

JDA NEWS

DIARIO DE INFORMACIÓN DE JDA: ECONÓMICO y LEGAL

DESTACADO

Diagnostic Service.
¿Cómo prevenir la insolvencia empresarial?



DESTACADO

Gestión del Capital Humano, un valor seguro.



DESTACADO

JDA Promotor Financiero del ICF.



www.jda.es

mayo | Año 2013 | Número 2 | Edición Cataluña

Gestión de capital humano

Tan importante como todo lo demás.

La mayor parte de las empresas competitivas ya hace mucho tiempo que se dieron cuenta de que la gestión del sistema de capital humano en la empresa es clave y, muy probablemente, un elemento esencial de su competitividad.

La Reforma Laboral trajo un marco legal más flexible, totalmente necesario para reajustar y redimensionar las empresas cuando es necesario. Sin capacidad de redimensionamiento, en momentos determinados, las empresas pueden perder, además de toda su competitividad, sus opciones para sobrevivir en un mercado global altamente competitivo.

Por tanto, disponer de un marco legal regulatorio similar y homologable al de nuestros países vecinos competidores, es algo absolutamente necesario y es incomprensible que a alguien se le pueda ocurrir otra cosa, salvo que esconda intereses inconfesables, como ocurre en la mayoría de las ocasiones.

No obstante, y al margen del marco regulatorio, contar con una gestión del capital humano adecuada, como contamos con una gestión de la tesorería, de la producción u otros, resulta esencial y no siempre se le presta toda la atención necesaria, sobre todo en empresas pequeñas y medianas.

No es un tópico aquello de "a mejor gestión obtendremos mejor productividad". Además, las empresas deben comenzar a abandonar sistemas de retribución que no les lleven por el camino de mejorar la productividad. Las empresas no pueden permitirse nunca más aumentos generalizados en sus costos que no tengan traducción en aumentos de productividad.

La gestión del capital humano trata, precisamente de esto. De cómo, gestionar todos los aspectos relacionados con el capital humano de forma que nos permita ser más productivos, que nos permita ser más competitivos.

Los elementos clave de la gestión del capital humano son:

- Los procesos de selección/incorporación.
- Los procesos de evaluación/gestión del rendimiento.
- Los procesos de gestión de la retribución.
- Planes de formación /desarrollo profesional.
- Planes de Recursos Humanos.

En JDA estamos ayudando a las empresas a gestionar su capital humano.

Es muy importante no sólo definir el alcance de las actuaciones a realizar, sino también implementarlas.

Para ello, en JDA nos responsabilizamos de la puesta en marcha y el posterior seguimiento de todo el ciclo de gestión ■



Adhesión SFAI+protocolo ONU

En JDA nos hemos asociado, con Santa Fe Associates International (SFAI), una red internacional de profesionales con una fuerte implantación en América Latina que aglutina profesionales de todas las áreas.

SFAI es una organización compuesta por firmas miembros exclusivos en cada país, que asumen la calidad y nivel profesional de excelencia como norma de ingreso. Con esta asociación podremos ofrecer más y mejores servicios internacionales a nuestros clientes, y ayudar a aquellos que se decidan por implementar estructuras fuera de nuestro país.

SFAI ha sido reconocida como miembro activo del Global Compact, organismo creado por Naciones Unidas con el objetivo de unir voluntades y esfuerzos para afianzar el compromiso de lograr el cumplimiento de los "Diez Principios del Pacto Mundial":

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su influencia.

Principio 2: Las Empresas deben ase-

gurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una

mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

El carácter de miembro activo de Global Compact, nos otorga el privilegio de poder usar el logotipo de Naciones Unidas en nuestra página Web, por adherirnos y comprometernos a realizar todos los esfuerzos necesarios para lograr los objetivos señalados.

Es éste, un aspecto más de nuestra diferenciación a nivel internacional, que a la vez nos permite manifestar de forma muy clara, nuestra total adhesión a dichos principios ■

Los 6 pilares de la Innovación

¿Cómo innovar? ¿Cómo encontrar una mejor manera de hacer las cosas? A continuación las 6 premisas básicas que toda organización debería tener en cuenta hoy para lograr en su seno el mejor ecosistema de innovación posible.

1. La innovación es riesgo.- Innovar es tomar riesgos sin miedo al fracaso. Es estar dispuesto a fallar a menudo y a fallar rápido. Innovar es, pese a los errores y los intentos fallidos, nunca dejar de intentar cosas nuevas, nunca dejar de empujar, nunca dejar de soñar. Como dijo Thomas Edison: "Cada una de las 200 bombillas que no funcionaron me enseñó algo que probé en el siguiente intento".

2. La innovación es un hábito de trabajo.- La innovación no es fruto de un gran invento espontáneo, sino que emerge como consecuencia de una gran cantidad de "pequeñas apuestas" durante un largo período de tiempo. La suma de muchos pequeños descubrimientos adaptativos es lo que poco a poco va conformando una innovación exitosa. Innovar cada día.

