







SOMOS PARTE DE TU EQUIPO

ADADE es una FIRMA INTERNACIONAL que ayuda a Empresas de más de 63 países a desarrollar con ÉXITO sus proyectos.

Nuestro equipo de profesionales está comprometido contigo y tu empresa para la consecución de RESULTADOS.



ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN



OPERACIONES CORPORATIVAS

Fusiones y Adquisiciones · Escisiones y cesiones · Operaciones de reorganización societaria · Constituciones, liquidaciones y disoluciones de sociedades · Due diligence y contratos de venta · Pacto de socios



CONSULTORÍA FINANCIERA

Análisis económicos de gestión ·
Reestructuración de la deuda ·
Asesoría de capitalización y gestión ·
Concursos de acreedores y Ley de
segunda oportunidad · Relaciones con
entidades bancarias y financieras



EMPRESA FAMILAR

Protocolo familiar · Transmisión empresarial · Testamentos y fiducias · Protección del patrimonio personal · Sociedades holding



ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y NUEVOS MERCADOS

Apoyo al Comité de Dirección · Estudio de nuevos mercados · Internacionalización de actividades · Estudios de viabilidad de negocios · Benchmarking · Forecasting



PLANIFICACIÓN FISCAL

Tributación directa e indirecta ·
Operaciones vinculadas · Incentivos
I+D+I · Estudio del impacto fiscal de las
decisiones · Patent box · Fiscalidad
internacional · Negocios digitales



ASESORÍA

Outsourcing laboral, fiscal y contable · Protección de datos · Planes de igualdad · Fundaciones y Asociaciones · Clubes deportivos · Inspecciones tributarias



918 053 163 info@adade.es www.adade.es



EDITORIAL

Departamento Fiscal

Unidos somos más fuertes. El síndrome de la pieza faltante José Luis García Núñez

N	OTICIAS	
	El Grupo ADADE/E-Consulting vuelve a ocupar el noveno lugar en el ranking de Expansión y El Economista	Ę
	El Grupo Asesor ADADE firma Convenio de Colaboración Social con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Castilla y León, aumentando así los que ya tiene firmados con la mayoría de las Comunidades Autónomas	6
	La Fundación ADADE ha realizado a lo largo de este primer semestre diferentes desayunos de trabajo <i>online</i> sobre temas de gran actualidad, en abierto, para asociados, clientes y público interesado	7
	El Grupo Asesor ADADE/E-Consulting participó en la Jornada «Concursos para continuar, concursos para cerrar y normativa de segunda oportunidad» organizada por AESAE, en colaboración con CEOE y CEPYME	8
	El Presidente de la Fundación ADADE y Presidente de AESAE, Ramón Mª Calduch, participa activamente en la Asamblea General 2021 de CEOE, en la que los empresarios han cerrado filas en torno al Presidente Garamendi	8
	El Grupo Adade/E-Consulting ha firmado un Convenio de Colaboración con la empresa FOCUS Partners	ç
	ADADE y la Fundación ADADE se adhieren al «Pacto Digital para la protección de las personas de la Agencia Española de Protección de Datos»	10
	Encuentro online de Ramón Mª Calduch, Grupo ADADE, con Özgür Demirdöven, nuevo director regional para EMEIA de ALLINIAL GLOBAL	10
A	RTÍCULOS	
	A vueltas con los canales de denuncia: en mi opinión un nuevo tema que nos pilla a «contra-cultura»	1
	Sobre la página web corporativa y su adaptación normativa: lo que hay que saber	14
	Entrevista: Valentí Pich Rosell	18
	El registro retributivo. Buscando la igualdad	20
	Entrevista: Oriol López Villena	22
	Entrevista: Silvia Leal	23
	El coaching en los despachos profesionales	24
	La transformación digital es la evolución de la sociedad Eric Sales Vallejo	26
	Comunicación a la TGSS del nuevo concepto retributivo «Gastos de teletrabajo»	28
	Financiación post-Covid: ¿y ahora qué?	29
	Tributación del IVA en destino	3′

Lecturas de interés

Unidos somos más fuertes

El síndrome de la pieza faltante

no de los mayores problemas, y, además, generalizado, es que disfrutamos poco de lo que tenemos y valoramos en exceso lo que nos falta o creemos que nos falta. El echar de más lo que luego echaremos de menos es una constante en nuestros días, tanto en el ámbito personal como en el profesional, acentuándose más en el espacio-tiempo que nos toca vivir.

Una y otra vez nos equivocamos en llamar necesidad a lo que no tenemos y menospreciar lo que tenemos, situación que los expertos denominan «síndrome de la pieza faltante», sin darnos cuenta de la realidad que nos atrapa y contrae por igual.

El éxito y el fracaso de cualquier asociación ¿sabéis cuál es? LAS PERSONAS.

Hay miembros asociativos que aplicándoles una expresión latina que dice «... rebus sic stantibus...» (...mientras continúan así las cosas...) la interpretan de dos maneras según su estado de ánimo: A) Si continúan así las cosas no contéis conmigo para nada, y B) Si continúan así las cosas contad conmigo para todos los proyectos que desarrollemos.

Fijaos que, esta frase puede ser entendida de dos maneras (al menos) distintas: Eso pasa igualmente en las asociaciones y con las personas que las componemos; siempre a mano y vigente el «síndrome de la pieza faltante» que antes indicaba, siendo uno de sus integrantes el «eterno malestar inconformista», dejando a un lado como si no existiese todo aquello que sí tenemos en nuestra vida profesional pero no lo prestamos atención o no lo valoramos debidamente y que se ha conseguido con mucho esfuerzo y trabajo.

Las asociaciones somos ESTRATEGIA no OBJETIVO, buscando VALORES COMPAR-TIDOS PROFESIONALES a través de sus componentes HUMANOS.

El asociacionismo vino para quedarse y para diferenciar las «islas» de las «penínsulas» (por adoptar un símil geográfico); y para poder competir en este cada vez más globalizado sistema en el que estamos incluidos los despachos y asesores profesionales debiéndonos actualizar en nuestro «ser y estar» y dar a nuestros clientes un verdadero ASESORA-**MIENTO INTEGRAL** a los problemas que nos plantean.

El cliente necesita de una asesoría de cabecera fuerte y estructurada, sin que -como ha pasado hasta hace muy poco tiempo- tengan que buscar en otros despachos lo que pueden encontrar en el nuestro. Muchos de nosotros no lo hemos sabido exponer debidamente y nos tienen un poco «encasillados» en los ámbitos laborales y fiscales, pero no por culpa de los clientes, sino por nuestra limitación personal y geográfica que nos impide ver más allá de un recorrido habitual y cíclico que limita nuestro campo de acción a realizar lo de siempre sin buscar evolución natural de forma y fondo del verdadero asesoramiento empresarial.

Esa tendencia ha cambiado radicalmente: Nuestro Grupo es puntero en búsqueda de dar el asesoramiento integral a la empresa derivado de todas las modificaciones y nuevas obligaciones que se exige en el marco socio laboral de las micro, pequeñas y medianas empresas donde nuestro nicho de mercado es el más habitual con soluciones sencillas y donde un cliente puede ser atendido desde lo más básico a lo más complicado que pueda existir para ellos, convirtiéndonos en consultores más que en tramitadores.

Cada despacho no forma parte de una provincia limitada, sino de provincias AUMENTADAS, ya que mi despacho, por poner un ejemplo -Toledo- no lo forman las 15 personas que dan servicio físico y directo, sino los 650 profesionales de ADADE que aun no estando presencialmente en mi despacho sé que puedo contar con ellos, pero lo más importante es que NUESTROS CLIENTES TAMBIÉN.

¿Nos hemos parado a pensar que si un cliente tiene un problema –por poner otro ejemplo geográfico- en Zaragoza y forma parte del despacho de ADADE en Toledo, no tenemos más que coger el teléfono y brindar a nuestro cliente que se pase por ese despacho y puedan asesorarle como si estuviese en el nuestro? ¿Apreciamos el valor añadido de grupo y la valoración que hace el cliente de esa gestión? Los clientes, por experiencias propias, si, totalmente.

El Grupo ADADE ha sabido ver e implantar esa visión grupal y corporativa necesaria para poder afrontar el futuro con éxito y mantenimiento de unos despachos cada vez más «angustiados» por la carga de novedades legislativas que soportamos y con la inmediatez de los trabajos a desarrollar fruto de la presión con que la Administración «regala» a sus administrados que han «osado» a convertirse en pequeñas o medianas empresas.

La MOTORIZACIÓN con continuos cambios legales; la LIMITACIÓN de nuestra oferta como despachos individualmente tratados; la DIGITALIZACIÓN de forma y modo de trabajar totalmente distinto a como se venía trabajando habitualmente y la GLOBALIZACIÓN del sector con una necesidad de cubrir territorio nacional e internacional son retos que el Grupo ADADE ya ha afrontado y que tiene en su ADN Empresarial a disposición de todos sus clientes presentes y futuros.

No soy yo el que aquí vaya a describir el portfolio de servicios que tenemos, pero sí cada uno de los asociados, partners, colaboradores y, por supuesto y primordial, todos los profesionales que formamos cada uno de los despachos integrantes del Grupo. Esa es su labor y traerá unos frutos apetecibles y seguros.

Experiencias de este tipo se están ya haciendo en muchos despachos con resultados muy satisfactorios apoyados en nuestra marca: ADADE.

La integración en un grupo debe ser convencida y trabajada. Que nadie espere que por el hecho de «estar» vaya a «ser» una fuente de negocios sin más: Sin la implicación y el compromiso de todos los miembros de cualquier asociación el éxito no existe, pero cumpliendo con esos cánones, seremos punteros y reconocidos por nuestros clientes y

nuestra competencia, manteniéndonos en esa posición privilegiada que actualmente gozamos en el sector fruto de nuestra expansión en el sentido integral del término.

Le preguntaron una vez a Henry Ford que cuál era el secreto de su éxito. Henry Ford contestó «... el trabajo en equipo es la fuente del éxito...».

José Luis García Núñez

Presidente



El Grupo ADADE/E-Consulting vuelve a ocupar el noveno lugar en el ranking de Expansión y El Economista

El Diario EXPANSIÓN ha publicado recientemente el prestigioso RANKING sobre las firmas de servicios profesionales en España, como cada año. Para ADADE/E-CONSULTING, una vez más, es un honor ser parte de dicho RANKING, figurando entre los diez primeros, en esta ocasión en el noveno lugar, fruto de la confianza de nuestros clientes hacía nuestro Grupo, así como del trabajo diario de todos nuestros equipos de profesionales, en el servicio integral de asesoramiento a la empresa, en un año especialmente difícil como ha sido el 2020.

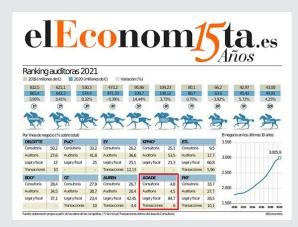
El ranking, referido a cifras cerradas el último año (31/12/2020), posiciona al GRUPO ADADE/E-Consulting en noveno lugar, por volumen de facturación, además este ranking también refleja la importancia del negocio de las firmas de servicios profesionales como grandes generadoras de puestos de trabajo.

Igualmente, el Ranking publicado por el diario económico El Economista sitúa al Grupo ADADE/E-Consulting en el noveno lugar.

Tal y como cita ECONOMIST & JURIST en un reciente artículo referido al TOP TEN de las grandes compañías de servicios profesionales de España «... Por su parte, ADADE ha dado otra sorpresa y se vuelve a colocar en el noveno puesto (tras perder éste en el ejercicio anterior) al aumentar un 5,7%...».

El ránking de EXPANSIÓN incluve a las mayores firmas de servicios profesionales presentes en España que prestan servicios en las áreas de auditoría, consultoría, legal y asesoramiento en transaccion El listado está encabezado por Deloitte, PwC, EY y KPMG e incluye a otras cuarenta empresas del sector. En conjunto, las compañías facturaron en su pasado ejercicio fiscal 2020 un total de 3.334 millones de euros, un 4,1% más, y generaron más de 32.000 empleos en el país, según los datos facilitados por los grupos.

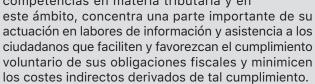
Empresa	Facturación (mill.€)	Var. 20/19 (%)
Deloitte	865,4	4
PwC	642,2	3,4
EY	574,4	8,3
KPMG	471,7	-0,3
ETL Global	109,7	14,4
BD0	108,12	3,7
Grant Thornton	80,7	0,7
Auren	63,6	-3,9
Adade e-Consulting	45,43	5,7
PKF Attest	44,91	4,2
Mazars	41,5	7
Crowe Spain	38,63	9,6





El Grupo Asesor ADADE firma Convenio de Colaboración Social con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Castilla y León, aumentando así los que ya tiene firmados con la mayoría de las Comunidades Autónomas

El pasado día 16 de marzo el Grupo Asesor ADADE ha firmado un Convenio de colaboración social con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad de Castilla y León, dicha tiene atribuidas las competencias en materia tributaria y en



En virtud de este convenio, la Consejería de Economía y Hacienda autoriza a la Agrupación de Asesorías de Empresas (ADADE), para que sus profesionales, adheridos al convenio, puedan realizar por vía telemática en representación de terceras personas la presentación y el pago de las autoliquidaciones de



tributos gestionados por la Comunidad de Castilla y León y de ingresos de derecho público cuya titularidad corresponda a la Administración de la Comunidad.

Este convenio pretende facilitar a los ciudadanos el cumplimiento voluntario de

sus obligaciones fiscales y minimizar los costes indirectos derivados de la presentación y remisión a la Administración tributaria de la Comunidad de Castilla y León de autoliquidaciones tributarias y documentos recaudatorios.

Con la firma de este Convenio de Colaboración con la Consejería de Economía y Hacienda de Castilla y León, el Grupo Asesor ADADE tiene Convenios firmados con la mayoría de las Comunidades Autónomas y esperamos que pronto estemos presentes en todas ellas.



