

Serveis i Avantatges

INFORMACIÓ I ATENCIÓ AL SOCI

Informació puntual de les activitats que desenvolupem (conferències, seminaris, jornades, taules rodones, cursos...)

Atenció al soci: consultes i tràmits

Serveis en línia

ASSESSORAMENT

Informació empresarial totalment actualitzada sobre creació d'empreses, ajuts i subvencions, finançament, qualitat, innovació tecnològica, propietat industrial i, en definitiva, tot allò que l'empresari necessita per desenvolupar la seva activitat empresarial.

Accés a informació empresarial (butlletins oficials, convenis col·lectius, calendaris laborals, etc.).

Assessorament jurídic, laboral, fiscal i mercantil

Consell assessor: grup d'empresaris amb molta experiència que aconsellen a l'emprenedor en el seu projecte d'empresa.

ÚS DE LES INSTAL·LACIONS DE LA UEA

La UEA posa a disposició de les empreses associades, amb una reserva prèvia, les aules i sales de reunions amb els corresponents serveis complementaris (projectors, pantalla, etc.)

CONVENIS

CONVENIS Amb la finalitat d'oferir avantatges econòmics, la UEA té acords amb diferents proveïdors de serveis, que ofereixen condicions econòmiques preferents als nostres associats:

La Unió Empresarial de l'Anoia per tal de donar resposta a les necessitats empresarials, ofereix als seus associats tot un conjunt de serveis empresarials totalment gratuïts i convenis amb entitats i proveïdors.

La UEA treballa perquè les condicions ofertes per aquestes empreses i/o entitats, signifiquin una millora important respecte als preus de mercat. No obstant això, quedem a la seva disposició per a qualsevol consulta o suggeriment en relació amb aquests convenis i els que podem subscriure en un futur.

Convenis amb operadors de telefonia

| | |
|--------------------|--|
| Telefónica Mòviles | |
| Orange | |

Convenis amb entitats asseguradores

| | |
|----------------------------|--|
| Mútua General de Catalunya | |
|----------------------------|--|

Convenis amb subministraments

| | |
|----------------|--|
| Petromiralles | |
| Solred | |
| Factor Energia | |
| Fecsa Endesa | |

Convenis amb entitats financeres

| | |
|-------------------|--|
| Caixa Catalunya | |
| Caixa Manresa | |
| Caixa del Penedès | |
| Banc Popular | |

Mitjans de Comunicació

| | |
|---------------------------|--|
| Regió7 - Diari d'Igualada | |
|---------------------------|--|

Altres Convenis

| | |
|--|--|
| Hotels HUSA | |
| Fundació dels Traginers | |
| Universitat Oberta de Catalunya | |
| Grup TUV Rheinland | |
| Centre Tecnològic AIICA | |
| Associació CETIM | |
| Microsoft | |
| COEIC Col·legi d'Enginyeria Informàtica de Catalunya | |

LA UEA A INTERNET

A través de l'adreça <http://www.uea.cat> podeu accedir a la informació i serveis que us ofereix la UEA:

- Agenda d'activitats
- Programació de cursos i conferències
- Notícies d'interès
- Llista d'empreses associades
- Informació d'ajuts i subvencions oficials

A més, les empreses associades poden accedir, a través de l'extranet de la UEA, a la següent informació:

- Bases de dades internacional (KOMPASS)
- Butlletins oficials (BOE, DOGC)
- Borsa de treball (tràmit ofertes)
- Consultes i tràmits

L'adreça uea@uea.cat us garanteix una ràpida resposta a les vostres consultes.

FORMACIÓ

Formació contínua i ocupacional subvencionada, tant multisectorial com específica, a mida de les necessitats del sector, i tant per a treballadors de base com per a tècnics, directius, gerents, etc.