3. La innovación es un deporte de equipo.- Las mejores ideas no ocurren cuando las personas se aíslan, sino que surgen de la interacción con los demás. Los genios solitarios son la excepción. Lo más común es encontrar ideas fruto de la relación con el grupo, cuando confluyen mentalidades con perspectivas diferentes. Como dice Eduardo Punset: "El sabio no es el que medita aislado del mundo sino el que interactúa con él".

4. La innovación debe abarcar al conjunto de la organización.- Tener una empresa innovadora, una empresa capaz de adaptarse a este mundo vertiginosamente cambiante que nos está tocando vivir. Uno está obligado a innovar por igual en todos los niveles de la organización, y no sólo en el tecnológico. Hoy para poder prosperar se requiere innovar en todas las áreas y funciones: estrategia, procesos, productos, modelos de negocio... Que en la empresa exista una verdadera cultura de la innovación.

5. La innovación se consigue invirtiendo en las personas.- La inmensa mayoría de las ideas empresariales (más del 70%) vienen de los trabajadores, y no del I+D (sólo el 8%). ¿Uno desea que en la empresa florezcan las ideas y el negocio prospere? Entonces se requiere contar con empleados con iniciativa y compromiso. Empleados suficientemente capacitados para poder desarrollar nuevas ideas que puedan convertirse en nuevos productos o servicios para la empresa. Ahora bien, hay que tener presente que un buen salario no bastará para conseguir empleados entusiastas con mentalidad emprendedora. Se necesitará ofrecerles además un salario emocional de libertad, confianza y realización personal.

6. La innovación puede y debe ser abierta.- Las ideas valiosas pueden provenir tanto desde dentro como desde fuera de una organización. Hoy la innovación abierta (open innovation) y el outsourcing (externalización de la producción al cliente) permiten a las empresas aprovechar los recursos externos para mejorar sus productos y servicios. Innovar en el siglo XXI es saber obtener valor de los propios clientes para generar servicios en base a sus necesidades ■

ALBERTO DOTRAS

jda

BUSINESS SERVICES

COMPLETE SERVICE
Servicio que cubre todas las necesidades básicas de índole fiscal, laboral, legal...

FLEXY-PAY SERVICE
Con Flexy-Pay Service pagará mejor, controlará sus costes laborales, sin pagar más.

CUSTOM-MADE SERVICE
Cualquiera que sea su necesidad, la estudiamos y buscamos la mejor solución para Vd.

OPENAUDIT SERVICE
Proyectos de alto valor añadido. Valoración, Due Dilligences y Control Interno.

TACTIC SERVICE
Servicio que agrupa distintas herramientas para la dirección y su toma de decisiones.

AUDIT SERVICE
Auditoría de Cuentas anuales, Informes de Cumplimiento y cualquier otro informe que requiera de la revisión de auditores de cuentas.

ON-LINE SERVICE
Servicio totalmente on-line. A través del mismo, cuidamos de las necesidades de la empresa.

SELECTALENT SERVICE
Procesos de Selección y Reclutamiento con total garantía y tarifa fija.

WORKER SERVICE
Un servicio de consulta de alto valor añadido. Puede utilizarse como servicio de primera o de segunda consulta.

LEGAL SERVICE
Preparados para cualquier tipo de asistencia legal que precise.

www.jda.es

Granollers: 93 860 03 70 · Sabadell: 93 725 91 53

EDITORIAL



Una vez más nos resulta muy grato presentarles la nueva edición de JDA NEWS.

Abordamos en este JDA NEWS asuntos de absoluta actualidad, como son la posición de Hacienda en relación a la retribución de los Administradores, las recientes modificaciones introducidas por la Ley 7/2012 de Fraude Fiscal, sobre la obligación de declarar los bienes situados en el extranjero, la posibilidad de actualizar los balances, así como las últimas sentencias que afectan a las hipotecas o a los ahorradores en preferentes.

Todos ellos, sin duda, aspectos muy interesantes que van conformando nuestra actualidad, en este número hemos querido incorporar dos visiones de la empresa que espero tengan su interés.

Por un lado una entrevista al Director Financiero de una empresa muy consolidada y líder en innovación y por otro, a una empresa joven emprendedora que acaba de iniciar su andadura.

Ambos son buenos ejemplos de las prioridades que debemos darle a nuestra economía. En un sentido, creando las condiciones adecuadas para que los emprendedores no sufran condiciones adversas para la puesta en marcha de sus iniciativas empresariales y, en el otro, apoyando la innovación, la investigación y desarrollo, en su sentido más amplio.

Ambos polos, iniciativa privada e innovación además de apertura al exterior, son los pilares básicos en los que debería sustentarse una adecuada política económica, que permita el crecimiento de nuestra actividad económica.