¿Sabías que?



El International Accounting Bulletin ha publicado los resultados de su Sondeo Mundial 2020, y Allinial Global ocupa ahora el segundo lugar entre las mayores asociaciones de contabilidad del mundo.

Después de crecer un 36%, nuestro tamaño se ha duplicado en los últimos cinco años, alcanzando un total de 229 firmas asociadas con ingresos colectivos que superan los 4.000 millones USD.

La Fundación ADADE ha realizado a lo largo de este primer semestre diferentes desayunos de trabajo *online* sobre temas de gran actualidad, en abierto, para asociados, clientes y público interesado

La Fundación ADADE, junto con el GRUPO ADADE/E-Consulting, ha llevado a cabo en los últimos meses diferentes Desayunos Formativos Online, sobre temas de gran actualidad, en abierto y de forma completamente gratuita, que pudieron seguir muchos compañeros, clientes y público interesado, a través de la Plataforma «YouTube».

El formato que viene realizando la Fundación desde febrero de este año, fue creado para compartir, temas de actualidad referido a los despachos profesionales, y compartir experiencias prácticas de aplicación profesional, contando, además, con la presencia de profesionales contrastados en cada uno de los distintos temas a

Estos son los temas abordados hasta

NUEVAS AYUDAS A LOS AUTÓ-NOMOS. RDL 02/2021 / 8 febrero



Con la participación de la Mutua de la Seguridad Social ASEPEYO, las ponencias corrieron a cargo de dos técnicos de esta entidad, Prado Santos y Pablo Rodríguez. Los organizadores agradecieron a los ponentes sus exposiciones y al Director Autonómico de ASEPÉYO de Castilla la Mancha, Miguel García, todas las facilidades prestadas para el desarrollo del desayuno.

CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD / 25 febrero



En esta ocasión se contó con el apoyo institucional de INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad), y fue Luis Hidalgo, de Relaciones Institucionales y Estrategia de este organismo, quién hizo la presentación referida. Compartió los aspectos clave de los riesgos más habituales que sufren las empresas, y como hacerles frente.

ASPECTOS PRÁCTICOS DE LOS PLANES DE IGUALDAD EN LAS EMPRESAS / 24 marzo



Los planes de igualdad han venido para quedarse, además, algunas empresas deberán elaborar una auditoría salarial, y todas las empresas, absolutamente todas, deben tener un registro retributivo. Los ponentes invitados fueron esta vez Germán Cañavate Buchón, Director Técnico en OTP y Agente de Igualdad, y Laritza M. Machín Rincón, Profesora en la Universitat Jaume I. de Castellón.

TRANSPOSICIÓN QUINTA **DIRECTIVA EUROPEA DE PREV. BLANQUEO DE CAPITALES /** 22 abril



El ponente fue Luis Rubí Blanc, Socio Director en Rubí Blanc Abogados, S.L. En la jornada se dieron a conocer las reformas normativas, tanto nacionales como comunitarias en preparación y que son de inminente aplicación, y tener conocimiento de los deberes a cumplimentar en la materia para evitar responsabilidades, que se pueden derivar para los despachos profesionales que incumplan esta normativa

TELETRABAJO Y CIBERSEGURIDAD / 29 Abril



Miriam Puente García, Técnico de Ciberseguridad para Empresas en el INCIBE, expuso su ponencia con un marcado mensaje a las pymes de fijarse objetivos como garantizar la seguridad de toda la información y los recursos gestionados cuando se teletrabaja, y concienciar a los empleados de la importancia de cumplir dichas medidas de seguridad. La Fundación ADADE agradeció el apoyo institucional de INCIBE.

RESOLUCIÓN DE DUDAS TRAS LA PUESTA EN MARCHA DEL **REGISTRO RETRIBUTIVO /** 27 mayo



El primer ponente Dr. Guillermo García González, Doctor en Derecho. Profesor Titular de Derecho del Trabajo y Seguridad Social (UNIR), Abogado. Of Counsel ADADE, hizo una detallada foto del REGISTRO RETRI-BUTIVO. A continuación, Germán Cañavate, director Técnico en OTP, Agente de Igualdad y Of Counsel de AMALTEA IĞUALDAD detalló como manejar la herramienta ofrecida por el ministerio, con un nivel de complejidad medio alto.

Si te los perdiste puedes verlos en el canal de YouTube del Grupo ADADE / E-Consulting: https://www.youtube.com/playlist?list=PLA-bfXgKffWB-4TjFK_fxGC-lrJlEhBdL

El Grupo Asesor ADADE/E-Consulting participó en la Jornada «Concursos para continuar, concursos para cerrar y normativa de segunda oportunidad» organizada por AESAE, en colaboración con CEOE y CEPYME

En el contexto de la compleia situación económica por la que están pasando gran parte de las empresas españolas, AESAE, AGRUPACION ESPAÑOLA DE SERVICIOS AVANZADOS A EMPRESAS, en colaboración con CEOE y CEPYME, celebró el pasado jueves día 25 de marzo una exitosa Jornada con un tema de máxima actualidad: «Concursos para continuar, concursos para cerrar y normativa de segunda oportunidad».

El Evento, que tuvo lugar por streaming desde las instalaciones de la CEOE, trató desde diferentes perspectivas algo que muchas empresas se están viendo obligadas a plantearse: realizar un Concurso de Acreedores.

Nuestro compañero, el Dr. Ramón Ma Calduch Farnós, Economista, Auditor, Abogado, Dr. en Derecho, Of Counsel de ADADE y Presidente de la FUNDACIÓN ADADE, desarrolló su ponencia sobre las «Estrategias y aspectos prácticos a tener en cuenta en todo procedimiento concursal», cerrando la jornada con su intervención.

Además, intervinieron doña Beatriz Grande, Vicepresidenta de AESAE y miembro de la Junta Directiva de CEOE, ejerciendo como presentadora y moderadora, junto con D. Gregorio Izquierdo, quien dio la bienvenida a los asistentes.

Los otros ponentes fueron D. Miguel Sánchez Iniesta, Socio Director Adjunto y Responsable en el área mercantil de ACOUNTAX, y D. Carlos Rodríguez Vallecillo, Socio en ESTUDIO JURÍDICO EJA-SO-ETL GLOBAL.

El Presidente de la Fundación ADADE y Presidente de AESAE, Ramón Mª Calduch, participa activamente en la Asamblea General 2021 de CEOE, en la que los empresarios han cerrado filas en torno al Presidente Garamendi

Efectivamente, Garamendi recibió una ovación de la CEOE, tras la polémica de los indultos, al inicio de la Asamblea General de dicha entidad, celebrada el 23 de junio de 2021. De esta forma, la CEOE cerró filas en torno a su presidente, después de una semana de duras disputas internas por la posición de la patronal ante los indultos.

El presidente de la patronal también endureció su discurso, tal y como le exigían los miembros más críticos dentro de la organización. La ovación de los miembros del Comité Ejecutivo supone también un cierre de filas de la patronal en torno a su presidente.

Se trata de un momento clave para las empresas, en unos momentos en los que se está negociando el diálogo social, la reforma laboral y la de las pensiones. Además, en las próximas semanas deberían empezar las conversaciones sobre



la futura subida del salario mínimo interprofesional. En este contexto, la patronal necesitará una posición firme para ejercer presión en el diálogo social a la hora de fijar una normativa que realmente importa a las empresas.

Los miembros de la patronal han aprobado por unanimidad todos los puntos del orden del día, incluida la Memoria de actuaciones del año 2020, así como las cuentas para el año 2021 propuestas por el Comité Ejecutivo, liderado por Garamendi.

En palabras del Presidente de la Fundación ADADE, Ramón Ma Calduch, con respecto a la «contrarreforma laboral», el Presidente de la CEOE ha sido muy contundente con la propuesta del Ministerio de Trabajo: «Hoy por hoy tenemos una posición frontal, y no podemos aceptar una propuesta que no moderniza el mercado laboral, sino que lo constriñe». También se ha referido a las propuestas de armonización fiscal en España y en su opinión, lo que necesita España son «más bases imponibles y menos tipos».

A través de la Asociación Española de Servicios Avanzados a Empresas (AESAE), a la que pertenece ADADE, su Presidente Ramón Ma Calduch va a seguir dando su apoyo a la posición del Presidente Garamendi, en los temas indicados.

El Grupo Adade/E-Consulting ha firmado un Convenio de Colaboración con la empresa FOCUS Partners



ADADE, De izq. a dcha. Agustí Sánchez, Lluís González, Josep Castellá, y Ramón Mª Calduch.

A la firma del acuerdo asistieron por el Grupo ADADE, D. Ramón Ma Calduch, presidente de la Fundación ADADE y D. Josep Castellá, CEO de FOCUS Partners, además de los directores del área Jurídica y Fiscal-contable del despacho de Adade/E-Consulting en Barcelona, D. Lluís González y D. Agustí Sánchez. D. Josep Castellá es licenciado en Ciencias Empresariales y MBA (ESADE 88), con más de 14 años de experiencia, como Directivo en multinacionales y empresas familiares, ocupando diversas posiciones de Top-Management, además de disponer de una larga trayectoria como Analista Financiero (Delegación Catalana del Instituto Español de Analistas Financieros ('89) y miembro de su Junta Directiva a lo largo de 6 años. Desde septiembre de 2019 es también vocal y miembro fundador de la Comisión de «Financiación Empresarial» de la Cámara de Comercio de Barcelona. La Consultoría Financiera FOCUS Partners, con más de 17 años de recorrido, está especializada en encontrar y gestionar soluciones financieras para las Pequeñas, Medianas empresas y autónomos.

Además, lleva más de 15 años negociando y gestionando financiación con más de 100 proveedores

financieros nacionales e internacionales. Está espe-

cializada en financiación bancaria pública, privada,

Fondos de deuda, Private Equity, Capital riesgo, Plataformas Fintech, Crowdlending, acompañamiento a cotizar en Mercados de capitales como BME Growth (antes MAB), Alternext, etc., siempre al servicio de las empresas clientes, para encontrar y diseñar, junto con los proveedores financieros, las soluciones que mejor se adapten a la necesidad de cada situación.

Desde la experiencia de ayudar a financiarse a las empresas, en FOCUS Partners han creado sinergias entre sus diferentes áreas de negocio. Así mismo, tienen un Departamento exclusivo de Financiación Inmobiliaria para dar salida y solución tanto a promotores y constructores como a particulares (Hipotecas).

Desde el Grupo ADADE/E-Consulting celebramos esta nueva alianza que estamos seguros redundará en el beneficio a todos los asociados de nuestro Grupo empresarial, así como a ambas entidades en las sinergias que significarán los indudables puntos de encuentro entre nuestros sectores empresariales.









ADADE y la Fundación ADADE se adhieren al «Pacto Digital para la protección de las personas de la Agencia Española de Protección de Datos»

Tanto ADADE como la Fundación ADADE se han adherido al PACTO DIGITAL PARA LA PROTEC-CIÓN DE LAS PERSONAS que promueve la privacidad como un activo para organizaciones públicas

Mar España, Directora de la Agencia Española de Protección de Datos, en diferentes misivas agradece a ADADE y a la Fundación ADADE la adhesión a la iniciativa de la AEPD «Pacto Digital para la Protección de las Personas».

Igualmente reconoce la confianza depositada en la AEPD, y, a efectos de que desde ambas entidades se pueda llevar a cabo la mayor difusión pública del Pacto y de sus compromisos, a través de los canales de comunicación propios de la organización, les adjunta el certificado acreditativo del reconocimiento como «Entidad Adherida al Pacto Digital para la Protección de las Personas».







Entre los principios que se recogen en el PACTO DIGITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS se encuentra impulsar la transparencia para que los ciudadanos conozcan qué datos se están recabando y para qué se emplean, promover la igualdad de género y la protección de la infancia y las personas en situación de vulnerabilidad, o garantizar que las tecnologías eviten perpetuar sesgos o aumentar las desigualdades existentes, evitando la discriminación algorítmica por razón de raza, procedencia, creencia, religión o sexo, entre otras.

Mediante la adhesión al PACTO DIGITAL, las entidades se comprometen a implantar los principios y recomendaciones recogidas en el mismo, así como a difundir entre sus empleados y usuarios el canal prioritario para solicitar la eliminación urgente de contenidos sexuales y violentos en internet, así como otros recursos y herramientas para ayudar a la concienciar sobre el valor de la privacidad y la importancia del tratamiento de los datos personales.

La relación completa de las entidades adheridas al mismo, así como la información completa sobre el mismo, se puede consultar en la página de la Web creada por la AEPD específicamente para ello (https://www.aepd.es/es/pactodigital).

Encuentro online de Ramón Mª Calduch, Grupo ADADE, con Ozgür Demirdöven, nuevo director regional para EMEIA de ALLINIAL GLOBAL

El encuentro con Özgür Demirdöven y Chris Robinson tuvo lugar el 1 de junio a través de una plataforma online, el principal motivo de la reunión fue comunicar de forma personal lo que ya se anunció el pasado 22 de abril de 2021, cuando Allinial Global informó que Özgür Demirdöven había sido nombrado Director Regional, EMEIA, comenzando su nuevo papel el 1 de mayo de 2021 en preparación para la próxima jubilación de Chris Robinson, quien ha servido como director de la región EMEIA desde 2017 hasta este próximo 30 de junio.



Özgür que cuenta con 25 años de experiencia dirigiendo funciones de servicios profesionales, auditoría, finanzas, marketing, operaciones y ventas en organizaciones multinacionales y empresariales, tiene, además, un profundo conocimiento tanto de la profesión contable como de las tendencias empresariales globales, así como amplia experiencia laboral en toda Eurasia y el Reino Unido en PricewaterhouseCoopers (PwC), General Electric (GE), Prysmian Group y Turkcell.