Cursos a mida de les necessitats de les empreses

Conferències i seminaris sobre temes de caire empresarial

BORSA DE TREBALL

La UEA disposa d'una borsa de treball al servei de les empreses i demandants de feina de la comarca de l'Anoia. Amb l'objectiu de poder cobrir millor la demanda de les empreses, la nostra borsa de treball està interconnectada amb d'altres borses de treball públiques i privades de la comarca.



La vostra empresa està associada a la UEA?

Si no és així, poseu-vos en contacte amb nosaltres a través de l'adreça electrònica uea@uea.cat, o a les nostres oficines a la Ctra. de Manresa, 131 - 08700 Igualada, Barcelona - **Telèfon 93 805 22 92**

EMPRESA

PERSONA DE CONTACTE

ADREÇA

CÒDI POSTALPOBLACIÓ TELÈFON

WEB MAIL

ACTIVITAT

La UEA és membre de:



notes de premsa

d'empreses associades

VINILS AL MUSEU D' HISTÒRIA NATURAL DE PARÍS

Anoia Comunicació Visual, Vinils, empresa d'Igualada dedicada al muntatge d'exposicions, fires i retolació integral, va instal·lar aquest gener del 2009 al Museu d'Història Natural de París, l'exposició "Atapuerca, els primers europeus", que s'anirà repetint a diferents ciutats del món per donar a conèixer els primers homínids d'Europa.

Vinils ha col·laborat i muntat diferents treballs i exposicions arreu del món, com per exemple, la Fira del Llibre de Frankfurt (Alemanya), l'EXPO Saragossa 2008, "Art i imperi assiri" a Alacant i "Spain Again" al Japó i Milà, entre molts d'altres."

ATAPUERCA

SUR LES TRACES DES PREMIERS EUROPEENS



POSITION
6 MARS 2009



CLOSA I FILLS, SL. ADHERIT A LA MARCA POLLASTRE GROC CATALA

A partir del dia 30 de març, els escorxadors de pollastre de Catalunya, adherits a la marca col·lectiva Pollastre Groc Català i que compten amb l'autorització d'etiquetatge facultatiu concedida pel Departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya, iniciaran la seva comercialització i etiquetatge.

La marca Pollastre Groc Català, garanteix la traçabilitat 100% catalana (nascut, criat i sacrificat a Catalunya) i l'alimentació a base de cereals segons estableix el Reglament europeu 543/2008, tot això certificat per l'entitat de control LDG CER autoritzada per la Generalitat de Catalunya.

La comercialització anirà acompanyada d'accions de promoció i publicitat amb la distribució de 10.000 cartells i 300.000 tríptics informatius per al comerç detallista i consumidor.

A partir del dia 14 d'abril i durant un mes es podran escoltar unes falques publicitàries a Catalunya Ràdio i a Radio TeleTaxi per a la promoció del Pollastre Groc Català. A través de la pàgina web www.pollastregroccatala.cat es pot consultar i ampliar la informació sobre les característiques i els escorxadors de pollastre adherits a la marca col·lectiva Pollastre Groc Català.



AQUEST SANT JORDI ESCUCURUCUC EDICIONS PUBLICA "EL PETIT INVESTIGADOR A IGUALADA"

En aquest segon número de la col·lecció "El Petit Investigador", el nostre protagonista descobreix Igualada: els carrers, les places, les festes i les tradicions. Totes les ciutats estan plenes de curiositats i d'històries que val la pena conèixer, sobretot si es tracta de la nostra ciutat. Saps quants noms té la rambla d'Igualada? On és la font de la Carota? Com es diuen els gegants d'Igualada? Com vénen els Reis?

"El Petit Investigador a Igualada" proposa un viatge per la ciutat d'avui i fa memòria de la d'ahir. Així cada nen es pot convertir en un petit investigador i recórrer Igualada d'una manera entretinguda i divertida.