Una adecuada gestión del capital humano y una actitud algo revolucionaria, crea las condiciones para que la innovación surja en las empresas. Les aconsejo la lectura de un artículo referido a innovación. Quiero subrayar, no obstante, que la mejor y más intensa innovación es aquella que se lleva a cabo en los modelos de negocio.

Una de las características más importantes de la acción emprendedora es la capacidad de generar desarrollo económico, generalmente aportando ideas innovadoras y modelos de negocio innovadores. Un 5 % de la población adulta española está inmersa, en una fase u otra, en un proceso de emprendeduría y, por tanto, de puesta en marcha de su negocio. Se trata de un factor suficientemente importante y que abarca un número de personas a las que hay que dedicarles mucha más atención.

Y, finalmente, decíamos que la apertura al exterior es uno de los pilares básicos para sustentar nuestra política económica. Las empresas que compiten globalmente son empresas capacitadas para crecer e innovar ■

Cláusulas hipotecarias, ¿abusivas?

La interpretación quedaría en manos del juez.

Un año y medio después de que el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona se haya dirigido al Tribunal de Justicia de Luxemburgo, éste ha decidido dictar Sentencia sobre las supuestas cláusulas abusivas que afectan a las hipotecas firmadas entre bancos y consumidores.

El Tribunal de Luxemburgo ha declarado en esta Sentencia, que existe un desequilibrio importante contra el consumidor en la legislación española, ya que el procedimiento hipotecario español no permite que el consumidor se oponga a la demanda. En la práctica solo lo permite en los casos tasados por ley, como son, haber cancelado la hipoteca o porque se haya acreditado que el saldo certificado por el banco sea incorrecto. Solo por estos motivos se podría suspender el procedimiento y la subasta, no permite a los jueces suspender por cláusulas que

pueden ser consideradas abusivas.

A la vista de la Sentencia, queda claro que el poder legislativo deberá adaptar el procedimiento hipotecario y las propias cláusulas de las hipotecas, de manera que no se den intereses moratorios tan elevados como hasta ahora, de manera que la cancelación anticipada solo se pueda dar en casos de incumplimiento reiterado, que las liquidaciones que hacen las entidades sean discutibles en el procedimiento, que no se pueda iniciar un procedimiento por el simple impago de una cuota y mucho menos cuando el consumidor ya ha pagado gran parte de la hipoteca. En definitiva no se permitirá el desequilibrio en los acuerdos entre las partes.

Consecuencias de la Sentencia:

En primer lugar y hasta que no se produzca la reforma de la ley, todo el poder para suspender los

procedimientos o subastas queda en manos de los jueces, puesto que son los que han de valorar si existe desequilibrio entre las partes y la posible existencia de cláusulas abusivas contra los consumidores.

En segundo lugar, señalar que si los últimos años ya costaba que la banca concediese créditos hipotecarios, ahora se hará prácticamente imposible obtenerlos, de manera que será más difícil acceder a la propiedad y nos acercamos más al modelo de vida europeo, en el cual está más extendido el alquiler que la propiedad.

Veremos a corto plazo si realmente se da un paso importante por parte del poder legislativo y si el cambio que proponía la Sentencia va más allá de lo que es previsible ■

ÁREA LEGAL JDA

Obligaciones subordinadas

El Juzgado 1ª Instancia de Mataró nº2 ha dictado la reciente Sentencia de fecha 14 de marzo de 2013, por la que declara la nulidad de los contratos de compraventa de obligaciones subordinadas, de los contratos de depósito y administración de valores anexas a ellos, así como las órdenes de canje en acciones de Bankia, por error en el consentimiento de la Sra. que firmó dichas operaciones.

A mayor abundamiento, dicha Sentencia condena a la citada entidad bancaria, a restituir íntegramente el capital nominal (total importe invertido por dicha Sra.) y a pagar los intereses legales devengados desde la fecha de suscripción de la orden de compra, con deducción de aquellos importes ya liquidados con anterioridad. Asimismo, resultada también condenada al pago de las costas judiciales.

A fecha de la redacción del presente artículo, la Sentencia referida todavía no ha ganado la correspondiente firmeza, por lo que cabría por parte de la demandada, Bankia, interponer el correspondiente recurso de apelación. No podemos obviar que estamos ante la primera Sentencia que se ha dictado declarando la nulidad de la venta de subordinadas y su posterior canje por acciones. Pero lo más trascendente de dicha Sentencia, es que se declara la nulidad de la actuación de la entidad bancaria

(en la persona de la directora de la sucursal) por ser contraria a la ley, por infringir las normas imperativas y prohibitivas establecidas en la normativa del Mercado de Valores para la comercialización de ciertos productos. Esa actuación contraria a la ley, es la que provoca un vicio en el consentimiento prestado.

El art. 79 bis de la Ley de Mercado de Valores, es claro y contundente, determina que las obligaciones subordinadas son un producto complejo, y por lo tanto es obligatorio que la entidad bancaria ofrezca al futuro inversor, tanto en el momento de la contratación, previamente a dicho acto, o incluso con posterioridad a éste, "... información precisa, veraz, imparcial y clara para que los mismos conocieran y comprendieran lo que estaban firmando.", según resulta de la propia Sentencia.