Durante el encuentro Ramón Mª Calduch le dio una cordial bienvenida en su nuevo puesto, en nombre del GRUPO ADADE/E-Consulting, y le deseo mucha suerte en esta próxima etapa. También tuvieron ocasión de cambiar impresiones sobre la situación empresarial global, de lo que quieren y necesitan las firmas de despachos profesionales tanto en Europa como concretamente el caso de nuestro país y nuestro Grupo empre-

A vueltas con los canales de denuncia: en mi opinión un nuevo tema que nos pilla a «contra-cultura»



Ramón Ma Calduch

Economista, Abogado, Dr. en Derecho, Auditor Oficial de Cuentas y Antropólogo Of Counsel de ADADE/E-Consulting

El próximo 17 de diciembre de 2021 expira el plazo para que España transponga la Directiva comunitaria 2019/1937 relativa a la protección de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión Europea, conocida asimismo como Directiva sobre Whistleblowers, para las empresas con 250 o más empleados (para aquellas de entre 50 a 249 empleados, el plazo finaliza en 2023).

Las empresas con menos de 50 trabaiadores o los municipios con menos de 10.000 habitantes podrán ser eximidos de la obligación de implantar un canal de denuncias interno.

Dicha Directiva establece un marco jurídico armonizado para toda la Unión Europea, estableciendo unas normas mínimas comunes en todos los estados de la UE, para garantizar una protección efectiva de aquellas personas que, en el seno de organizaciones públicas o privadas, denuncien o aporten información relativa a infracciones del Derecho de la Unión.

Adicionalmente, la Directiva establece la obligación para las entidades del sector público y privado, de implantar canales y procedimientos de denuncia interna y la obligación dirigida a los Estados, para que adicionalmente, establezcan canales y procedimientos de denuncia externa, independientes y autónomos.

Se establece un catálogo de irregularidades o infracciones en las que el denunciante gozará de la protección de la Directiva. También resulta extenso el número de sujetos que pueden ser objeto de protección, en las que además de los trabajadores asalariados y funcionarios, se adicionan los no asalariados, los accionistas, miembros de los órganos de administración, dirección o supervisión de una sociedad, los voluntarios y becarios en prácticas, los empleados de contratistas, subcontratistas y proveedores.

Además de a los denunciantes, la protección se podrá extender a los que le hayan ayudado a interponer la denuncia, compañeros de trabajo o familiares y a las entidades jurídicas propiedad del denunciante o para las que trabaje o mantenga cualquier relación de tipo laboral.

Una vez interpuesta la denuncia, las entidades tendrán tres obligaciones principales: a) garantizar la confidencialidad, b) dar respuesta al denunciante y c) corroborar los hechos denunciados.

Los denunciantes tendrán a su alcance distintos canales de denuncia a los que podrán acudir, si bien, deberán seguir el siguiente orden de prioridad:

El denunciante deberá a comunicar las irregularidades de las que haya tenido conocimiento a través de los canales de denuncia internos establecidos en la propia entidad.

En el caso de que los cauces internos no den el debido curso a las denuncias presentadas o que no se disponga del citado canal, el denunciante podrá denunciar por los canales de denuncia externos dispuestos por las autoridades competentes designadas por cada Estado.

Como última ratio, y de forma subsidiaria a los canales anteriores, el denunciante tendrá la posibilidad de realizar una revelación pública de las infracciones o irregularidades, pudiéndose acoger a la protección que brinda la presente Directiva si ha denunciado previamente por los canales internos y externos habilitados sin obtener un resultado satisfactorio, o si existe un peligro inminente y manifiesto para el interés público.

La implementación de todos estos requisitos exigidos por la Directiva obligará a muchas entidades a realizar profundas modificaciones en los canales de denuncia que ya tengan implementados, para adaptarlos a la nueva normativa. Es por ello que, para facilitar la implantación de los canales de denuncia interna, se prevé que la gestión pueda ser realizada internamente, por una persona o departamento encargado al efecto, o también externalizada a un tercero externo.

También se verán obligadas las entidades del sector privado y público a abrir dichos

El denunciante tendrá la posibilidad de realizar una revelación pública de las infracciones o irregularidades



ALARIS AUDITORES, UN SERVICIO PRÓXIMO Y TRANSPARENTE BASADO EN EL DIÁLOGO Y NO EN IMPOSICIONES

ALARIS, firma nacional e internacional de auditoría y consultoría, pertenece al Grupo ADADE, agrupación de reconocido prestigio que presta servicios profesionales de ámbito nacional e internacional, dirigidos principalmente a la pequeña y mediana empresa y que pone a su disposición una infraestructura técnica y de personal altamente cualificado.

SERVICIOS:



Más de 500 miembros y más de 40 oficinas a su disposición

canales de denuncias a terceros ajenos a las entidades, permitiendo que puedan acceder y comunicar hechos supuestamente irregulares, lo que, sin duda, generará situaciones conflictivas cuando exista un trasfondo laboral (en caso de extrabajadores) o contractual mercantil (en caso de proveedores, contratistas, etc.) o acuerdos de confidencialidad.

Finalmente, la Directiva prevé que se establezca un régimen de sanciones para las personas físicas o jurídicas que impidan o intenten impedir las denuncias, adopten medidas de represalia o abusivas o incumplan el deber de confidencialidad. También se prevé sanciones proporcionales y disuasorias hacia los denunciantes que hayan obrado de mala fe, comunicando o revelando públicamente información falsa.

El desarrollo de la cultura de cumplimiento o «compliance» ha provocado que en las últimas décadas se haya producido un cambio de perspectiva en cuanto a la concepción del deber de buena fe contractual que ha de presidir las relaciones en el mundo de la empresa.

Desde la aparición del artículo 31 bis de nuestro Código Penal, por el que las sociedades mercantiles pueden ser penalmente responsables, cuando hasta entonces esto era una enteleguia, ya que estaba asumido que «societas delinquere non potest», hasta las adhesiones al Código de Buenas Prácticas Tributarias y ahora con esta Directiva Comunitaria, sobre los canales de denuncias, se podría decir que en la Unión Europea ha triunfado el derecho y los usos consuetudinarios provenientes del universo anglosajón.

Y este es el motivo del enunciado de este escrito, cuando digo que todo ello nos pilla (se entiende a los latinos) a contra-cultura. Porque, hablemos claro, nos referimos a los whistleblowers (denunciantes), para eludir referirnos al «puñetero chivato» mal visto, de toda la vida. Claro, en inglés suena más suave y, sobre todo, si vas al traductor, los whistleblowers son «denunciantes» (por el bien de todos), que en nada se parecen a los odiosos chivatos de toda la vida.

Lo de las cuestiones culturales, si nos vamos más lejos del pequeño mundo latino/ anglosajón, en el que tal como hemos dejado sentado se están llevando el gato al agua los anglosajones (y sino al tiempo), siempre me ha generado y sigue generando un cierto sentido contradictorio.

Pongamos por caso un tema muy simple, y que yo he vivido muy de cerca: criado en una pequeña localidad de la costa mediterránea, crecí con el concepto profundo de que el chivato de clase era alguien abominable, insociable y poco menos que un traidor al colectivo de alumnos de la clase. Más adelante, ya con hijos, por circunstancias de la vida, aterrizando en China, me encuentro con que, en dicho país, cuando el profesor pregunta en clase «¿quién ha sido?», por cualquier travesura de un alumno, aquel «compañero» que identifica al que ha sido, no solo no es un maldito chivato, sino que además está bien visto por el resto de alumnos.

Profundizando, acabas entendiendo que se trata de una sociedad que prioriza el interés colectivo a la libertad individual. Y no le das más vueltas: «ellos son así...».

El tema se complica cuando te das cuenta que, en temas de alto calado, como en cuestión de derechos humanos, la aplicación de esta prevalencia del bien colectivo sobre la libertad individual o viceversa, no solo es objeto de instrumentalización política, sino que se trata de un modelo de sociedad en el que quien defienda la libertad individual lleva todas las de perder. Y va no es cuestión de que sea o no un modelo oriental, sino de que aquí, también en occidente es lo que nuestros dirigentes actualmente nos están vendiendo.

En fin, que me he ido del tema y lo que quería comentar es que la Directiva (UE) 2019/1937, de 23 de octubre de 2019, relativa a la protección frente a represalias de las personas que informen sobre infracciones del Derecho de la Unión, conocida como Directiva Whistleblowing (esto es, de quien «sopla el silbato» o denunciante), tiene como objetivo posibilitar, incentivar y facilitar las denuncias internas por parte de las personas que, en su contexto laboral, tengan conocimiento de las irregularidades que afecten a la normativa europea.

Y que, como defiende una amiga mía: «el establecimiento de canales de denuncia internos que cumplan con todas las garantías y con la normativa europea sobre la materia, no ha de verse solo como una obligación legal, sino como una oportunidad para profundizar y avanzar en la cultura de compliance, la cual es fundamental para mostrar el compromiso ético de la empresa, para aportar seguridad a sus clientes, accionistas y colaboradores y para llevar a cabo una investigación interna exitosa».

También se prevé sanciones proporcionales y disuasorias hacia los denunciantes que hayan obrado de mala fe. comunicando o revelando públicamente información falsa

Sobre la página web corporativa y su adaptación normativa: lo que hay que saber



Esteve Gimeno Gas

Abogado en ADADE
Tarragona SAP
Of Counsel en AMALTEA
Protección de Datos

INTRODUCCIÓN

La página web corporativa de una compañía constituye su mejor carta de presentación, por lo que termina siendo la mayor evidencia sobre si una empresa se encuentra o no adaptada a la normativa en materia de protección de datos personales.

En este sentido, el hecho de adaptar la página web de nuestra compañía a la normativa en materia de protección de datos no sólo constituye una actuación dentro del cauce legal establecido, sino que otorga a nuestra compañía un valor añadido en cuanto al tratamiento de los datos personales que en ella efectuamos, lo que cada vez viene siendo más valorado por parte de nuestros clientes. Para adaptar a la normativa vigente nuestra página web debemos de atender, principalmente, a tres regulaciones:

- El Reglamento (UE) 2016/679, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos [RGPD].
- La Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales [LOPDGDD].
- La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico [LSSICE].

En consecuencia, en lo que a la **normativa en materia de protección** de datos se refiere [**RGPD y LOPDGDD**], toda página web corporativa deberá incluir en ella las siguientes previsiones:

- AVISO LEGAL: dicho texto tiene como objetivo identificar el titular del dominio web y responsable del tratamiento de los datos personales que en ella se efectúe.
- POLÍTICA DE PRIVACIDAD: en este segundo texto normativo se recoge la política seguida por la compañía en materia de protección de datos, política que, en todo caso, debe incluir los siguientes ítems: la identificación del responsable del tratamiento de datos, los fines y legitimación del tratamiento, el tratamiento de datos especialmente protegidos [categorías especiales de datos], los criterios de conservación de datos, las posibles comunicaciones y/o cesiones de datos a terceros, las posibles transferencias internacionales de datos, la posible ejecución de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, así como los derechos que asisten a los usuarios y los datos de contacto donde poder dirigirse a la hora de ejercer dichos derechos.
- POLÍTICA DE COOKIES: según la normativa de la UE, las cookies que requieren el consentimiento informado por parte de los usuarios son las cookies de carácter analítico, las de carácter publicitario y las de afiliación, esto es, aquellas que tienen como finalidad el análisis de los servicios prestados y la ejecución de publicidad relacionada con las preferencias de los usuarios a partir de la elaboración de un perfil de los hábitos de navegación [páginas web visitadas], quedando exceptuadas de requerir consentimiento las de carácter técnico y las necesarias para el correcto funcionamiento del sitio web o la prestación de los servicios expresamente solicitados por el usuario.

En este contexto, el texto normativo que regule la política de cookies de nuestra compañía deberá recoger la

Toda página
web corporativa
deberá incluir
en ella las
siguientes
previsiones:
aviso legal,
política de
privacidad y
política de
cookies

definición de cookie y el tipo de cookies que existen, las cookies utilizadas en nuestro sitio web [con identificación del nombre, tipo, propiedad, finalidad y plazo], así como el modo de configurarlas desde los navegadores más comunes, incluyendo el mecanismo de eliminación de las cookies del dispositivo, la forma de ajustar la configuración de privacidad y cookies en el navegador, así como la posibilidad de bloquearlas.

En referencia con este extremo, el texto normativo sobre la política de cookies deberá ir precedido de un banner o pop-up previo sobre la advertencia del uso de cookies propias y de terceros que posibilite la «aceptación» o «rechazo» de las cookies por parte del usuario web, evitando la fórmula «aceptar todo», banner que deberá permanecer visible hasta que el usuario web haya aceptado o rechazado la instalación de las cookies. En este sentido, el banner o pop-up deberá incluir un enlace a la política de cookies, siendo necesario que el usuario pueda disponer en todo momento de la posibilidad de activar y desactivar las cookies, así como de la posibilidad de continuar navegando [esto es, acceder al sitio web y a sus funciones] a pesar de no haber autorizado el uso de cookies mediante la opción «rechazar» [salvo las estrictamente necesarias que no requieran de consentimiento previo], pues de lo contrario estaríamos limitando el derecho del usuario web a prestar libremente su consentimiento.

Uno de los aspectos más importantes en la aceptación de la instalación de cookies es el relativo al correcto registro de dichas aceptaciones, de tal modo que nos permita acreditar las mismas ante el propio usuario web o ante la AEPD en caso de que nos sea requerido, pues de nada nos servirá solicitar adecuadamente el consentimiento del usuario si no podemos acreditarlo.

EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A TRAVÉS **DE LA WEB CORPORATIVA**

Asimismo, si nuestra página web no se limita a ser una web de carácter visual, sino que ofrece la posibilidad a los usuarios de efectuar, a través de ella, el tratamiento de sus datos personales, mediante meca-



nismos tales como un formulario de contacto, un formulario de quejas y sugerencias, un formulario de suscripción, un foro, o un acceso para el envío del currículum vitae, entre muchos otros, se deberá acreditar que el usuario, con carácter previo al envío de sus datos personales, ha prestado libre y expresamente su consentimiento para que los mismos sean tratados por parte de nuestra compañía, consentimiento que se deberá recoger junto con el texto normativo que regule el tratamiento de datos, y en el que se deberá incluir, aunque resumidamente, los extremos recogidos en la política de privacidad.