NVISION SYSTEMS & TECHNOLOGIES SL. AMB L'ESTALVI ENERGETIC

De l'actual crisi econòmica es poden treure lectures positives; amb tota seguretat ens farà a tots més eficients a l'hora d'utilitzar els recursos i sobretot a les empreses i comerços. Aquest és el cas de Ca La Nuri, una granja-cafeteria de la nostra comarca, que ha incorporat un sistema basat en una tecnologia innovadora per a poder tenir un control absolut del consum de la energia elèctrica i que li permet aplicar polítiques d'estalvi energètic.

El sistema, que el comercialitza l'empresa igualadina Nvision Systems & Technologies SL, va ser instal·lat el passat més de novembre a Ca La Nuri, i és una eina imprescindible per poder implantar polítiques d'estalvi i millora energètica en qualsevol empresa, comerç o llar. A Ca La Nuri, després d'aplicar les mesures correctives controlades i analitzades pel sistema, l'estalvi energètic s'ha posat de manifest a partir del més de gener, atès que s'ha reduït la factura de l'electricitat en un 35%, tot i l'augment de les tarifes elèctriques del mes de gener. Amb aquest rítm d'estalvi, la petita inversió efectuada s'amortitzarà en menys de 8 mesos.

L'empresa Nvision Systems & Technologies SL està especialitzada en la instal·lació i la integració de tecnologies de telecontrol d'última generació, entre altres productes. Actualment comercialitza diversos sistemes i productes de control i estalvi energètic pensats per a les indústries, comerços, hotels, oficines, ajuntaments i, fins i tot, llars.

Es tracta, doncs, d'una inversió productiva, que permet a les empreses augmentar el seus beneficis d'acord amb una reducció de costos i a la vegada contribuir a les polítiques mediambientals i millorar la seva imatge corporativa.

A més, qualsevol d'aquestes inversions pot anar acompanyada d'ajuts de l'Administració en forma de subvencions, crèdits o bé incentius fiscals.



LAMINAR AIR, PRIMERA ESCOLA DE VOL DE LA COMARCA

Laminar Air, l'única escola de pilots de l'Anoia ubicada a l'Aeròdrom Igualada-Òdena, ha incorporat una tercera aeronau a la seva flota, una Cessna 172, matricula EC-BNE. Aquesta aeronau té capacitat per a 4 persones i s'utilitzarà tant per a l'escola de pilots (PPL) com per a viatges juntament amb els altres dos aparells amb què ja opera, un Tecnam P96 i una Cessna 172. També està en ple funcionament el simulador de vol a escala real del Boeing 737.800.

notes de premsa

d'empreses associades



MAYORETTY. SENZILLAMENT COMUNIQUEM

Arriba a l'Anoia la nova plataforma de comunicació. Una plataforma de distribució de continguts informatius en format digital, adreçada a un lloc i moment concret per a captar l'atenció del seu públic/audiència.

La publicitat de masses té els dies comptats. Les noves tendències i possibilitats de les telecomunicacions, i els nous hàbits de consum, ens obliguen a buscar noves tècniques per a comunicar i crear marca.

Hem de posar a l'abast dels nostres clients l'eina comunicativa que connecti i interactui directament amb el seu públic, en el lloc i moment més important: en el punt de venda.

El concepte My DS ofereix la possibilitat que cada client tingui el seu PROPI CANAL de comunicació. Amb la seva PRÒPIA MATGE CORPORATIVA i comunicant com ell se senti més còmode.

L'objectiu final d'aquesta plataforma no és solament vendre. Vol assolir més objectius: fidelitzar, informar, cuidar, interactuar, etc. En resum, tenir una conversa bidireccional amb el seu públic i crear una experiència positiva en la comunicació.

Perquè hi hagi una bona comunicació, la marca i el consumidor HAN DE PARLAR. Han de parlar el mateix IDIOMA i amb una EXPERIÈNCIA POSITIVA GLOBAL.