La Sentencia basa su razonamiento jurídico, en que la Sra. (jubilada) no recibió la información precisa, veraz, imparcial y clara sobre los riesgos que corría al contratar dicho producto.

Al declararse la nulidad del contrato de compraventa de subordinadas por error en la prestación del consentimiento, se produce la nulidad de los contratos dependientes y que son consecuencia del primero ■

SILVIA SALLARES

Administrador o Gerente

Según criterio de la Hacienda Pública Española, cuando los cargos de Administrador y Gerente recaen en la misma persona, las funciones de Gerente quedan englobadas dentro de las de Administrador. (Consulta de la DGT V0879-12, 25 de abril de 2012). Presuponer lo anterior, tiene importantes efectos.

En primer lugar, deberíamos tener en cuenta que se determina en los Estatutos de la sociedad respecto a la retribución de los administradores.

Si los Estatutos establecen que el cargo de Administrador es gratuito, entonces cualquier cantidad que reciba el Administrador, sea por realizar las funciones de Gerente o no (como están englobadas dentro de las funciones de Administrador), se puede interpretar por parte de Hacienda, de que se trata de una liberalidad y considerar que su retribución no es deducible por la sociedad.

Si, en cambio los Estatutos Sociales establecen que el cargo de Administrador será retribuido, toda retribución satisfecha al Administrador, sea por la causa que fuere, deberá ser sometida a la retención el 42%, aunque sea un pequeño autónomo que percibe 25.000 euros al año.

A cualquiera no se le escapa que esto es una barbaridad más, que no contribuye a crear un marco estable y pacífico en el que puedan desarrollarse las empresas. Téngase en cuenta que el tejido empresarial español está nutrido básicamente de pequeños y medianos empresarios. Y que necesitamos que sigan naciendo nuevas empresas de pequeñas iniciativas. Las empresas que surjan serán de pequeña dimensión y sus administradores estarán lejos de percibir succulentas dietas y retribuciones por asistir a reuniones, sino que estarán todo el día al frente de sus empresas dirigiendo su crecimiento. Una vez más el discurso político y la cruda realidad se contradicen constantemente.

Esta controversia no debería existir y, en su caso, la iniciativa política debería abortarla inmediatamente mediante la subsanación clara de la ley.

Mientras tanto, entendemos que podemos dar varios consejos:

En primer lugar, asegúrese de que sus Estatutos establezcan la retribución de sus administradores. Tiene varias fórmulas al respecto, tal vez la más clara sea establecer que la retribución será fijada, anualmente, por la Junta de Accionistas.

En segundo lugar, si lo desea, la Junta puede determinar claramente la retribución de los administradores para la realización de las funciones claramente mercantiles, inherentes al cargo, distinta de las funciones propias de la dirección (funciones que podría desarrollar incluso aunque no fuese Administrador).

Entendemos que de acuerdo con la normativa vigente, todos los gastos necesarios para generar ingresos (entre los que estaría el salario de la persona que dirige la empresa) son deducibles. Al ser las funciones de Administrador distintas a las del Gerente, deben ser retribuidas con independencia de lo que digan los Estatutos. En realidad si no se retribuyen, Hacienda podría entender que debe fijarse una retribución, amparándose en la normativa de sociedades vinculadas.

La cuestión, al final, puede quedar reducida al tipo de retención aplicada. No es poco, pero en cualquier caso, entendemos que este es el escenario menos conflictivo, aunque siempre nos queda la posibilidad de retener el 42% y eliminar toda posible contingencia.

Interpretaciones como la anterior son ataques directos al ecosistema empresarial y de creación de empresas. Las personas que lo fomentan y lo alimentan deberían ser responsables de su actuación ante el daño que llevan a cabo ■

JOAN DÍAZ JOSÉ

Director General

EMPRENDEDORES

"Pitbox" un ejemplo de emprendeduría

Javier Alonso y Tamara López, pertenecen a una generación de emprendedores que apuesta claramente por innovar, ofreciendo servicios tradicionales con un plus de modernidad, perfectamente adaptado a las necesidades actuales.

Pitbox nace de la inquietud personal de sus dos propietarios, vinculados al ámbito de la reparación del automóvil por tradición familiar, que han trabajado para apostar por un nuevo concepto a este sector, reinventar el taller de barrio, incorporando servicios personalizados y altamente especializados.

Desde agosto de 2012, Pitbox opera en sus instalaciones situadas en La Garriga, con una oferta innovadora que maximiza la rentabilidad y el servicio tradicional, disponiendo de:

- 1.000m² de taller equipado con la más moderna tecnología y diseño.
- Con maquinaria de última generación.
- Dispone de 14 aéreas de trabajo.
- Una amplia gama de colores para la pintura de cualquier tipo de vehículo.
- Sus profesionales aportan a su experiencia una filosofía innovadora.
- Ofrecen una atención totalmente personalizada.
- Servicio de entrega y recogida de su vehículo a domicilio.
- Coche de sustitución.
- Presupuesto a domicilio.