Dichos extremos deberán ser informados en cada uno de los formularios o mecanismos de recogida de datos de los que disponga nuestra página web, siempre con carácter previo a qué el usuario preste su consentimiento al tratamiento de los mismos, y mediante una acción afirmativa expresa e inequívoca [checkbox no predeterminado], posibilitando asimismo que el usuario pueda retirar el consentimiento prestado en cualquier momento.

Al igual que ocurre en el caso del consentimiento para la instalación de cookies, uno de los aspectos más importantes en la prestación del consentimiento para el tratamiento de datos a través de la página web es el correcto registro de dichos consentimientos, de tal modo que nos permita acreditar las mismas ante el propio usuario web o ante la AEPD en caso de que nos sea requerido.

Para facilitar la comprensión de las cláusulas de consentimiento para el tratamiento de datos, existe la posibilidad de utilizar el denominado «sistema de capas», por el que la cláusula de consentimiento se integra por una «primera capa» que corresponde al texto resumido de los extremos anteriormente mencionados, con un enlace al texto extensivo que regula la política de

El banner o pop-up deberá incluir un enlace a la política de cookies, siendo necesario que el usuario pueda disponer en todo momento de la posibilidad de activar y desactivar las cookies



privacidad de nuestra web corporativa, denominado «segunda capa».

E-COMMERCE Y EMAIL MARKETING

Por su parte, en el supuesto que nuestra página web corporativa permita efectuar transacciones económicas mediante medios electrónicos [comercio electrónico] o efectúe operaciones de email marketing [correo electrónico comercial], la misma deberá encontrarse adaptada a las previsiones normativas de la LSSICE, por lo que deberá incluir en ella un texto con la información sobre los términos y condiciones de la contratación, que regule los siguientes extremos:

- Identificación de las personas contratantes.
- El objeto del contrato.
- El procedimiento seguido para efectuar la contratación.
- La forma de entrega del producto o de ejecución del servicio.
- El precio, la forma de pago, y los gastos de transporte, en su caso.

- La garantía asociada al producto o servicio.
- El mecanismo de devolución.
- El derecho que asiste al consumidor de desistimiento.
- El mecanismo para efectuar reclamaciones y la resolución de litigios.
- La ley aplicable al contrato y la jurisdic-

EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES A TRAVÉS DEL CORREO ELECTRÓNICO

Muchos de los datos comunicados a través del correo electrónico se incluyen dentro de la categoría de datos de carácter personal; un claro ejemplo de ello lo constituye la recepción y tratamiento de los currículums vitae a través del correo electrónico corporativo. Es por este motivo que, al igual que ocurre en la propia web corporativa, el tratamiento de datos personales efectuado por medio del correo electrónico debe adecuarse a la normativa vigente. Para ello, el pie de los correos electrónicos debe incluir los siguientes textos:

- Un AVISO LEGAL, que permita identificar el titular del dominio del correo electrónico.
- Una CLÁUSULA DE PROTECCIÓN DE DATOS [RGPD y LOPDGDD], que identifique los extremos recogidos en la política de privacidad, así como la posibilidad de presentar una reclamación ante la autoridad de control [AEPD].
- Una CLÁUSULA DE PUBLICIDAD [LSSICE], en aquellos supuestos en que el correo electrónico sea usado con fines comerciales o publicitarios [email marketing], posibilitando un mecanismo para que el usuario pueda ejercer su derecho a dejar de recibir información comercial.

Al igual que ocurre en el caso del consentimiento de los datos a través de la página web, existe la posibilidad de utilizar el denominado «sistema de capas», por el que podemos incluir un primer texto resumido en el pie del correo electrónico, denominado «primera capa», con un enlace al texto extensivo que regula el aviso legal y la política de privacidad de nuestra web corporativa, denominado «segunda capa».

El pie de los correos electrónicos debe incluir los siguientes textos: aviso legal, cláusula de protección de datos y cláusula de publicidad

EL NIVEL DE PROTECCIÓN DE NUESTRA PÁGINA WEB

De nada sirve que efectuemos un tratamiento adecuado de los datos personales de nuestros usuarios si nuestro propio dominio web no ofrece un nivel de protección adecuado, pues dichos datos se verán expuestos al uso ilegítimo por parte de hackers y ladrones de identidad. Para evitarlo, podemos instalar en nuestra página web un Certificado SSL [secure sockets layer o capa de conexión segura] que permita la transferencia de los datos entre el navegador y el servidor web de forma cifrada, disminuyendo el riesgo de robo y la adulteración de la información transmitida por parte de hackers y ladrones de identidad. Así, la instalación de un Certificado SSL permitirá al usuario autenticar la identidad del sitio web, ofreciéndole garantías de que no se encuentra ante una web falsa, al tiempo que nos permitirá cifrar la información que es objeto de tratamiento a través del dominio web.

Más allá de la instalación de un Certificado SSL, podemos proteger nuestro dominio web mediante la ejecución de copias de respaldo, la actualización de los *plugins*, o la comprobación de la adaptación a la normativa por parte de los responsables de las herramientas de terceros que utiliza nuestra web.

LOS BENEFICIOS DE LA ADAPTACIÓN NORMATIVA DE NUESTRA PÁGINA WEB

Para una correcta adaptación normativa de nuestra página web, todos los textos legales, anteriormente mencionados, deberán constar por separado y encontrarse visibles en el *footer* [pie de la página principal] de la web corporativa, a disposición de los usuarios de manera permanente, directa y gratuita, de modo que puedan ser consultados en cualquier momento.

El hecho que nuestra página web corporativa no incluya extremos tales como el aviso legal, la política de privacidad, la política de cookies, las condiciones generales de la contratación, o el consentimiento para el tratamiento de los datos, entre otros, evidencia que nuestra compañía no se encuentra adaptada a la normativa vigente en materia de protección de datos, lo que es un claro indicio de que nos encontramos al margen de la legalidad. En consecuencia, los beneficios que supondrá la adaptación de nuestra web a la normativa vigente serán múltiples, pues no solo comportará que el tratamiento de datos personales que a través de ella efectuemos encuentre amparo legal, sino que repercutirá positivamente en nuestra imagen y reputación corporativa, pues cada vez con más frecuencia nuestros clientes y usuarios valoran que efectuemos un tratamiento correcto y seguro de sus datos personales.

La instalación de un Certificado SSL permitirá al usuario autenticar la identidad del sitio web, ofreciéndole garantías de que no se encuentra ante una web falsa



ENTREVISTA

VALENTÍ PICH ROSELL, Economista, Auditor de cuentas, Director y gerente de varias entidades patronales, miembro del Consejo Tributario del Ayuntamiento de Barcelona, del Pleno de la Cámara de Comercio de Barcelona, miembro de Comité de Auditoría y de Contabilidad del ICAC, miembro de la Comisión de Codificación del Ministerio de Justicia, miembro de la Asamblea Directiva de la Confederación Fiscal Europea y de la Trilateral. Es vicepresidente del CILEA, autor de varios libros y profesor de Universidad, ha sido presidente del Registro de Fconomistas Asesores Fiscales.

¿Considera que la llegada de los fondos europeos y la apertura de la actividad pueden impulsar la economía española a unos porcentajes del 6% en este año y del 7% 2022?

Según las últimas previsiones realizadas desde el Consejo General de Economistas, en la línea de lo apuntado también por otros servicios económicos, este año creceremos alrededor del 6,3%, y algo menos en 2022, aunque estas cifras pueden ser mejores dependiendo del comportamiento de la pandemia y de lo eficaces que seamos con el destino de los fondos europeos.

No obstante, sin querer ser pesimistas, la nueva ola de contagios y las posibles medidas de restricción que se tomen para paliarlo, no resultan reconfortantes.

España es fundamentalmente un país turístico y de ocio, sectores muy penalizados por la pandemia. ¿Considera que se deberían de realizar más esfuerzos para no depender tanto de ellos, e intentar desarrollar más sectores como la industria al igual que sucede en otros países?

Aunque nuestro sector turístico y de ocio sea muy competitivo y bien valorado a nivel global, debemos valorar la necesidad de potenciar otros sectores productivos estratégicos para un crecimiento económico sostenido. En este sentido, las cifras relativas a un sector tan importante como el industrial son reveladoras. En 2019, último año que debemos tomar como referencia, el peso de la industria en el PIB era de alrededor del 15%, una cifra cinco puntos inferior a la de 2000 y que nos aleja del objetivo del 20% fijado por la UE para este año.

Hay que entender la industria desde una visión amplia poniendo en valor los muchos ámbitos que pivotan sobre este sector en cuanto a los componentes de servicios, o de investigación y desarrollo que la actividad industrial lleva aparejada.



Añadido a esto, hay que subrayar que el promedio de la cifra de negocio que tiene una empresa industrial española es 2,25 millones de euros, cuando la media de los países de la Unión Europea es de 4,17 millones de euros, lo que refleja que el tamaño de nuestras empresas industriales es pequeño comparado con los países de nuestro entorno, y el objetivo sería aumentar su tamaño para lograr los objetivos marcados, para lo que sin duda nos servirán las ayudas de la Unión Europea y las inversiones estratégicas 'España 5.0'.

En el ámbito tributario, ¿considera acertado el excesivo control que se está realizando por parte del Gobierno tanto a las SICAV como a las SOCIMI?

No creo que sea excesivo el control que se realiza, de hecho, no existía demasiado control sobre el cumplimiento de requisitos por parte de las SICAVs hasta la modificación que acaba de entrar en vigor por la ley 11/2021 de medidas de prevención del fraude, y estamos ante entidades con regímenes fiscales especiales más beneficiosos que el general.

Cuestión distinta es que estos regímenes puedan ser más o menos atractivos, pensando sobre todo en las SOCIMIs, para las que se ha establecido un nuevo gravamen sobre determinados beneficios no distribuidos.

El Registro de Economistas Asesores Fiscales dependiente del Consejo General de Economistas, publicó en el mes de marzo, un magnífico trabajo titulado «Panorama de la Fiscalidad Autonómica y Foral 2021» donde se realiza un estudio comparativo de la tributación en las diferentes comunidades autónomas y se observan las grandes diferencias entre algunas de ellas. ¿Considera que se debería reducir el poder de legislar a nivel tributario a las comunidades autónomas para así intentar evitar esos desequilibrios?

Esa armonización tiene algunas ventajas como evitar la competencia fiscal a la baja, hacer más fácil el cumplimiento tributario si se unifican los elementos esenciales de cada tributo (no la cuantía a pagar) o

la equidad entre los contribuyentes de los distintos territorios. El principal inconveniente es que puede lastrar la corresponsabilidad fiscal, que es muy importante en un Estado muy descentralizado como el que tenemos, para que cada Comunidad Autónoma pueda llevar a cabo una verdadera política fiscal eligiendo un nivel de gasto y recaudando los recursos necesarios para sufragarlo.

El Impuesto sobre el Patrimonio, surgió en el año 1978 de forma temporal y extraordinaria, siendo en la actualidad el único país europeo que lo tiene. ¿Considera que debería derogarse, dado que de alguna forma obliga a tributar dos veces por los mismos conceptos?

En casi todos los países existe alguna forma de hacer tributar la riqueza, al menos en determinados bienes como los inmuebles, y eso no significa que, técnicamente, exista una doble tributación, al igual que no existe doble tributación cuando tributamos, primero, por una renta y, después, por lo que consumimos con esa renta. Otra cosa es que en nuestro país gueramos o no tener el Impuesto sobre el Patrimonio que, en efecto, ha ido desapareciendo en muchos países, o tener en cuenta que se están gravando, por este tributo, bienes como los inmuebles que se hacen tributar ya en el IBI o, en algunos casos, incluso en el IRPF, aunque no tengan una rentabilidad dineraria para su propietario.

España es un país con muchísima regulación y conflictividad tributaria. En estos momentos por el Gobierno, se está queriendo confiar mucho en el Instituto de la MEDIACIÓN. Así, al margen de la mediación típica familiar, civil o mercantil, se están instaurando otras como la laboral e incluso la contencioso-administrativa para algunos supuestos.

¿Considera que se debería de poder aplicar también a la materia tributaria, e intentar reducir así un poco la conflictividad que tenemos tanto en los tribunales administrativos -TEAR; TEAC- como en la propia jurisdicción contencioso-administrativa?

Me parece que se debería explorar esta solución a la excesiva litigiosidad que tenemos en materia tributaria, aunque no es fácil en un sistema jurídico como el que tenemos (muy diferente al de países anglosajones) y cuando se trata de disponer de dinero público, porque esa es la naturaleza de lo recaudado vía impuestos.

Por último y cambiando de materia, en el estudio que realiza anualmente el Registro de Economistas Forenses –REFOR– dependiente de esa Consejo General, se publican las estadísticas de los concursos de acreedores que se presentan en España, siendo un 10 % de los que se presentan en países como Francia o Alemania.

¿Considera que la actual regulación en materia concursal, protege a los pequeños y medianos empresarios o por el contrario deberían de articularse algún procedimiento mucho más ágil para resolver la problemática concursal y de esta forma animar a utilizar más esta vía de solución?

Como ya hemos manifestado en alguna ocasión desde el Consejo General de Economistas, creemos que la legislación concursal en nuestro país está pensada para empresas de tamaño grande o mediano sin un capítulo adaptado a las peculiaridades de las micropymes y pequeñas empresas que proporcione un procedimiento específico, más económico, rápido y eficiente para empresas de menor dimensión que concursen, como se ha hecho en otros países como EEUU, Australia, India, Singapur...