NOU WEB DEL CONSORCI SANITARI DE L'ANOIA HOSPITAL D'IGUALADA

La nova pàgina incorpora informació sobre els serveis al ciutadà així com continguts per als professionals del sector. L'adreça és www.csa.cat.

Al nou portal de l'Hospital d'Igualada es pot trobar a més de la informació corporativa, tot el que està relacionat amb els seus serveis i àrees assistencials, l'equip humà que els integren i recomanacions sobre l'ús dels serveis i instal·lacions. El butlletí s'hi vulguin subscriure.

Un apartat reservat als professionals del sector inclou continguts de recerca i desenvolupament, agenda d'activitats docents i divulgatives i una borsa de treball pròpia.

La pàgina ha estat creada i desenvolupada per l'empresa Igualadina Aladretes i liderada des dels departaments de Comunicació i Informàtica de l'Hospital d'Igualada. Per a la realització de la pàgina s'han tingut en compte les seves necessitats de comunicació i la seva guia d'estil, la usabilitat i accessibilitat dels continguts i especialment la capacitat d'autogestió per part del propi hospital.



"CREATED IN BARCELONA" MIRA AL MÓN

Un grup de dotze estudis de disseny capdavanters de Barcelona s'han unit sota el nom "Created in Barcelona" amb l'objectiu d'oferir els seus serveis a empreses de tot el món.

Amb molts anys de bagatge cultural, coneixements tecnològics i un esperit empresarial emprenedor, "Created in Barcelona" aposta per oferir els seus serveis a aquelles empreses que desitgin ser més competitives en el mercat global.

Durant l'edició 2008 de l'IDT Expo que va tenir lloc a Hong Kong el passat mes de desembre, els estudis de disseny van organitzar el seminari **Blending function & aesthetics for business success: Created in Barcelona**, que va comptar amb la intervenció, entre d'altres, de Mario Rubert, gerent de Relacions Econòmiques Internacionals del Sector de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.

La presència de "Created in Barcelona" s'emmarca en la Business of Design Week (BODW), esdeveniment que forma part de l'IDT Expo, organitzat pel Hong Kong Design Center i el de promoció dels seus productes i serveis davant empreses asiàtiques. La creixent participació de companyies de disseny ha creat grans expectatives entre els membres del "Created in Barcelona" sobre les possibilitats de la ciutat comtal de convertir-se en soci a l'edició 2010 de l'IDT Expo.

"Created in Barcelona" està format per 12 estudis de disseny, dels quals 2 estudis de disseny i innovació són d'Igualada (Frederic Homs i Nbowm) i un altre de Barcelona dirigit pel també igualadí Xavier Claramunt.

Més informació a www.createdinbarcelona.net



EXPOCOMPUTER - SAGE LOGIC CONTROL PRESENTA UN NOU PRODUCTE PER ALS DESPATXOS PROFESSIONALS

El passat mes de febrer Expocomputer, gold partner de la divisió mitjana de l'empresa Sage Espanya, ha presentat als professionals les principals novetats de la nova col·lecció "Logic Class Professional".

La ponència feta a càrrec del Sr. Joan Granero, director de producte de l'àrea professional de Sage Espanya, va introduir les actualitzacions legals corresponents als exercicis 2008-2009 i les funcionalitats de la nova aplicació que faciliten l'estudi i l'assessorament als despatxos professionals.

Aquestes funcionalitats s'han aconseguit incorporant eines que facilitin la introducció de dades i la seva integració amb la gestió professional composta pels mòduls següents: gestió interna del despatx, comptabilitat i finances, nòmina i recursos humans, gestió documental i anàlisi de negoci, formant part d'un extens ventall de solucions de programari de gestió per als despatxos professionals de Sage Logic Control.

Durant el transcurs de la presentació en Joan Granero va apuntar "les noves aplicacions incorporen novetats legals que permetran satisfer les necessitats de gestió dels despatxos professionals", tot afegint també que "l'actualització d'aquesta aplicació reforçarà el lideratge de Sage com a especialista en el desenvolupament de solucions de gestió empresarial i la seva especialització en productes adreçats al col·lectiu dels despatxos".