Según Tamara López, Pitbox se ha hecho realidad, en parte, gracias a la experiencia vivida en su familia que ha estado siem-

pre vinculada a este sector, su padre regenta desde hace años un taller de barrio y su madre ha tenido una empresa de grúas.

"Desde que tengo memoria, mis padres nos han inculcado su filosofía de vida enseñándonos a valorar el esfuerzo, por ello todos los fines de semana y también las vacaciones desde que era muy joven, he trabajado en el negocio familiar. Esto me ha permitido conocer a fondo el sector y detectar los procesos susceptibles de innovación."

Pitbox, después de medio año de actividad ha dejado de ser un sueño, actualmente sus propietarios valoran muy positivamente el volumen de negocio de la empresa. Sus impresiones después sobre la puesta en marcha del negocio coinciden con sus expectativas, *"Desde el principio vimos claro que necesitábamos una Asesoría integrada por profesionales que entendieran nuestro proyecto. Dimos en el clavo con JDA, buscábamos una consultoría que compartiera nuestra misma filosofía"*.

Para Javier Alonso, *"Hemos querido tener un recuerdo a los antiguos circuitos de automovilismo, recuperando el nombre de los boxes de antaño. Pitbox es una aportación con la esencia tradicional del negocio. A partir de ahora, nuestro objetivo a largo plazo es replicar el modelo Pitbox y expandirnos por la comarca"* ■



Actualización de balances

M. Ferrero Campdelacreu, **AUDITOR DE CUENTAS**



Con fecha 27 de diciembre de 2012 ha sido aprobada la Ley 16/2012, por la que se adoptan diversas medidas tributarias dirigidas a la consolidación de las finanzas públicas y al impulso de la actividad económica, entre las que nos interesa destacar la que se recoge en

el artículo 9 de dicha Ley sobre la Actualización de Balances.

Sus principales características son:

- Actualización del inmovilizado material y las inversiones inmobiliarias, en el caso de los inmuebles podrá optarse por actualizaciones independientes (incluidos los adquiridos en régimen de arrendamiento).
- Podrán acogerse los sujetos pasivos del Impuesto Sobre Sociedades y los sujetos pasivos del IRPF que realicen actividades económicas y que lleven libros de contabilidad.
- La actualización de valores y de su correspondiente amortización acumulada, se referirá a los elementos que figuren en el primer balance cerrado con posterioridad a la entrada en vigor de dicha Ley (31-12-2012) y no estén fiscalmente amortizados en su totalidad, y se realizará antes del 30/06/2013 para las empresas que cierren al 31 de diciembre.
- El importe de las revalorizaciones contables que resulten de las operaciones de actualización se llevarán a la cuenta "reservas de revalorización de la Ley 16/2012, de 27 de diciembre", que formará parte de los fondos propios y tendrá carácter indisponible, hasta que sea comprobado, o transcurridos 10 años.
- Se aplicarán los coeficientes de actualización que marca la propia norma.
- El incremento neto de valor resultante de las operaciones de actualización se amortizará, a partir del primer periodo impositivo que se inicie a partir del 1 de enero de 2015.
- Para según qué sociedades se aplicará un coeficiente corrector del importe a actualizar.
- Los sujetos pasivos que apliquen la actualización deberán pagar un gravamen único del 5%, en el momento de presentar la declaración y que se contabilizará como menor importe de la Reserva de actualización, la fecha de pago será el 25/07/2013 ■

Fraude fiscal

Montse Farres



No hay duda que la publicación, el pasado mes de octubre, de la Ley 7/2012 de modificación de la normativa tributaria y presupuestaria y de adecuación de la normativa financiera para la intensificación de las actuaciones en la prevención y lucha contra el fraude,

junto con la publicación a finales de diciembre de la Ley orgánica 7/2012 de modificación del código penal en materia de transparencia y lucha contra el fraude fiscal y en la seguridad social y más recientemente, a finales del pasado mes de enero, la publicación de la Orden que aprueba el modelo 720 relativo a la obligación de declarar bienes y derechos en el extranjero, ha puesto los pelos de punta a más de uno.

Y no es para menos, la Administración parece que va cerrando el círculo para los defraudadores.

Si estas medidas serán suficientes y definitivas para acabar con el fraude fiscal, el tiempo lo dirá, pero de momento nos han dejado un cambio de ejercicio movidito a los asesores y a quienes se sienten afectados por todo este revuelo.