Asimismo, mecanismos alternativos al concurso como la segunda oportunidad son escasamente utilizados en España a diferencia de lo que ocurre en otros países. Introducir reformas en este ámbito en el sentido de hacerlo más sencillo, menos formalista y más rápido, ampliarlo para personas físicas, pequeños empresarios y emprendedores, y limando los privilegios del crédito público podrían revertir su escasa utilización.

Los economistas somos los profesionales expertos en el asesoramiento empresarial a las empresas. Considera que las Administraciones Públicas deberían de contar más con esta profesión para ayudar/ colaborar con los tribunales, como por ejemplo crear el cuerpo de administradores concursales como hay en otros países?

El sistema concursal está basado en diversos profesionales; por un lado, los Jueces y Magistrados de lo Mercantil, órganos jurisdiccionales muy especializados y cuya especialización fue un acierto. Además, están los Letrados de la Administración de Justicia, que han incrementado sus competencias y también realizan un destacado papel, así como el resto del equipo de la oficina judicial. Por otro lado, los profesionales administradores concursales: economistas, titulares mercantiles, auditores y abogados, realizan asimismo cada uno desde su óptica profesional un papel de colaboración con la administración de justicia determinante.

No obstante, en sintonía con lo propuesto por la Directiva de Insolvencia, que se va a trasponer próximamente en nuestro país, se debería impulsar más la visión económica del concurso de acreedores y que no sea un mero procedimiento jurídico y procesal. En este sentido, promover más los acuerdos de refinanciación y reestructuración requerirá del asesoramiento económico de un profesional. Todo hace prever que vamos hacia una figura de asesor económico-financiero de la insolvencia o equipos mixtos económico-jurídicos.

Antonio Jesús Ramos Estall

ADADE Castellón

El registro retributivo. Buscando la igualdad



Encarna Ramos

Departamento Laboral Asesoría Antonio Pérez ADADE Almería

Con motivo de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, se inicia un camino para erradicar las conductas que atenten contra cualquier tipo de discriminación en el trabajo entre personas de distinto sexo.

Posteriormente se han ido desarrollando normas de diversa índole para conseguir establecer las normas materiales que nos conduzcan a esa igualdad real, entre las que se incluye la modificación del art. 28.2 del ET por el Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo y el real decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre hombres y mujeres.

En el capítulo III del Real Decreto 902-/2020, establece los instrumentos de transparencia retributiva, y concretamente en el art. 5 se crea el registro retributivo.

¿QUÉ ES EL REGISTRO RETRIBUTIVO?

Es un documento obligatorio, que deben implantar todas las empresas que tengan al menos un trabajador, incluyendo al personal directivo y altos cargos.

Deberá incluir los valores medios de los salarios, los complementos salariales y las percepciones extrasalariales de su plantilla, desglosados por sexo y distribuidos por grupos profesionales, categorías profesionales o puestos de trabajo iguales o de igual valor.

Deberá incluir también la media aritmética y la mediana desagregada en atención a la naturaleza de la retribución, incluyendo salario base, cada uno de los complementos y cada una de las percepciones extrasalariales.

En empresas con 50 o más trabajadores, cuando la media aritmética o la mediana de las retribuciones totales de un sexo sean superior a las del otro, al menos en un 25%, deberá justificar que dicha diferencia no se relaciona con el sexo de las personas.

Este registro se está implementando actualmente en todos los programas de gestión de nóminas, con lo cual las empresas deberán solicitarlo a los gestores de nóminas que tengan contratados para que les faciliten los registros retributivos, o recurrir a los servicios técnicos de los programas de gestión que utilicen para su implementación.

¿CUÁL ES SU OBJETIVO?

El objeto de este registro es garantizar la transparencia retributiva para cumplir con el principio de igualdad retributiva, regulado en el art. 28 del Estatuto de los Trabaja-

Resumiendo, se trata de evitar que, en dos puestos de trabajo con las mismas funciones, categorías y condiciones laborales, un trabajador pueda cobrar más que otro por razones de sexo.

¿QUIÉN PUEDE ACCEDER **AL REGISTRO?**

Las personas trabajadoras tienen derecho a acceder, a través de la representación legal de los trabajadores en la empresa, al registro salarial de su empresa. Si no existiera tal representación, la información que se facilitara al trabajador se limitara a las diferencias porcentuales que existieran en las retribuciones promediadas de hombres y mujeres.

Los representantes de los trabajadores si conocerán el contenido íntegro del mismo.

ÁMBITO TEMPORAL

El periodo temporal de referencia será con carácter general, el año natural. En consecuencia, actualmente todas las empresas deberán disponer del Registro Retributivo correspondiente al año 2020.

AUDITORÍA RETRIBUTIVA

Aquellas empresas que elaboren un plan de iqualdad deberán incluir en el mismo una auditoria retributiva.

El objetivo de esta auditoria es obtener la información necesaria para comprobar si el sistema retributivo de la empresa cumple con el principio de igualdad entre mujeres y hombres en materia de retribución.

El registro retributivo es un documento obligatorio, que deben implantar todas las empresas que tengan al menos un trabajador, incluyendo al personal directivo y altos cargos La vigencia será la misma que la del plan de iqualdad.

¿QUIÉN ESTÁ OBLIGADO A REALIZAR LA AUDITORÍA RETRIBUTIVA?

Todas aquellas empresas que estén obligadas a elaborar el plan de igualdad, que son las empresas con 50 trabajadores en adelante, aquellas que lo estipule el convenio colectivo o cuando lo establezca la autoridad laboral.

Las empresas que tengan menos de 50 trabajadores no están obligadas a realizar el plan de igualdad, pero pueden hacerlo de manera voluntaria.

Para las empresas que tengan entre 50 y 100 trabajadores, hay una moratoria hasta el 07/03/2022.

SANCIONES

La ausencia del registro retributivo podrá dar inicio a acciones administrativas y judiciales y/o a la aplicación de las sanciones por discriminación.

CONCLUSIONES

Desde nuestro departamento de asesoramiento Laboral entendemos que, desde un punto de vista finalista, es loable que el legislador prevea mecanismos dirigidos a conseguir una igualdad retributiva real en el seno de las empresas, donde la discriminación por sexo no afecte a los trabajadores en ningún ámbito, tampoco en el salarial. Dicho esto, nuestra experiencia en el ámbito práctico nos lleva a la consideración de que la discriminación por sexo entre personas que realizan funciones equiparables no existe de manera significativa en el mercado laboral español, siendo seguramente otras cuestiones las que merecerían una mayor atención por parte de gobierno y administración.

Además, queda la duda de si atravesamos un momento propicio para seguir aumentando la ya de por sí elevada carga burocrática o administrativa del tejido empresarial, que de un modo u otro derivará en un ligero incremento de carga de trabajo en despachos profesionales o departamentos de recursos humanos (que igual no es tan ligero cuando comiencen las comprobaciones e inspecciones); lo que inevitablemente terminará suponiendo algún coste



extra para unos y otros. Máxime cuando esta herramienta del registro retributivo que, insistiremos, puede parecer apropiada desde un punto de vista finalista; admite no pocos matices en ésta su primera versión, toda vez que la escala salarial de una empresa privada es algo más complejo que funciones, género y retribuciones.

El ordenado empresario -que nos recuerda al clásico jurídico del buen padre de familia (expresiones, ambas, denostadas en nuestro tiempo) – a la hora de fijar las retribuciones de su personal empleado suele preocuparse más, mucho más, de cuestiones como la formación, la experiencia o el desempeño diario, que del sexo de cada cual.

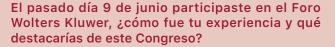
Dicho lo anterior, entendemos que la clave para la correcta interpretación del registro retributivo, tal y como ha sido lanzado, es la correcta consideración de las funciones de cada puesto de trabajo, pues la igualdad de funciones habría de reflejarse en la igualdad de retribuciones de dicho puesto.

Como con todas las novedades que aparecen en nuestro sistema de manera tan disruptiva, habrá que esperar (de manera diligente, esto es, implantándolas o poniéndolas en marcha) a que la casuística y la práctica la vayan poniendo en su sitio y todas las partes sepan bien a qué atenerse en cada escenario.

La ausencia del registro retributivo podrá dar inicio a acciones administrativas y judiciales y/o a la aplicación de las sanciones por discriminación

ENTREVISTA

ORIOL LÓPEZ VILLENA ayuda a los empresarios a desarrollar estrategias, ejecutar sus prioridades y alcanzar sus objetivos financieros. Considerado uno de los asesores más inspiradores del mundo según el libro *The World's Most Inspiring Accountants*, y autor de los libros Crece y prospera y El empresario proactivo, lleva más de veinte años ayudando a las empresas a crecer aportando cada vez más valor a sus clientes, a través de una definición clara de la estrategia y una orientación total a la acción y la calidad de vida del empresario



La experiencia, cuando hablas de aquello que te gusta, es siempre positiva. Sentí buenas vibraciones, pero eché en falta el contacto con los asistentes, y la relación que se crea entre ellos entre sesión y sesión. El formato virtual, sin embargo, ha venido para quedarse en los grandes eventos, y es para bien. Permite a los asistentes priorizar las sesiones que más valor creen que les aportarán, ya que pueden conectar y desconectar sin problemas. Como decíamos en mi conferencia sobre precios: la clave está en el valor, y un evento pensado para transmitir conocimiento aporta más valor virtualmente, probablemente, ya que ahorra tiempo al asistente sin quitarle demasiados de los beneficios de una conferencia presencial. Esto me lleva a preguntarme algo que hace más de un año que pregunto a mis clientes: ¿qué crees que ha venido a tu sector para quedarse? ¿cómo lo aprovechas para crecer?

¿Qué soluciones has encontrado ante los que consideras pueden ser los mayores obstáculos que pueden tener las empresas en este momento de crisis?

La solución es siempre la misma: estrategia.

Demasiadas empresas actúan a través de la inercia, y esto las lleva a reaccionar a todo lo que sucede a su alrededor, sin poderlo aprovechar realmente.

La propietaria de una cafetería a la que asesoro me decía hace unos meses que había conseguido sus mejores resultados con el local medio cerrado y con restricciones a la movilidad. ¿Qué hizo de diferente? Abrazó los cambios que se produjeron en su sector (take-away y horarios cambiantes, entre otros) para integrarlos en la estrategia de su empresa, en



lugar de sufrirlos y quejarse. Se ha flexibilizado y ha asumido un mundo cambiante e incierto en vez de buscar una nueva estabilidad. Incluso con el local abierto, ha conseguido que el *take-away* represente más de una cuarta parte de su negocio mientras su competencia busca sobrevivir (con una mesa metálica puesta delante de la puerta).

Si hay algo que deberían hacer todos los negocios, si no lo han hecho ya, es trabajar en su estrategia, y dejar de moverse por inercia.

En tu ponencia expusiste el modelo de precios para el máximo beneficio del Despacho profesional, ¿nos puedes explicar tu trayectoria para llegar a esas conclusiones?

Los precios, junto con el cliente al que dirigirse y el producto o servicio a ofrecer, son una de las tres patas del éxito y la rentabilidad de cualquier negocio. Sin embargo, demasiado a menudo nos encontramos poniendo precios en base al mercado, los clientes y los costes, sin preguntarnos el valor que aportamos con nuestro producto al cliente.

Muchos empresarios salen al mercado sin una comprensión clara de lo que están vendiendo o de lo que sus clientes están comprando. Después de un tiempo, comienzan a recibir clientes por el simple hecho de que han llegado a la gente suficiente para generar algo de interés. El problema viene cuando se estancan (o peor, ¡descienden!) y parece que no pueden crecer más allá.

Pregúntate: ¿por qué tus clientes eligen tu producto?

Poner precios para el máximo beneficio es dedicar el tiempo suficiente a analizar y comunicar el valor real que nuestro producto o servicio aporta al cliente.

ENTREVISTA

SILVIA LEAL, Doctora en sociología, Divulgadora Científico-Digital, Experta internacional en Innovación, nuevas profesiones y estrategia empresarial, con una consolidada carrera profesional colaborando, con el IE Business School donde ha sido Directora de Programas de Innovación y Tecnología, con puestos directivos en Comités de Dirección y Asesora de la Comisión Europea en proyectos relacionados con la Agenda Digital (competencias, liderazgo, futuro del empleo y tecnología y transformación).

¿Consideras el networking base en tu trayecto profesional?

Sin duda, lo es. De hecho, hoy no estaría «aquí» sin el networking y lo que éste me ha traído. Avanzar profesionalmente no es fácil, y si no te apoyan antes o después acabas «cavendo» o simplemente deias de avanzar. Y por ello es tan importante dedicarle tiempo...

¿Cómo resumirías la importancia del trabajo empresarial y enseñanza con las TICs?

Dicen que las crisis aceleran los procesos históricos y lo que nos ha traído el coronavirus ha sido la aceleración de la digitalización. Sin embargo, aún hay muchas empresas que no se han lanzado y muchas personas que miran la tecnología con prejuicios... Por ello, ¿cómo lo resumiría? Como un trabajo de doble velocidad, donde por un lado hay que ayudar a estas empresas y profesionales a despegar, y por otro, a los que ya están en ello, a ganar velocidad...

El pasado día 10 de junio participaste en el Foro Wolters Kluwer, ¿cómo fue tu experiencia y qué destacarías de este Congreso?

Fue una experiencia muy especial, porque repetía en el Foro y eso siempre resulta motivador, aunque esta vez en formato virtual y desde otra ciudad, pero fue igual de emocionante porque los eventos (sean del formato que sean) siempre generan una sensación de tribu y comunidad que me encanta... Y respecto al Congreso, destacaría el valor que aporta a los asistentes siempre desde la actualidad, y con cosas concretas, porque es lo que necesitamos ahora mismo y se agradece.

¿Cuáles consideras que son los mayores obstáculos que encuentran las empresas en este momento?

Obstáculos hay muchos, porque estamos viviendo momentos muy complicados a todos los niveles, pero a mi me preocupa mucho el catastrofismo. No podemos



seguir mirando hacia atrás, hay que cambiar el chip y poner la atención en el futuro para salir adelante...