“L'ERO d'una empresa pot ser fins i tot beneficiós per a la seva imatge de marca”

Joan Campmany, president de DDB° Espanya

Temps de crisi, temps d'oportunitats?

Al món dels negocis, les oportunitats sempre hi són tant en època de creixement econòmic o bonança, com de crisi. Allò que el temps de crisi és temps d'oportunitats no és veritat. Hi ha més oportunitats quan hi ha creixement. El que passa és que quan el benefici cau als empresaris se'ls aguditza l'enginy i fan el que haurien d'haver fet abans.

I en el camp de la comunicació i la publicitat, com han de buscar les empreses aquesta oportunitat en temps difícils?

En el transcurs del temps, les empreses evolucionen i algunes acumulen més greix que d'altres. En aquests moments, tenim l'oportunitat de posar-nos a dieta, eliminar allò que és superflu i reforçar el que és essencial. I cercar oportunitats des dels nostres punts forts. Les oportunitats sempre hi són davant nostre.

De fet, un estudi de McGraw-Hill Research que va analitzar 600 empreses des de 1980 a 1985 va determinar que les vendes de les que van incrementar la despesa en publicitat durant la recessió del 1981-1982 superaven en un 256 % les vendes de les que van eliminar la publicitat. És vital que les empreses no deixin d'invertir per promocionar-se?

La publicitat, com a eina d'un pla de màrqueting, serveix per ajudar en el creixement de les empreses, a vendre més. Sembla lògic, doncs, pensar que quan les vendes baixen s'ha de reforçar, o si més no, no rebaixar, aquesta partida quan és més necessària. La qüestió és si ens trobem davant d'una crisi conjuntural i puntual o estructural i de valors, la qual cosa influirà en la decisió d'augmentar o reduir els pressupostos de publicitat. Reduir pressupostos quan baixen les vendes no sembla que sigui una mesura gaire encertada.

Quins perjudicis alertarien els empresaris que poden patir si deixen de confiar en la publicitat i la comunicació?

La temptació de reduir el pressupost de publicitat és molt alta. La reducció va directament als beneficis i quan aquests baixen es compensen reduint despeses (viatges de feina, congressos, seminaris, etc. i publicitat) però s'ha d'anar molt en compte si reduïm despeses com ara les d'I+D, formació i publicitat perquè passaran factura a mitjà i llarg termini ja que són la benzina per a portar la companyia endavant.

El que busquen els consumidors en temps de crisi és només el preu o hi ha altres factors vitals en l'elecció d'un o un altre producte? Obliga això a redefinir la publicitat?

El preu és un factor determinant en l'elecció de qualsevol producte. Tant si és de primera necessitat com de luxe.

El consumidor compara el que li costa amb el que rep a canvi i, si en surt guanyant i té els diners, el compra. Però en el preu s'inclouen valors com ara la qualitat, les prestacions, imatge de marca..., i si falla algun d'aquests valors, o bé el preu baixa per tal de fer més competitiu el producte, o baixen les vendes.

Alguns estudis asseguren que la publicitat combativa adreçada als competidors directes sol augmentar en temps de crisi. Pot ser perjudicial per a la pròpia empresa?

A mi m'agrada que els productes i les marques parlin bé de si mateixes en lloc de parlar malament dels seus competidors. Jo compraria un producte que tracti de conquerir-me o del qual em parlin bé els amics, abans que comprar aquest producte perquè em diu que els altres són pitjors.