Las consecuencias económicas que pueden derivarse de la aplicación de las citadas normas no son en absoluto desdénables, la no prescripción de las rentas que la Administración descubra que no han sido declaradas y las sanciones, no sólo por la cuota dejada de ingresar, sino también por la falta de declaración o la presentación de forma incorrecta o incompleta de la declaración de bienes y derechos en el extranjero, pueden suponer un varapalo muy importante.

Quienes no se hayan acogido a la regularización fiscal en noviembre pasado harían bien en dedicar unas horas al asunto.

Aún están a tiempo de reaccionar y desde JDA recomendamos analizar con detenimiento cada caso, valorar los riesgos y costes, para no dejar al azar una decisión que puede llegar a costar muy cara ■

Prevención financiera de la insolvencia

M. Ferrero Campdelacreu, **AUDITOR DE CUENTAS**



Dada la difícil situación económica y política por la que estamos atravesando hace años tanto a nivel nacional, como a nivel europeo, muchas pequeñas y medianas empresas y alguna que otra multinacional están finalizando su existencia a través de concursos de acreedores que desembocan en la liquidación definitiva de las mismas, con el elevado coste económico y social que ello supone para la sociedad y para el Estado, y la consecuente ininterrumpida destrucción del tejido industrial que tantos años había costado generar.

¿Existe alguna forma de determinar, a priori, cuáles son las empresas más propensas a caer en las redes del concurso de acreedores? No existe ningún método que inequívocamente permita asegurar qué empresas entrarán en concurso de acreedores o no, y cuáles de éstas se salvarán o acabarán liquidándose; sin embargo, se pueden realizar predicciones probabilísticas a través de modelos matemático-financieros, que permiten diagnosticar y predecir con cierta anticipación la insolvencia empresarial (o los candidatos a entrar en concurso de acreedores).

¿Existe alguna forma de determinar, a priori, cuáles son las empresas más propensas a caer en las redes del concurso de acreedores? No existe ningún método que inequívocamente permita asegurar qué empresas entrarán en concurso de acreedores o no, y cuáles de éstas se salvarán o acabarán liquidándose; sin embargo, se pueden realizar predicciones probabilísticas a través de modelos matemático-financieros, que permiten diagnosticar y predecir con cierta anticipación la insolvencia empresarial (o los candidatos a entrar en concurso de acreedores).

Esta anticipación puede servir al empresario o al Administrador para dos situaciones bien distintas:

- Tomar a tiempo las medidas necesarias para evitar entrar en concurso de acreedores.
- Planificar con tiempo y recursos la solicitud del concurso de acreedores, para que éste sea realmente eficiente como medida para salvar la empresa y salir del concurso lo antes posible con una posición financiera reforzada.

Por todo ello es muy importante poder preveer, la posible situación de insolvencia, con dos finalidades, la primera sería poder actuar estableciendo medidas correctoras para solucionar las dificultades transitorias, y la segunda sería poder solicitar a tiempo la declaración de concurso voluntario, antes de que sea un acreedor el que inste el concurso como necesario ■

NOVEDADES

Diagnostic Service

Es un servicio que nos permite hacer un diagnóstico, en el menor tiempo posible, de la situación económica actual de su organización.

Nuestro principal objetivo es localizar y señalar los principales obstáculos existentes que inciden en el buen funcionamiento de su organización, y proponerle una serie de alternativas de solución, basadas en un plan de acción que se ajuste a la situación real de la sociedad, a fin de prevenir la insolvencia.

Gracias al Diagnostic Service le mostraremos las causas principales de los problemas que impiden el crecimiento, la sobrevivencia o el desarrollo de su empresa, y así podremos enfocar los esfuerzos futuros en buscar las medidas más efectivas ■

Capital Human Service

Es un servicio creado y pensado como soporte integral para la gestión del capital humano de las empresas, actuando en el **Desarrollo y la Eficiencia Organizativa** (Clarificación Organizativa y Documental, sistema de clasificación profesional,...), en la **Gestión de Costes Salariales y de Productividad** (Definición de la política salarial por niveles y responsabilidad, Optimización fiscal de la retribución, gestión de nóminas, administración de salarios,...), en la **Adecuación del Capital humano y del rendimiento** (Evaluación profesional y de rendimiento, inventario de talento, adecuación de personal...) y en la **Comunicación Interna y el Clima Organizativo** (Encuestas periódicas y el Portal del Empleado).

El **Portal del Empleado** resulta especialmente práctico y ágil, tanto para las **Gestiones Internas** (notificaciones, días de uso personal, vacaciones, ausencias y permisos, beneficios sociales, Historial de formación, evaluaciones, gestión de protocolos de PRL,...); como, para las **Gestiones Externas** (servicio de nóminas, contratos, gestión de IT,...), con el que podrán externalizar el área de recursos humanos de su empresa ■

Convenio ICF/JDA

El pasado viernes 26 de abril el Institut Català de Finances (ICF) y JDA, han firmado un acuerdo de colaboración para la difusión y prescripción de productos del ICF, a través de la figura del promotor financiero.