Muchas empresas han salido reforzadas con la situación que ha soportado el país estos últimos meses, de hecho, tu ponencia en el Foro trató los modelos de negocio tras el SARSCoV-2, ¿cuáles son esos modelos vitales que deben seguir las empresas? ¿Qué soluciones has encontrado ante esta situación y cuáles propones?

Creo que a la hora de hablar de modelos vitales hay que empezar por el teletrabajo y por cómo afrontarlo para que funcione, porque no siempre aporta la misma productividad que el trabajo en la oficina. Y, por supuesto, también han cambiado nuestras relaciones y hay que entender muy bien cual es el impacto que puede tener todo eso sobre lo que espera un cliente de nosotros. Pero ¿cuál es la solución? Pues para empezar hay que poner la mirada en la tecnología, pero después hace falta formación y mucho sentido común porque en las nuevas tendencias de digitalización no todo vale.

Te has lanzado al mundo del podcast, ¿cuál es tu opinión sobre estas nuevas formas de adaptación para obtener información?

El podcast tiene muchas cosas que me fascinan, pero me quedo con dos: la intimidad de ese momento y también que es multitarea. De esta forma, ¿qué pienso sobre su futuro? Que va a arrasar, como ya está arrasando en Estados Unidos y hay que ponerse las pilas para aprovechar la ola.

Con los últimos ciberataques sucedidos en España, ¿cuál es tu opinión sobre la ciberseguridad que deben adoptar las empresas y que muchas no le dan la importancia que esto tiene?

En la actualidad hay muchas empresas que son atacadas y que no lo saben. De hecho, hay muchas que no se enteran nunca y me preocupa que no seamos conscientes de las consecuencias de algo así. ¿Nos preocuparía que un competidor se metiera en nuestro despacho y que leyera la oferta que le estamos haciendo a nuestro mejor cliente? Y entonces ¿por qué no nos preocupa que lo haga desde el ordenador?

El coaching en los despachos profesionales



Rosa Majó Checa

Coach Certificada por UFV (Universidad Francisco Vitoria) Practitioner en PNL, Certificada por ICAN (International NLP Coaching Alliance)

El Coaching Empresarial, tal y como lo describía uno de sus creadores, John Whitemore, «tiene todo que ver con un viaje y nada en absoluto con enseñar o instruir; sino más bien con crear las condiciones necesarias para el aprendizaje», esto se aplica igual a un deportista, a un artista o a un empresario.

Hace ya más de 45 años, otro de los creadores del coaching moderno, Timothy Gallwey, pedagogo en la Universidad de Harvard, en su obra El juego interior del tenis, hacía referencia al «estado interior» como un contexto clave en la ecuación del alto rendimiento, y cuando hablamos de alto rendimiento, de nuevo es atribuible a cualquier persona en el desarrollo de sus actividades laborales, relacionales o creativas. Es decir, atañe al ser humano de forma generalizada.

Pues bien, la ecuación del método de trabajo de Gallwey establece que:

Rendimiento = Potencial - Interferencias

Por lo tanto, el propósito básico del coaching sería identificar y reducir las Interferencias a la vez que se aumenta y motiva el Potencial o recursos para que mejore el Rendimiento. Esta simple ecuación funciona y lleva funcionando durante décadas con deportistas de élite, reconocidos artistas y altos ejecutivos de grandes compañías y sus equipos.

Pero por algún motivo, cuando se trata de nosotros, que no tenemos una olimpiada en el horizonte o a miles de empleados y millones de euros bajo nuestra responsabilidad, creemos que el Coaching no va a ser una herramienta ni disponible, ni necesaria; estas dos creencias, además de no

ser ciertas, limitan significativamente nuestras opciones.

Hace unos meses el ICAM lanzó un provecto de Coaching para colegiados dentro del programa «Por un buen futuro», con el objetivo de que los usuarios puedan reorientarse ante los importantes cambios que se están produciendo en el mercado laboral y las nuevas formas de negocio. Probablemente alguno se preguntará: ¿por qué no ofertan, mejor, los servicios de un «mentor» («consejero, guía», según la RAE) que te ayude y te oriente? La palabra mentor tiene su origen en la Grecia clásica, cuando Ulises (Odisea), antes de un viaje, le pide a su amigo Méntor que le enseñe, en su ausencia, a su hijo Telémaco todo lo que sabe. Es en ese «todo» donde está el límite.

Hay momentos de crisis, de transformaciones, donde el cambio de paradigma puede ser tan grande que el camino a recorrer esté virgen y por explorar; en estas circunstancias, únicamente una actitud personal de conexión con tus valores fundamentales v tus recursos más intrínsecos. te pueden permitir transitarla sin los límites y la repetición de antiquas travesías recorridas por otros en escenarios diferentes. No estoy aquí negando los indudables beneficios del «Mentoring», simplemente marcando la diferencia entre un proceso y el otro, y cómo una herramienta se complementa con la otra dependiendo de la situación.

Si estás en tu coche y te diriges del punto A al B, puedes hacerlo con la confianza ciega de que el GPS conoce el camino mejor que tú y abandonarte plácidamente a las instrucciones auditivas del mismo, sin ni siquiera tener un mapa enfrente; o puedes ir viendo el mapa con perspectiva cenital, con los posibles atascos u obstáculos. Con toda esa información tú podrías tomar, de forma consciente, tus propias decisiones y, sobre todo, tomando tu propia responsabilidad sobre ellas. Estos son precisamente dos conceptos claves para el proceso de coaching «consciencia» y «responsabilidad».

El coach te va a acompañar desde un profundo, casi sagrado, respeto a tu propia visión. No es su papel ayudarte, guiarte, ni aconsejarte, es decir, darte la solución a tu encrucijada. No. La hoja de ruta o la decisión no vendrá del coach, como en el caso de la mentoría; la ayuda, la solución viene de ti.

El propósito básico del coaching sería identificar y reducir las Interferencias a la vez que se aumenta y motiva el Potencial o recursos para que mejore el Rendimiento



El coach simplemente te acompaña en ese descubrimiento, no te empuja a «su visión» o a sus «sugerencias» de posibles soluciones. El coach se queda contigo hasta que, a través de sus preguntas y ejercicios, tú elabores esa nueva visión, ese cambio de perspectiva o incluso de paradigma interno. Ese nuevo camino de tu desarrollo profesional y, por ende, personal, lo defines tú a tu ritmo, a tu medida.

No esperes nunca de un coach un consejo, ni siquiera una opinión, ya que entraría en el terreno de la Consultoría, terreno que tan bien conocen todos los despachos profesionales, ya que es lo que hacen todo el día, y por otra parte exactamente lo que esperan de ellos sus clientes.

Situándonos en la realidad del escenario Covid y post Covid del tejido empresarial, con el cambio radical provocado en algunos sectores y en muchos de los modelos de negocio, hay una diferencia vital en cómo afrontar esta nueva etapa. Por ejemplo, si te rompes una pierna (nadie lo quiere, nadie lo desea, pero simplemente ocurre...) hay que recuperarse para volver a la operatividad del cien por cien perdido; pues bien, cómo vivas ese proceso de curación lo va a determinar en parte tus propios pensamientos al respecto, por ejemplo considerando la nueva musculatura que vas a desarrollar en brazos y que antes no tenías, o cualquier otra opor-

tunidad que te brinde la nueva situación (por fin acabaré ese curso que tenía a medias, por fin pondré en marcha aquel proyecto...).

De igual manera que una actitud vital, llena de recursos, alineada con tus valores internos, va a marcar una determinada hoja de ruta, ésta será diametralmente opuesta si se construye desde el miedo y el victimismo.

Y volviendo a la ecuación del alto rendimiento, si permitimos que el nuevo escenario reduzca nuestra potencialidad y aumenten de forma excesiva las interferencias, como el dialogo interno (ya sabes: ese lorito que tenemos todos en la cabeza contándonos a todas horas todo lo que está mal y por qué no hay salida, etc.) nuestro rendimiento se verá en sus horas más bajas.

Si hay algo que todos admiramos en Rafa Nadal es esa maravillosa capacidad que tiene de que, aún perdiendo de 6/4-5/4, él se recoloca en el lugar del comienzo del partido, donde la potencialidad está intacta y hace caso omiso al lorito que le dice: estás perdiendo, ríndete.

Desde aquí, animo a todos los despachos profesionales a considerar que cada emprendedor, cada empresario, se merece incorporar esta herramienta que le permita vivir su negocio y su vida desde esa perspectiva llena de opciones.

No esperes nunca de un coach un consejo, ni siquiera una opinión, ya que entraría en el terreno de la Consultoría

La transformación digital es la evolución de la sociedad



Eric Sales Vallejo

Responsable del departamento de relaciones externas y marketing de ADADE Barcelona. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, especializado en marketing

La digitalización brinda enormes oportunidades de crecimiento para las empresas. La transformación digital ya no es una opción, es una obligación. La sociedad está evolucionando y las empresas tienen que transformarse hacia la misma dirección. En definitiva, se trata de mucho más que seguir una tendencia tecnológica, estamos hablando de un nuevo modelo de negocio y cultura empresarial.

Paralelamente, cuando se toma la decisión sobre apostar por la digitalización de una empresa, aparecen obstáculos para llegar a la meta. Así, se necesitan conocimientos entre la plantilla para tener una evolución definida y progresiva. Por eso, tiene que existir una formación enfocada al nuevo modelo de negocio. En consecuencia, definimos la transformación digital como un proceso cuyo eje vertical es la persona.

Las empresas deben conocer las necesidades actuales y futuras. A la vez, estudiar la evolución del mercado y sus necesidades. Para tener un negocio competitivo es crucial tener una gran capacidad de adaptación y velocidad de reacción. En consecuencia, presentar una gran flexibilidad en la organización, la estructura y todos los procesos empresariales para adaptarse a las nuevas necesidades.

Según un estudio de CA Technologies, las empresas que se han visto inmersas en la transformación digital, registran un incremento de sus ventas cerca del 39%. Los consumidores han cambiado sus hábitos y las empresas deben hacerlo. Esta combinación, genera beneficios para los dos protagonistas. ¿Quieres obtener estas ganancias o prefieres no actuar y que se conviertan en pérdidas?

Las personas funcionamos a partir de hábitos y romper con ellos se hace complicado. Con la llegada de la pandemia, han cambiado. De la misma forma, se han producido cambios en los modelos de negocio y en los procesos de trabajo. La disrupción tecnológica dará paso a una nueva normalización y la inteligencia artificial será la palanca de cambio.

Según un informe publicado por la Fundación Telefónica, el potencial de la digitalización permitirá aumentar el PIB español entre 1,5 y 2,5 puntos porcentuales cada año hasta 2025 y aumentar la productividad de las pymes entre un 15 y un 25 por ciento.

SOLO QUEDAN DATOS

Según datos del International Data Corporation (IDC) se llegarán a almacenarán nueve zettabytes de datos. El modelo de negocio se basará en el envío de datos, impulsados por la inteligencia artificial. Sin embargo, es necesario que estos datos y sus conexiones ofrezcan seguridad y presenten fiabilidad en su trato.

La transformación digital reduce los procesos que una empresa realiza, automatiza el trabajo y convierte el proceso en software. Lo que queda son datos. Esto, obliga a las empresas a ofrecer una experiencia completa al cliente. Es decir, permite realizar procesos rápidos y eficaces.

Además, trabajar con softwares y con personal competente en el nuevo negocio,



la transformación digital reduce los procesos que una empresa realiza, automatiza el trabajo y convierte el proceso en software permite a las empresas ofrecer datos de calidad. Así, se puede conocer mejor las preferencias y expectativas del cliente.

NUEVOS CANALES DE VENTA

La transformación digital es simplemente una respuesta a las preferencias de los clientes. Uno de los puntos más importantes es que más del 50% de la población mundial utiliza las redes sociales (RRSS). Este dato, sumado al uso exponencial de teléfonos inteligentes y velocidades de internet más rápidas, han cambiado la forma de interactuar de los clientes con el mercado.

En la misma línea, los segmentos de población con más edad tienen un uso de Internet con una tendencia alcista. Cerca del 50% de la población con más de 65 años realiza operaciones bancarias por Internet. A la vez, se supera esta cifra en la compra de productos o servicios por la misma vía.

Además, estos datos ayudan a las empresas a personalizar sus canales de venta y llegar al cliente de forma más rápida y eficaz. En conclusión, ha crecido el flujo de información y comunicación.

Otro dato que confirma el cambio de tendencia es que el 51% de pagos se realizan digitalmente.

Cada vez son más las aplicaciones de mensajería instantánea y el número de usuarios crece de forma exponencial. Por eso, cada vez es más común el uso de *bots* y *chatbots*. Así, existe como objetivo, enriquecer la comunicación con otro recurso y aumentar las capacidades de la inteligencia artificial. El cliente, recibirá un excelente trato y sin tiempos de espera.

EL 67% DE LAS COMPAÑÍAS ACELERAN LA AUTOMATIZACIÓN Y EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La inteligencia artificial permite percibir el entorno del cliente y tiene la capacidad de extraer, procesar y analizar todos los datos. Por eso, pueden dar respuestas concretas al instante.

Potenciar la inteligencia artificial ofrecerá a cada empresa una ventaja competitiva y representará una oportunidad de negocio.

Por otro lado, este factor permite que a nivel interno se pueda impulsar la productividad, se tomen mejores decisiones y con un margen de error muy reducido.

Está previsto que para los próximos años crezca el porcentaje de empresas que apuestan por la inteligencia artificial. Así, existirá mayor competencia entre empresas de un sector con el mismo público objetivo. Esta oportunidad, no se puede dejar escapar.