Publicitat

DDDISSENYGRÀFIC
www.dddisseny.com
 PUBLICITAT · IMATGE CORPORATIVA D'EMPRESA · CREACIÓ de LOGOTIPS · REALITZACIÓ de CATÀLEGS i TRIPTICS
 Igualada (CAT) · 93 804 71 70 · general@dddisseny.com

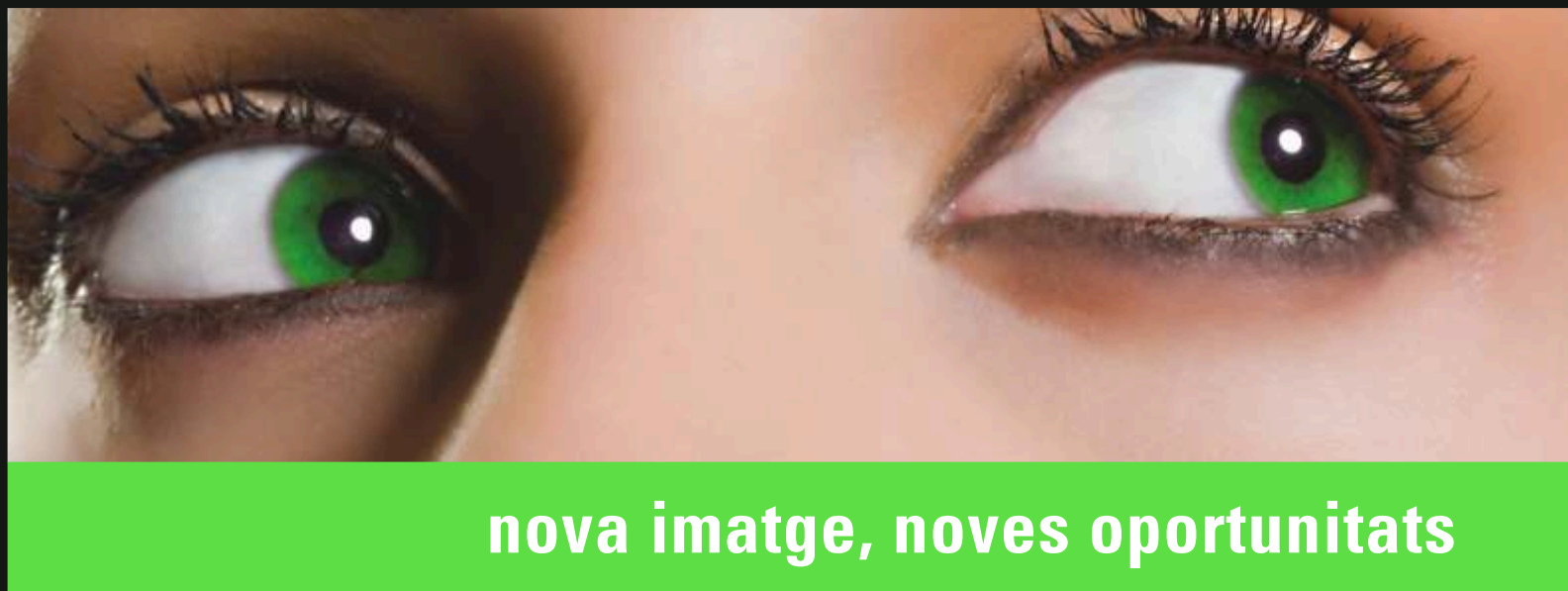


si pugués
canviar el món
ho faria
amb molts colors

projectes gràfics
imatge corporativa

àrea

av. països catalans, 95 / igualada / 93 804 55 56 / www.areapublicitat.com



nova imatge, noves oportunitats

***imatge corporativa. espais comercials. comunicació gràfica.**
identitat i aplicacions corporatives, catàlegs, packaging, retolació i senyalètica,
personalització vehicles, espais comercials, stands, comunicació gràfica...

owm *

passeig verdaguer,
18. 08700 igualada
tel: 938 052 464

owm.cat info@nbowm.com

és l'àrea de comunicació gràfica de
NBOWM* la companyia d'innovació!
és informació a: www.nbowm.com

**Quan el benefici cau als
empresaris se'ls aguditza
l'enginy i fan el que
haurien d'haver fet abans.**

**Reduir el pressupost per
a la publicitat quan
baixen les vendes no
sembla que sigui una
mesura gaire encertada.**

Hi ha valors segurs que cregui que tota empresa hauria de transmetre en temps de crisi, independentment del sector on operi?

