tenemos de todo, y por lo tanto usar productos de fuera es innecesario. Por ejemplo, en lugar de usar Foie de pato que es francés y mucho más caro, este cocinero sugirió sustituirlo por hígado de rape que puede encontrarse en nuestro mar y resulta mucho más barato y natural.

.....
"VENDO A MIS CLIENTES LO DE DE NUESTRA TIERRA. SI NO LO HACEMOS NOSOTROS ¿QUIEN LO VA A HACER?". Rafael Soler
.....

"LA COCINA DE PROXIMIDAD ES UNA FORMA DE VIDA, TRATAMOS DE RECUPERAR NUESTRA HISTORIA. HACEMOS UNA COCINA TRADICIONAL CON LOS SABORES DE SIEMPRE , RESPETANDO EL PRODUCTO 100% PARA QUE LOS CLIENTES SE LLEVEN EL RECUERDO EN SU PALADAR." Jordi Garrido, Rte. Portal Fosc, Xàtiva.



INFORMACION E INSCRIPCIONES:
ATA VALENCIA.
TLF. 96 39 40 199

“JORNADAS DE DIFUSIÓN DE LA PRESTACIÓN POR CESE DE ACTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES AUTÓNOMOS”

Le y 32/2010, de 5 de agosto, por la que se establece un sistema específico de protección por cese de actividad de los trabajadores autónomos (BOE 6 de agosto de 2010).

Esta actuación se enmarca dentro de la ORDEN 6/2010, de 10 de marzo, de la Conselleria de Economía, Hacienda y Empleo, por la que se convocan para el ejercicio de 2010 las ayudas para el fomento de actividades de trascendencia para el sistema de las relaciones laborales y del mercado de trabajo.

FECHA: 28 de Octubre 2010

HORARIO: 20:00 h a 21:30 horas.

LUGAR: DÉNIA (ALICANTE)

CREAMA Serveis Generals . Carretera
Dénia-Ondara accés Camí de Negrals, 14 (CP
03700, Dénia)

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

- CREAMA: TLF. 966 423 704

- ATA VALENCIA. TLF. 963 940 199

Organiza:

ATA
AUTÓNOMOS C.VALENCIANA

Subvencionado por:

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'ECONOMIA, HACIENDA I EMPLEO

Colabora:

creama+
DÉNIA



NOTICIAS

CONFERENCIA-COLOQUIO-TERTULIA

CREAMA ANALIZA EL PAPEL DE LA MUJER EMPRENDEDORA ANTE LA CRISIS

El Consorcio para la Recuperación Económica y de la Actividad de la Marina Alta (CREAMA), en colaboración con la empresa Acom Events, ha organizado una conferencia-coloquio-tertulia para analizar el papel de la mujer emprendedora ante la crisis. Se trata de aportar otra visión desde un punto de vista femenino y empresarial frente a las quejas, a los lamentos y las desesperaciones que en estos tiempos tan convulsos inspira la economía. Desde una perspectiva realista y de ámbito comarcal se invitará a las asistentes a tomar partido en la confección de un mapa de valores, tendencias y estilos de liderazgo que puedan ser útiles para empresas y empresarias, trabajadoras y autónomas destinadas a mejorar la calidad social y financiera de la Marina Alta.

No se trata de una charla convencional porque se ha optado por un formato más fresco y alternativo. Las participantes serán también protagonistas de este acontecimiento. Antes de comenzar la conferencia, las empresarias estarán sentadas en mesas redondas de tres personas, se presentarán y aportarán su visión sobre el tema alrededor de un desayuno interactivo. Esta jornada de reflexión y debate se celebrará el jueves 21 de octubre, en el restaurante Primera Línea de Dénia, de 9'30 a 11'20 horas. Comenzará con una breve y divertida exposición sobre el tema para que las distintas mesas puedan inspirarse para trabajar interactivamente. Una vez finalizado el tiempo de trabajo en primera ronda se expondrán las distintas aportaciones de cada mesa y después habrá otra ronda de trabajo más concreta donde las distintas mesas enfocarán su atención en aquellas ideas que aporten más valor y signifiquen un salto positivo para hacer frente a la crisis en nuestro entorno más inmediato de la Marina Alta.

Las empresarias interesadas en asistir a esta jornada deben realizar su inscripción en cualquiera de las Agencias de Desarrollo Local que CREAMA tiene en Benissa, Calp, Dénia, El Verger, Gata de Gorgos, Ondara, Pego, Pedreguer, Poble Nou de Benitaxell, Teulada-Moraira y Xàbia.