CONOCE DIEZ VENTAJAS SOBRE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL:

 Permite la automatización de servicios y procesos, tanto internos como externos. Cerca del 50% de la población con más de 65 años realiza operaciones bancarias por Internet



La empresa debe ser un punto de encuentro entre sus responsables y aquellas personas interesadas en ella

- La toma de decisiones será más rápida y completa.
- Accesibilidad y apertura de nuevos mercados.
- Mejora exponencial de la comunicación interna y externa, además de la imagen de marca.
- Ahorra tiempo, reduce costes y facilita la gestión.
- Aumenta la productividad de forma eficaz. La inteligencia artificial permite obtener respuestas rápidas que se adapten a las necesidades de los clientes.
- Creación de un cambio cultural para potenciar las ventajas competitivas.
- Crecen los ingresos con nuevas fuentes.
- Se abre una gran cantidad de oportunidades para combinar nuevas prácticas v procesos en el modelo de negocio. También se tendrá una mayor capacidad de reacción al cambio.
- Descentralización del puesto de trabajo.

NECESITAMOS UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL GLOBAL

Para conseguir una digitalización de todos los sectores y actores de la sociedad, se necesita cumplir con dos condiciones básicas: la accesibilidad y la usabilidad de todos los recursos TIC.

La transformación digital no deja de ser una evolución para obtener beneficios tanto para las empresas como la sociedad. Por lo tanto, es un proceso que afecta de forma universal a todos sus actores.

La empresa debe ser un punto de encuentro entre sus responsables y aquellas personas interesadas en ella. Así, el eje sobre el que se centra la transformación es la persona. De esta manera, la empresa tiene que ayudarse de las nuevas tecnologías para crear un entorno mucho más global.

La transformación digital es, en conclusión, la evolución de la sociedad. Consiste en el cambio de nuestras rutinas, nuestros hábitos, nuestro sistema de trabajo y todos los accesos. Todo ello basado en las tecnologías presentes y emergentes, que se posicionan en nuestras vidas sin darnos cuenta.

Comunicación a la TGSS del nuevo concepto retributivo «Gastos de teletrabajo»

Las empresas con trabajadores que realicen funciones laborales en teletrabajo deberán comunicar a la Tesorería General de la Seguridad Social, dentro de las retribuciones de cada uno de ellos, un nuevo concepto retributivo 0062 «GASTOS DE TELETRABAJO».

El Real Decreto-ley 28/2020 establece el derecho de los trabajadores bajo esta modalidad a recibir el abono o compensación de los gastos en que pudieran incurrir por el desempeño de sus tareas (equipos informáticos, herramientas y otros medios), así como forma de cuantificación de la compensación que obligatoriamente debe abonar la empresa y momento y forma para realizar la misma, que se corresponderá, de existir, con la previsión y/o justificación recogida en el convenio o acuerdo colectivo de aplicación. Estas compensaciones no cotizan; no se incluyen en la base de cotización.



Financiación post-Covid: ¿y ahora qué?

Después del gran impacto a todos los niveles que ha generado y aún genera la pandemia «COVID-19», las empresas han visto modificados sus balances y sus cuentas de resultados.

De los instrumentos puestos a disposición de las empresas por parte el Gobierno de España, y de las Comunidades Autónomas, cabe destacar los «Créditos ICO COVID-19», que fueron un mal menor para muchas empresas y que ayudaron, en lo posible, a mitigar el impacto de una crisis sin precedentes global en toda la actividad del mundo. De hecho, nos encontramos en aquel momento en una crisis de «Demanda financiera» por las malas perspectivas, que hicieron disminuir el consumo de todos nosotros y al mismo tiempo una crisis de «Oferta financiera» por el confinamiento obligado por motivos sanitarios en todo el mundo de las empresas, y muy especialmente en España.

De hecho, y con la perspectiva actual, se puede decir que en el ejercicio 2020, se «perdió» un trimestre de actividad (el 2º Q), en sectores no críticos, pero mucho más en sectores afectados, especialmente en el sector HORECA, que incluso algunos negocios siguen cerrados a día de hoy.

Los Créditos ICO; efectivamente a pesar de no ser un instrumento óptimo era el que estaba a disposición de las empresas y al que se acogieron en un 90% de las empresas en sus distintos tramos hasta los

Josep Castellá

Socio Director de Focus

Pau Forcada

Socio de Focus

más de 100.000 millones. Estos créditos aliviaron la necesidad de liquidez, pero efectivamente aumentaron de forma muy notoria el endeudamiento de los balances. Endeudamiento que habrá que normalizar y cubrir con la actividad post-Covid.

Llegados a este punto, ¿cuáles son las perspectivas?

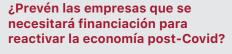
Del estudio realizado por «Focus»:

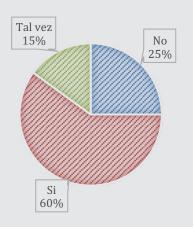
El 60% va a necesitar más liquidez para reactivar sus empresas y negocias, ya que esta liquidez anterior, ha servido para aguantar con poca facturación, pero para la rampa de reactivación, hace falta más liquidez, es decir, más deuda.

El 37% considera que tendrá problemas para devolver los créditos ICO-19, y también un 45% de las empresas considera que las entidades Financieras van a estar más restringidas a la hora de conceder créditos.

Podemos decir que el sector empresarial tiene MÁS DEUDA, y en un principio de MÁS CALIDAD (los créditos ICO son a largo plazo). Pero ¿será esta ecuación suficiente para obtener la viabilidad de la empresa en esta etapa «POST-COVID»? ¿O será necesario que las empresas se reestructuren financieramente para hacer frente a sus necesidades financieras diarias más la devolución de los ICOS?

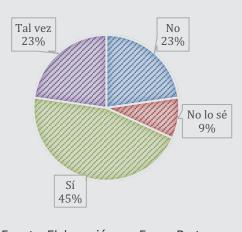
Los Créditos ICO COVID-19. fueron un mal menor para muchas empresas y ayudaron a mitigar el impacto de una crisis sin precedentes global





Fuente. Elaboración por Focus Partners.

¿Cree que a partir de las líneas Covid las entidades financieras estarán más cerradas a conceder financiación?



Fuente. Elaboración por Focus Partners.





HAGA CRECER SU ASESORÍACON EL RESPALDO DE LOS MEJORES

Los actuales mercados, cada vez más globalizados, aconsejan la realización de alianzas.

Si usted desea:

- · Incrementar la notoriedad de su despacho
- · Incrementar sus resultados
- · Consolidar su empresa
- · Obtener mayor seguridad
- · Formar parte y relacionarse con una red nacional e internacional

Únase a la **RED E-CONSULTING GLOBAL GROUP**, una alianza que no requiere compra o venta alguna de participaciones, donde ud. sigue siendo el único dueño de su negocio.





SOLICITE MÁS INFORMACIÓN

- Travesía de Téllez nº 4, Entreplanta Dcha. 28007 Madrid
- (+34) 918 053 163
- @ info@e-consulting.org
- www.e-consulting.org



"Envíenos un email indicando su número de teléfono y contactaremos con usted"

Tributación del IVA en destino

Departamento Fiscal

Desde el 1 de julio de 2021, quedan sujetas al IVA en el Estado miembro de llegada de la mercancía o de establecimiento del destinatario.



Si realiza ventas a distancia a particulares de otros países de la UE, desde el pasado 1 de julio de 2021 deberá repercutir IVA de dichos países... además, se unifica en 10.000 euros el límite a partir del cual debe repercutirse el IVA del país de destino en las ventas a particulares. El Real Decreto-ley transpone la Directiva 2017/2455 sobre obligaciones respecto del IVA para las prestaciones de servicios y las ventas a distancia de bienes, y la Directiva 2019/1995 sobre ventas a distancia de bienes y a ciertas entregas nacionales de bienes. establecen las reglas de tributación en las ventas de bienes y prestaciones de servicios contratadas on line por consumidores comunitarios, y que son enviados o prestados por empresarios desde otro Estado miembro o un país tercero.

La gestión tributaria del comercio electrónico en el IVA se sustenta en la ampliación de los regímenes especiales de ventanilla única que pasan a ser el procedimiento específico previsto por la ley para la gestión y recaudación del IVA devengado por estas operaciones a nivel comunitario. La nueva regulación del comercio electrónico en el IVA involucra por primera vez, a los titulares de las interfaces digitales que facilitan el comercio electrónico, que se convierten en colaboradores de la propia recaudación, gestión y control del impuesto.

En el BOE del día 16 de junio de 2021 se ha publicó el Real Decreto 424/2021 que modifica los Reglamentos del IVA y Facturación, en desarrollo de las novedades legislativas aprobadas en el Real Decreto-ley 7/2021, referidas a la localización de las prestaciones de servicios y a las ventas a distancia de bienes y a ciertas entregas nacionales de bienes, así como a los regímenes especiales de ventanilla única.

Se definen dos nuevas categorías de entregas de bienes, las derivadas de las ventas a distancia intracomunitarias de bienes y las derivadas de ventas a distancia de bienes importados, cada uno asociado a un distinto régimen especial de ventanilla única.

¿QUÉ SE CONSIDERA VENTAS A **DISTANCIA INTRACOMUNITARIAS?**

Las entregas de bienes expedidos o transportados por el proveedor desde un Estado miembro a otro distinto cuyos destinatarios actúen o tengan la condición de consumidores finales. Estas entregas de bienes, que deberán ser distintos de medios de transporte nuevos o bienes objeto de instalación y montaje, tributarán en el Estado miembro donde el destinatario recibe la mercancía, y los empresarios y profesionales proveedores que realizan dichas entregas podrán opcionalmente acogerse a un sistema de ventanilla única para la gestión y liquidación del IVA devengado en cada Estado miembro.

¿Y LAS VENTAS A DISTANCIA **DE BIENES IMPORTADOS?**

Las entregas de bienes que hayan sido expedidos o transportados por el proveedor a partir de un país o territorio tercero con destino a consumidores finales establecidos en un Estado miembro, siendo igualmente posible optar por un régimen especial de ventanilla única para la liquidación del IVA devengado en todos los Estados miembros de consumo a través de una única Administración tributaria en el Estado miembro donde se identifique el proveedor. Se limita la aplicación del régimen especial a las ventas a distancia de bienes importados expedidos directamente desde un país o territorio tercero en envíos cuyo valor intrínseco no exceda de 150€. Hasta dicha cantidad se aplica la franquicia aduaSe definen dos nuevas categorías de entregas de bienes. las derivadas de las ventas a distancia intracomunitarias de bienes y las derivadas de ventas a distancia de bienes importados





EUROPREVEN, SERVICIO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

SEGURIDAD EN EL TRABAJO HIGIENE INDUSTRIAL ERGONOMÍA Y PSICOSOCIOLOGÍA APLICADA VIGILANCIA DE LA SALUD

Desde su nacimiento EUROPREVEN ha experimentado un crecimiento continuo, ofreciendo en la actualidad una amplia cobertura a todo el territorio nacional con una red asistencial propia de más de 300 profesionales distribuidos en más de 100 Delegaciones con el fin de acercarnos a nuestros clientes.



SOLICITE SU PRESUPUESTO

- @ europreven@europreven.es
- (+34) 902 120 264
- www.europreven.es

nera por lo que no se exige una declaración completa ante la Aduana en el momento de la importación.

LO QUE NO DEBE OLVIDAR DE LAS VENTAS A DISTANCIA

- Se refuerza la tributación en destino, es decir, se aplica el IVA del Estado miembro del consumidor final.
- Se establece un umbral único y común de 10.000 euros. A partir de esta cantidad, se tributará al tipo impositivo del IVA del Estado miembro de destino.
- Así, si una empresa vende a particulares de uno o varios países de la UE por un importe superior a 10.000 euros anuales, estará obligado a pagar el IVA en el Estado miembro de cada uno de sus compradores.
- Se elimina la exención del IVA a la importación de bienes de hasta 22 euros.

VENTANILLA ÚNICA

Para las empresas que venden bienes por internet a clientes finales de otros Estados miembros, cumplir con la obligación de tributar en el país de destino significaría tener que registrarse a efectos del IVA y declarar el IVA en el Estado miembro de cada consumidor. Para evitarlo y facilitar la declaración e ingreso de IVA, se establece un sistema opcional de ventanilla única, por el cual los distintos operadores económicos, y los que estén establecidos fuera de la UE, podrán ingresar en un único Estado miembro el IVA correspondiente a cada uno de los países de la UE.

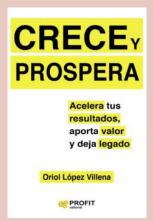
Para facilitar la aplicación del régimen de ventas a distancia, se habilitará un sistema de «ventanilla única» que le permitirá declarar el IVA de todos los países mediante el nuevo modelo 369 (en dicho modelo podrá declarar tanto el IVA de las ventas a distancia como el de los servicios electrónicos).

Los *marketplaces* o plataformas de venta *online* se convierten en responsables de la tributación de las operaciones de comercio electrónico transnacionales en las que actúan como intermediarios. Así, una plataforma digital podrá ser considerada sujeto pasivo si facilita ventas a distancia de bienes importados a la UE por un valor no superior a 150 euros, o el suministro de bienes a consumidores finales – independientemente de su valor– cuando el proveedor no está establecido en ningún Estado miembro.

Para facilitar
la aplicación
del régimen
de ventas a
distancia, se
habilitará un
sistema de
«ventanilla
única» que
le permitirá
declarar el IVA
de todos los
países mediante
el nuevo modelo
369



Lecturas de interés



Crece y prospera

Oriol López Villena

EMPRESA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL

Acelera tus resultados, aporta valor y deja legado

El crecimiento es una de las muestras más claras del éxito de una organización y las empresas «gacela» son aquellas que consiguen unas altas cotas de crecimiento sostenido a lo largo de los años. Estas empresas generan mucho más empleo que el resto y proporcionan unos rendimientos elevados a sus accionistas. Los principales factores que explican su éxito son la obtención de unas ventajas competitivas basadas en la apuesta por los recursos humanos, la innovación, la internacionalización, la excelencia en los procesos y una política financiera conservadora, entre otros.