El valor més segur d'una empresa és la seva marca. L'únic que la diferenciarà de la seva competència i en època de crisi, quan la gent cerca seguretat i confiança, acostuma a ser refugiar-se en les seves marques.

Què aconsella fer als empresaris per definir amb eficàcia les seves estratègies de comunicació?

Canviar al ritme que canvia el vent és una mala estratègia. No es pot governar una empresa que es deixa portar pel corrent o per com bufa el vent.

Un empresari ha de saber on vol anar i, adaptar-se a cada circumstància, anar esmenant i, de vegades, improvisar-ne la direcció per tal d'anar cap al seu objectiu.

Traçar una línia, ser coherent i no tenir pressa. Les empreses no es construeixen i consoliden a curt termini. Mireu qualsevol sector, alimentació, begudes, tèxtil, automoció... cap marca es fa en menys de 5 o 10 anys.

Quina és la millor manera de calcular l'eficàcia real dels impactes publicitaris?

Primer, s'han de tenir clarament fixats els objectius que es persegueixen i quantificar-los (imatge, coneixement de marca, vendes, quota de mercat, distribució, etc.) i després comparar els resultats amb el punt de partida. Sembla senzill però no ho és tant ja que en el camí ens podem trobar actuacions de la competència que poden distorsionar els resultats, però tot i això l'efecte de la publicitat és mesurable.

Els grans anunciants ho fan sovint, i no tant els petits i mitjans, ja que el cost d'investigació i anàlisi és important. Molts anunciants es conformen amb veure si hi ha augment de vendes i l'imputen a la publicitat la qual cosa de vegades no és correcte.

Les grans empreses i multinacionals exploten al màxim la publicitat, però creu que les petites i mitjanes empreses catalanes són prou conscients de la importància de la comunicació?

Les grans empreses dediquen grans pressupostos al capítol de publicitat, perquè està demostrat que és un accelerador que impulsa vendes i imatge de marca. Independentment del seu volum, cada companyia pot trobar dins de la publicitat la millor eina per a comunicar-se amb el seu públic i crec que totes, avui més que mai, són conscients del valor de la publicitat en aquest sentit.

Creu que a Catalunya sabem informar correctament del que fem?

Els anunciants saben que Catalunya ha estat i és bressol de la millor creativitat i producció publicitària, és a dir, que en el món empresarial ens comuniquem bé.

No es pot governar una empresa que es deixa portar pel corrent o per com bufa el vent. Un empresari ha de saber on vol anar.



Reduir despeses en I+D, formació i publicitat, passarà factura a mitjà i llarg termini ja que són la benzina per a portar la companyia endavant.

Precisament pels temps que corren, moltes empreses es veuen obligades a comunicar expedients de regulació o altres mesures crítiques davant la crisi. Com ho expliquem això als mitjans?

Això s'explica malament precisament perquè no s'explica. Ben explicat, una empresa que fa un ERO pot ser fins i tot beneficiosa per a la seva imatge de marca. Posaré un exemple, si l'Administració redueix funcionaris i informa que, gràcies a les darreres tecnologies pot reduir costos i, en conseqüència, impostos, alhora que pot donar més i millors serveis, possiblement milloraria la seva imatge davant els ciutadans (és a dir, els consumidors).

La seva agència, DDB España, ha estat premiada en múltiples ocasions en eficàcia i creativitat i actualment està entre les 50 millors del món. Quin és el secret per guanyar-se'n la confiança?

Treballar més que la competència. Fomentar el talent. Ser agosarat. I implicar-se en els objectius del client.