En breve, ampliaremos esta noticia abundando en detalle sobre el alcance de esta colaboración entre JDA y el ICF, que desde ya auguramos será muy provechosa para ambas partes.

La puesta en común de sinergias y experiencia, tanto de JDA como del ICF, como asesores empresariales y financieros, respectivamente, nos permitirá ofrecer el mejor servicio a todas aquellas empresas que puedan beneficiarse de los productos e instrumentos financieros que el ICF pone a su disposición, asesorándoles sobre el producto más idóneo para sus necesidades financieras ■

La entrevista

SR. MANEL BELTRAN

DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DE MIER COMUNICACIONES

¿Cuál es el punto de partida, como se funda Mier Comunicaciones?

Mier Comunicaciones es una empresa familiar, en la que Pedro Mier, su presidente ejecutivo, continúa, como segunda generación, la tradición empresarial e industrial de la familia, iniciada en 1952 por su padre, Pedro, y su tío Ramón. Estos fundaron Electro Mecánica Mier Allende (EMMA), dedicada durante sus primeros 25 años de historia a la fabricación, venta y distribución de antenas de autorradios y de televisión y elementos adicionales.

Tras consolidarse la empresa en el mercado español con un amplio reconocimiento de marca, Pedro Mier hijo, recién licenciado como ingeniero de telecomunicaciones, recibió el encargo familiar de posicionarse hacia sectores de mayor valor añadido y desarrollar tecnología propia. **“Para ello, en 1976, puso en marcha un pequeño grupo de ingenieros que comenzó a moverse en el sector de la transmisión de televisión. La tecnología propia que fue surgiendo del grupo, junto al acontecimiento feliz de la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol de 1982 en España (que implicaba la total renovación de la red de reemisoras de televisión en nuestro país), hicieron que la compañía estableciera las bases para su entrada y consolidación en el mercado de la tecnología de telecomunicaciones de alta frecuencia de microondas en sectores cada vez más sofisticados”.** Con el tiempo, el grupo de ingenieros se convirtió en una división de la compañía hasta que llegó el momento de darle una vida propia. En 1987 se convirtió en una empresa independiente, Mier Comunicaciones, que terminará por concentrar todas las actividades empresariales, haciendo desaparecer la empresa madre.

Paralelamente, con ocasión de la incorporación de España al Mercado Común, desde la Administración se animaba a las empresas tecnológicas españolas a incrementar su participación en los programas multinacionales, y en particular los de la Agencia Espacial Europea (ESA). Nuestro primer contrato con esta agencia data de 1985, y supuso el inicio de una nueva actividad para nuestra compañía que perdura hasta hoy, y que se centra en el desarrollo y fabricación de equipos embarcados en satélites.

¿Cuándo se empieza a apostar por el mercado exterior?

Para abrirse al exterior, la primera herramienta que utilizó la empresa fueron los programas internacionales, como los ya mencionados de la ESA. La actividad espacial, por su naturaleza, se desarrolla con frecuencia en un entorno internacional y además en colaboración con otros países. Esa fue una vía excelente para que Mier comenzara, no solo a perder el miedo, sino a incorporar hábitos de trabajo propios de ese entorno internacional.

¿En qué sectores opera Mier Comunicaciones?

Los dos sectores en que actúa la compañía son muy diferentes. **“En espacio, el número de compañías a escala mundial es muy limitado, y toda la base de la relación comercial se sustenta en la confianza. Hay que construir una credibilidad fundamentalmente técnica, pues aquí todos los contratos tienen una parte muy importante de ingeniería y diseño, con una fase posterior de construcción. El contacto directo con los equipos de ingeniería del comprador resulta, por tanto, fundamental. Por otra parte, las agencias internacionales son las que normalmente proporcionan el soporte y la oportunidad para desarrollar una determinada tecnología, que es la que abre las puertas después para poder ofrecerla en los mercados más comerciales que se van abriendo también en el sector espacio”.**

“En el caso de la transmisión de televisión, la estrategia es algo diferente. Aquí juegan un papel muy importante las ferias internacionales, posteriormente seguidas de una labor comercial ya más clásica, que de nuevo se define también por el contacto directo, por nuestra capacidad para convencer a los departamentos de ingeniería de los clientes de la bondad de nuestras soluciones, etc.”.

¿Cómo valora el nivel tecnológico de nuestro país en la actualidad?

Aunque el nivel tecnológico de España ha mejorado en los últimos años, necesitamos hacer un esfuerzo mayor en investigación, lo que se traduciría en un mayor nivel tecnológico. El fenómeno de la globalización y de la crisis económica, impone el necesario incremento de la competitividad y el constante reto



FOTO: Sr. Manel Beltran

de la innovación tecnológica. Una de las políticas que deberíamos seguir, es incrementar la vinculación de las empresas con la investigación que realiza el sector público, como son las universidades.

Mier Comunicaciones, confía en JDA como proveedor de servicios, ¿Cómo Valora su nivel de calidad?