En este libro, llevo al terreno de juego estos comportamientos que las hacen especiales, para que cualquier empresa pueda acelerar su crecimiento y convertirse en «gacela», de la mano de factores como la estrategia, el talento, las finanzas, la innovación, las operaciones, el marketing o la sucesión, entre otros. Tanto para quienes dirigen un negocio pequeño como para los que están en una fase de crecimiento sostenido, este libro muestra cuáles son los próximos pasos a dar, ya sean dirigidos a aumentar la facturación o a hacer el negocio menos dependiente del emprendedor y, por tanto, más valioso y preparado para el crecimiento exponencial y la sucesión.

Esquivar la mediocridad

Xavier Marcet

EMPRESA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Hay muchos factores que pueden llevar a una empresa a la mediocridad: la pérdida de atractivo, la incapacidad de satisfacer al cliente, de inspirar o de innovar, o la imposibilidad de gestionar el talento de sus trabajadores. Consciente de los retos que afrontar las empresas hoy en día, Xavier Marcet ofrece pensamientos inspiradores que surgen del deseo de transformar organizaciones y convertirlas en algo que valga la pena, algo que esquive la mediocridad.





Perdidos. ¿Quién maneja los hilos del poder?: Los planes secretos del Club Bilderberg

Cristina Martín Jiménez

CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES POLÍTICA INTERNACIONAL

¿Quién se ha quedado nuestro dinero? ¿Quién dirige nuestra política e instituciones? ¿Los despidos y recortes se deciden desde aquí o se pactan desde despachos en la otra punta del mundo? ¿Existe una mano invisible, férreamente organizada, que ha creado una crisis artificial con un objetivo específico: la instauración de un único gobierno mundial, una única moneda o mercado y una sola religión? ¿Es esta la crisis tan anhelada por David Rockefeller, el alma del Club Bilderberg? ¿Quiénes son los verdaderos amos del mundo?

Si estás dispuesto a conocer otra realidad diferente a la «oficial»; si estás cansado de seguir creyendo lo que dicen nuestros políticos a través de sus altavoces

oficiales: los medios de comunicación; si quieres saber quién ha planeado este fraude mundial..., lee este libro.

TE ACOMPAÑAMOS DONDE QUIERAS LLEGAR

OFICINAS INTERNACIONALES

ANDORRA

Avda. Ferreres, s/n Tel. +376851300 AD300 Ordino

C. Prat de la Creu 103, 1-4 Tel. +376.851.300 AD500 Andorra la Vella

ARGENTINA

Suipacha 924 PB, entre Marcelo T de Alvear y Paraguay CP 1008AAT - Ciudad Aut. Bs. As. Tel: 00 5411 4814 4070 Fax: 00 5411 4812 9784 Buenos Aires

COLOMBIA

Carrera 10 N. 96 - 25 Oficina 412 Edificio Centro Ejecutivo, Bogotà Telf: 57 (1) 749 82 97 / 749 82 98

ECUADOR

Av. 9 de Octubre #806 y Av. 9 de Octubre, Edif. Induauto, 4°, of. 403 Tel. 593-4 2295319 - 6047001 Guayaquil (Ecuador)

Puerto de Santa Ana, Ciudad del Río Edificio The Point, piso 9, oficina 910 Guayaquil (Ecuador) Tel.: (+593) 4 390 7415 gerencia@milaudit.com

EL SALVADOR

Final Paseo General Escalón Calle Arturo Ambrogi, 19-303 Colonia Escalón Tel.: + 503 25666444 - 503 25666555 San Salvador

ESTONIA

3rd floor,Metro Plaza, Viru Váljak 2. 10111 Tallinn Tel. +3726631272

GIBRALTAR

WTC, 6 Bayside Rd., 1st GX11 Tel. +350.2000.8092 1AA Gibraltar

GUATEMALA

Vía 5, 4-50 zona 4, edificio Maya, Sexto Nivel, ofic. 612 01004 Ciudad de Guatemala 00 502 23 31 06 95 00 502 23 32 50 01

IRLANDA

Block C, 77 Sir John Rogerson's Quay.Grand Canal Dock Tel. +353.1.699.2135 D02 NP08 Dublin

MALTA

Dragonara Rd. & Bldg., 5th STJ Tel. +356.2034.5003 3141 St. Julian's

MIAMI

2320 Ponce de León Blvd. Coral Gables, Florida 33134 +1 305.444.8800 +1 305.444.4010

PANAMÁ

Altos del Chase, 31 G Corregimiento de Bethania Ciudad de Panamá + 507 6070 1226

PORTUGAL

Avda. Liberdade, 258, 9.ª pl. 1250 - 149 Lisboa +351 218822660 +351 218822661

REINO UNIDO

Portland House Victoria Bressenden Pl. Tel. +44.20.3519.8062 SW1E 5RS London

URUGUAY

Misiones 1372 Edificio de los Patricios Telefax 00 5982 917 0809 Montevideo

VENEZUELA

Centro Seguros Sudamérica, P 11, ofic. 11-G El Rosal, Chacao, Caracas Tel. 00582129531453 / 3846



918 053 163 info@adade.es www.adade.es



ESTAMOS CONTIGO DONDE TÚ ESTÉS

ALBACETE

C/ Teodoro Camino, 28, entresuelo 02002 Albacete Tlf. 967 232 113 albacete@adade.es

C/ Gracia, 15 02005 Albacete Tlf. 967 215 394 trayus@trayus.com

C/ Alfonso XII, 46 02630 La Roda (Albacete) Tlf. 967 441 607 josemiguel@asesorialamancha.com

C/ Balmes, 1 02400 Hellín (Albacete) Tlf. 867 215 394 garciaminguez@e-consulting.org

ALICANTE

Avda. Maisonnave, 33-39 Zona jardín, entreplanta 03003 Alicante Tlf. 965 985 083 alicante@adade.es

C/ Diana, 6 (Pasaje Ferrería) 03700 Denia (Alicante) Tlf. 965 788 272 info@e-consulting.org

C/ María Cristina, 31, bajo 03660 Novelda (Alicante) Tlf. 965 602 964 admin@asesorialopezandres.com

ALMERÍA

Minero, 2, 1° Tel. 950 244 027 04001 Almería

P° de Almería, 22, 2ª planta Tel. 950 251 866 04001 Almería almeria@adade.es

ASTURIAS

C/ Sanz Crespo, 5 33207 Gijón (Asturias) Tlf. 985 175 704

C/ Manuel Pedregal, 2 33001 Oviedo (Asturias) Tlf. 985 209 260 asturias@adade.es

BADAJOZ

C/ Fernando Garrorena Arcas, 6, of. 5 06011 Badajoz Tlf. 924 224 425 badajoz@adade.es

C/ Ramón y Cajal, nº 31, bajos 06001 Badajoz Tlf. 924 841 712 villanueva.ba@adade.es

Avenida de la Constitución, 2ª 06640 Talarrubias (Badajoz) Tel. 924 630 511 villanueva.ba@adade.es

BALEARES

C/ Tomás Luis de Victoria, 11, bajos 07004 Palma de Mallorca (Baleares) Tlf. 971 202 150 baleares@adade.es

BARCELONA

C/ Mallorca, 214, ático 1ª 08008 Barcelona Tlf. 934 880 505 barcelona@adade.es



OPERACIONES CORPORATIVAS



OF ERACIONES CORFORATIVAS

Gran Vía Carlos III, 94, 9° pl. 08028 Barcelona Tlf. 936 859 077 trade@e-consulting.org

C/ Equador, 22, bajos 08029 Barcelona Tlf. 935 179 155 info@e-consulting.org

Avda. Francesc Macià, 60, 15e 2a Edifici Torre Mil·lenium 08208 Sabadell (Barcelona) Tif. 937 261 798 gempsa@e-consulting.org

C/ El Plá, 80 08980 Sant Feliu de Llobregat (Barcelona) Tlf. 936 668 161 traysa@e-consulting.org

C/ Joan Maragall, n° 56 08980 Sant Feliu de Llobregat (Barcelona) Tlf. 936 850 837 gesad@e-consulting.org

C/ Ramon Llull, 61-65, 08224 Terrassa (Barcelona) Tlf. 937 339 888 prodegest@e-consulting.org

C/ Barcelonés, 36 - Pol. Ind. La Borda 08140 Caldes de Montbui (Barcelona) Tlf. 938 655 709 dinamis@e-consulting.org

C/ Jaume Balmes, 8 08830 San Boi de Llobregat (Barcelona) Tlf. 936 300 561 fiscal sthoi@adade es

C/ Jaume Balmes, 3 08120 La Llagosta (Barcelona) Tlf. 935 607 854 lallagosta@assessorialallagosta.es

C/ Santa Ana, 9 08290 Cerdanyola del Valles (Barcelona) Tlf. 935 807 777 cerdanyola@gescontrolrc.es

BURGOS

C/ San Lesmes, 4-6, edif. Adade 09004 Burgos Tlf. 947 257 577 burgos@adade.es

CÁDIZ

C/ Manuel Álvarez, 51, 1°, of. 9 11500 El Puerto de Santa María (Cádiz) Tlf. 625 549 414 cadiz@adade.es

CASTELLÓN

C/ Navarra, 89 bajo y entlo. 12002 Castellón Tlf. 964 242 122 castellon@adade.es

Plaza Rei Jaime I, 8, planta baja 12400 Segorbe (Castellón) Tlf. 964 713 950 castellon.segorbe@adade.es

C/ Pere Gil, 2 12540 Vila Real (Castellón) Tlf. 964 506 364 castellon.villareal@adade.es

CUENCA

C/ San Esteban, 2, 3° A 16001 Cuenca Tlf. 963 915 519 cuenca@adade.es



EMPRESA FAMILAR



ESTRATEGIA EMPRESARIAL
Y NUEVOS MERCADOS

C/ Carretería, 25 16002 Cuenca Tlf. 969 227 008 info@atagesa.es

GIRONA

C/ Bisbe Lorenzana, 18 17800 Olot (Girona) Tlf. 972 276 050 olot.raquel@adade.es

GRANADA

Urbanización Alcázar Genil , 2 Edificio Zoraida, local 4 18006 Granada Tlf. 958 136 295 granada@adade.es

LEÓN

C/ Rodríguez del Valle, 6 24002 León Tlf. 987 232 155 leon@adade.es

LUGO

C/ Inés de Castro, 6 27400 Monforte de Lemos (Lugo) Tlf. 982 410 877 lugo.monforte@adade.es

MADRID

Travesía de Téllez, 4, ent. dcha. 28007 Madrid Tlfs. 911 270 010 info@adade.es

Travesía de Téllez, 4, ent. dcha. 28007 Madrid Tlfs. 915 595 800 contabilidad@adade.es

C/ Alfonso XII, 10, entpl. izqda. 28014 Madrid Tlf. 910 726 723 medinamorales@e-consulting.org

C/ Alcorisa, 13 28043 Madrid Tlf. 912 434 108 madrid.alcobendas@adade.es

Pablo Picasso, 6 Tel. 916 549 487 28100 Alcobendas (Madrid) madrid.alcobendas@adade.es

Avda. de Leganés, 54, 1°, despacho 27 28923 Alcorcón (Madrid) Tlf. 916 434 112 madrid.alcorcon@adade.es

Trópico, 6 A, planta 2, of. D2 28850 Torrejón de Ardoz (Madrid) Tlf. 916 562 696 madrid.torrejon@adade.es

MÁLAGA

Avenida Aurora, 1, entreplanta 29002 Málaga Tlf. 952 319 481 malaga@adade.es

MURCIA

C/ Antonio Machado, 1 30740 San Pedro del Pinatar (Murcia) Tlf. 673 353 244 murcia@adade.es

NAVARRA

C/ Doctor Huarte, 1, 4° dcha. 31003 Pamplona (Navarra) Tlf. 948 236 658 qilqoyache@e-consulting.org



PLANIFICACIÓN FISCAL



ASESORÍA

OURENSE

C/ Concordia, 29, 2° 32003 Ourense Tlf. 988 237 902 orense@adade.es

SORIA

C/ Doctrina, 2 42002 Soria Tlf. 975 230 344 soria@adade.es

Fuente del Suso, 35 Tel. 976 645 272 42110 Ólvega (Soria) soria@adade.es

TARRAGONA

C/ Larache, 8 43870 Amposta (Tarragona) Tlf. 977 702 967 tarragona.amposta@adade.es

C/ Cristofor Colón, 4-6 / 4°-4° 43001 Tarragona Tlf. 977 241 703 tgn@adade.es

TENERIFE

C/ Heliodoro Rodríguez López, 7, 2°, ofs. 5-7 38005 Santa Cruz de Tenerife Tlf. 922 882 388 a&g.tenerife@e-consulting.org

TOLEDO

Avenida Coronel Baeza, 80 Tel. 925 221 700 45001 Toledo toledo@adade.es

Calle Panamá, 12 45004 Toledo (Toledo) Tlf. 925 212 363 asem@e-consulting.org

C/ Tamújar, 1 45600 Talavera de la Reina (Toledo) Tlf. 925 816 521 toledo.talavera@adade.es

VALENCIA

Gran Vía Fernando el Católico, 76 46008 Valencia Tlf. 963 915 519 valencia@adade.es

C/ Dos del Maig, 52, entlo. 3ª y 4ª 46870 Ontinyent (Valencia) Tlf. 963 915 519 valencia@adade.es

C/ Curtidors, 1, 2°, 3° 46600 Alzira (Valencia) Tlf. 963 915 519 valencia@adade.es

Avda. del Oeste, 19 Tel. 963 531 136 46001 Valencia Tel. 963 531 136 graconsultores@graconsultores.com

Los Leones, 60, bajo Tel. 963 288 125 46022 Valencia asesoriadanalo@e-consulting.org

ZARAGOZA

C/ San Jorge, 7, entresuelo 50001 Zaragoza Tlf. 976 204 111 zaragoza@adade.es

C/ Libertad, 1 50600 Ejea de los Caballeros (Zaragoza) TIf. 976 663 915 ejea@z.adade.es

918 053 163 info@adade.es www.adade.es