AGROTATE

CREAMA PARTICIPA EN UN PROYECTO EUROPEO PARA CREAR EMPLEO EN EL SECTOR AGRÍCOLA

EL SISTEMA AGROTATE ES UN INSTRUMENTO ONLINE QUE CONECTA LAS CUALIFICACIONES DE LAS PERSONAS DESEMPLEADAS CON LOS REQUISITOS DE LOS PUESTOS DE TRABAJO QUE SON OFERTADOS POR LAS EMPRESAS AGRÍCOLAS



El Consorcio para la Recuperación Económica y de la Actividad de la Marina Alta (CREAMA) es el socio español del proyecto Agrotate nacido en el marco europeo de innovación Leonardo da Vinci. Se trata de un servicio electrónico de rotación en el empleo para mejorar el aprendizaje permanente en el sector agrícola, de manera que las personas desempleadas son formadas para poder reemplazar a otros trabajadores durante el tiempo en que éstos dejen temporalmente sus trabajos por situaciones personales, de reciclaje u otro tipo de incidencias o necesidades. El sistema Agrotate es un instrumento online que conecta las cualificaciones de las personas desempleadas con los requisitos de los puestos de trabajo que son ofertados por las empresas agrícolas y con una plataforma de formación virtual que facilita el reciclaje formativo requerido por las empresas, accesible a través de Internet.

La presentación de este proyecto ha reunido a políticos, técnicos, productores y trabajadores del sector agrícola. El concejal delegado de Creama en Dénia, Vicente Chelet, ha dicho que "debemos buscar nuevos yacimientos de empleo, diversificar nuestra economía y producir productos de calidad para adaptarse a las necesidades de la sociedad". La gerente del consorcio comarcal, Lola Orihuel, ha comentado que "el objeto es crear más empleo, dar una formación de calidad y que los productores sean más competitivos, participen de forma directa en la cadena de valor y tengan unos precios más dignos".

El modelo de rotación laboral ha sido aplicado en países como Dinamarca con mucho éxito. Las empresas pueden crear su perfil y sus ofertas de forma sencilla para encontrar a las personas demandantes de empleo que se acoplan mejor a los requerimientos formativos necesarios para cubrir los puestos vacantes. El programa formativo está avalado por una universidad checa de Mendel. Los cursos de e-learning están hechos a medida para el sector de la agricultura y especialmente personalizados a la idea de la rotación laboral. Las personas desempleadas podrán formarse en producción y estandarización de productos agrícolas y, a su vez, los equipos empresariales de dirección recibirán formación sobre la gestión de la empresa agrícola.



CREE TÚ TELO TAMBIÉN HACES

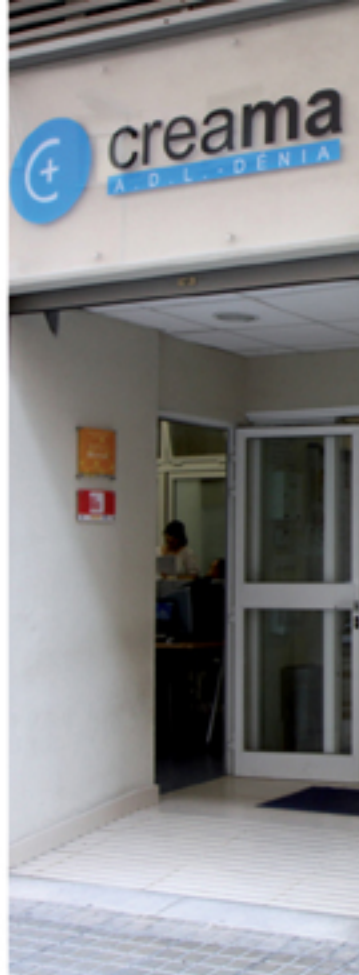
Colabora en **CREATE** la revista de creama **DÉNIA**
aportando tus ideas,
opiniones, dudas o
sugerencias.

Envíanos un **e-mail** a:

create@creama.org

Más información: 96 642 37 04 / 902 111 999 *Revista CreaTe también en www.creama.org y www.deniashopping.denia.es





creama⁺
DÈNIA



AJUNTAMENT DE DÈNIA
Regidoria de Comerç