La colaboración entre Mier y JDA, data del año 2005. Empezó con el encargo relacionado con una certificación, y desde su inicio la actividad ha ido creciendo paulatinamente en diferentes áreas de la empresa, hasta llegar a la actualidad, en la que colaboramos en ámbitos tales como el área de Recursos Humanos y el Servicio de Auditoría Externa.

Como proveedor de servicios lo que realmente valoramos es la aportación de prestaciones con un alto valor añadido, y una vocación de atención al cliente, lo cual sumado al alto grado de especialización de sus equipos de profesionales, augura una estrecha relación entre ambas empresas.

La Internacionalización, ¿Puede ser una salida para capear la crisis?

Sin duda la internacionalización ha de ser la clave no sólo para capear la crisis, sino para seguir creciendo durante la misma, con una mayor salida de las medianas empresas a los mercados internacionales, dado que el consumo interior está estancado y es en los mercados exteriores donde se brinda la oportunidad de crecer, **“la internacionalización ya no es una opción, sino una necesidad estratégica de las empresas españolas”.**

La Inversión en I+D+I, ¿Es la clave del éxito?

Como no puede ser de otra manera, la investigación y desarrollo resulta vital para una empresa como Mier Comunicaciones. **“Dedicamos un 15% de nuestras ventas a este esfuerzo**

investigador, en aquellas líneas que nos permiten consolidarnos y expandirnos vía nuevos productos y nuevas aplicaciones”. Nuestras líneas de trabajo básicas se centran, en el campo de la transmisión, en equipos, sistemas y redes para transmisión de TDT y también para la telefonía móvil, tratando de aumentar la extensión de la cobertura en cualquier lugar del territorio, aspecto en el que todavía hay mucho por hacer. En el sector de Espacio, nuestra actividad se dirige al desarrollo de equipos para ser incorporados en sistemas de comunicaciones, tanto para telecomunicaciones como para observación de la tierra o navegación a bordo de satélites. El reto en este sector consiste en conseguir una mayor miniaturización de los aparatos, un menor peso de los mismos y un menor consumo, que son los tres elementos críticos que confluyen en los equipos embarcados en satélites.

Háblenos de futuro. ¿Cuáles son sus proyectos más inmediatos?

Nosotros aspiramos, en el sector de transmisión, a ser uno de los pocos y más importantes suministradores de redes de TDT a escala mundial. En estos momentos estamos reconocidos como una empresa de referencia, por lo que se nos suele invitar a participar en la mayoría de proyectos y concursos que se convocan. En el sector espacial, aspiramos también a consolidarnos como unos de los pocos suministradores independientes de equipos, es decir, que no pertenecemos a los grandes grupos industriales.

El tipo de tecnología que nosotros desarrollamos se está implantando primero, lógicamente, en los países más avanzados, pero a continuación, y sin demorarse mucho, vendrán todos los demás.

Esa es la carta estratégica que hemos jugado: estar entre los primeros suministradores de los países punteros, para luego seguir la estela de los países menos avanzados ■

Social Media. Estar o no estar...

Mucho se ha escrito sobre los medios sociales o Social Media y sobre el innegable poder que tienen estos nuevos canales de comunicación para promocionar la cultura y valores de las empresas, y para fidelizar a sus clientes.

Los Social Media, difunden y amplifican la voz de las empresas, lo que unido a una buena planificación de contenidos y a una estrategia adecuada, repercute en el aumento de la reputación de la

marca corporativa, y conlleva un claro impacto en el prestigio empresarial.

Por otra parte, con la aparición de estos nuevos canales de comunicación social, lo que en principio parecía destinado a revolucionar únicamente el modo de comunicarse entre los particulares, ha trascendido también al modo en el que hablan y se comunican las empresas con las personas, bien sean éstas, clientes y/o empleados.

Para JDA, entrar en los medios sociales ha sido una decisión estratégica, meditada y de capital importancia.

En primer lugar, y éste quizás sea el más determinante, con nuestra incursión en los medios sociales, intentamos proyectar el mensaje de que la comunicación es fundamental para la humanización de nuestra empresa, pues para nosotros es muy importante poder hablar de tú a tú con nuestros clientes, y

que ellos sepan que pueden hablar con nosotros en cualquier momento, ser sociales, ser humanos. Es decir, dotar de “personalidad” a nuestra marca.

En segundo lugar, por cuanto que a través del Social Media, se nos presenta la oportunidad de realizar un intercambio de conocimientos e ideas muy enriquecedoras con otros profesionales que guarden relación con las diferentes áreas de práctica de nuestra organiza-

ción, lo cual nos permitirá, a medio-largo plazo, consolidarnos como referentes en nuestro sector.

En definitiva, utilizar las nuevas tecnologías y los nuevos medios sociales, para crear sinergias y establecer una comunicación más directa y fluida con las personas ■

ROSALBA HERNANDEZ

Responsable Social Media