Però tot i així, no n'hi ha prou. Cal un client a l'altre costat de la taula que sigui atrevit, que vulgui fer les coses com no s'han fet abans, que sigui visionari i tingui clar quins són els seus objectius a llarg termini, i que no tingui pressa.

Nosaltres podem fer un treball excel·lent però al final és el client el que té el poder de decisió sobre si la campanya sortirà o no i, per tant, almenys el 50 % del mèrit és seu.

A DDB tenim la sort de tenir clients amb un altíssim criteri publicitari i això ens ajuda a millorar cada dia.

Per acabar, doni'ns aquell consell en matèria de comunicació que creu que tot empresari hauria de tenir com a premissa bàsica de treball.

Fes el que saps fer. I tracta de fer-ho millor cada dia.

Laura Hernan



tintaprint
arts gràfiques

Gran Bretanya, 45, nau 2
Pol. Indus. Les Comes
08700 IGUALADA
Telèf./Fax: 938 041 838
tintaprint@tintaprint.net
www.tintaprint.net



tenim la solució per a les seves necessitats en arts gràfiques

VINILS
Muntatges d'Exposicions i Stands
Retolació Integral
Gran Bretanya, 19 D 08700 IGUALADA
Tel. 93 804 74 50 Fax 93 805 23 21
vinils@vinilscomunicacio.com

anoia comunicació visual



Antoni Murt
Advocat

Novetats fiscals per a l'any 2009

Les novetats fiscal per a l'any 2009 es regulen, entre d'altres normes, en la Llei 2/2008, de 23 de desembre, de pressupostos generals de l'Estat i, especialment, en la Llei 4/2008, que suprimeix l'impost sobre el patrimoni, generalitza la devolució mensual de l'IVA i introdueix altres modificacions de naturalesa tributària.

Les principals novetats introduïdes en cadascun dels impostos són les següents:

1. IMPOST SOBRE EL PATRIMONI (IP)

Sens dubte la mesura més celebrada per a l'any 2009 és l'eliminació de l'IP, tant per les persones físiques residents a Espanya com per als no residents que també quedaven sotmesos a l'impost en relació amb els béns i drets situats o exercitables a Espanya. Aquesta supressió s'ha portat a terme amb efectes retroactius l'1 de gener de 2008, fet que representa que la declaració de l'IP corresponent a l'any 2008 (és a dir, meritat en data 31 de desembre de 2008) ja no s'ha de presentar.

Per tant, les participacions en societats mercantils quedaran a partir d'ara i en tot cas no gravades a l'IP dels socis, amb independència que s'acompleixin o no els requisits que fins ara hi ha per a assolir l'exempció a l'IP en certes empreses familiars. Caldrà però continuar estar atents al compliment dels requisits per aplicar els beneficis fiscals previstos a la transmissió d'empreses familiars a l'impost sobre successions i donacions que, com sabem, encara està plenament vigent a Catalunya.

2. IMPOST SOBRE SOCIETATS (IS)

a. Pèrdua per deteriorament de valors

El nou Pla general comptable va introduir una modificació significativa en relació amb la correcció valorativa de les participacions en companyies del grup en què, per a calcular el deteriorament de la participació, cal tenir en compte les plusvàlues tàcites de la filial en el moment de fer-ne la

valoració, cosa que pot representar que, si aquestes plusvàlues tàcites han augmentat per sobre de les hipotètiques pèrdues obtingudes per la filial, la matriu no pugui comptabilitzar el deteriorament de la cartera. Doncs bé, amb efectes per als exercicis iniciats a partir de l'1 de gener de 2008, s'ha modificat l'article 12.3 de la Llei de l'IS fet que possibilita la deduïbilitat per ajust extracomptable de les pèrdues de la filial (diferència entre els fons propis a l'inici i final de l'exercici, sense que es consideri l'efecte de les plusvàlues tàcites), amb independència de com es comptabilitzi el deteriorament d'acord amb la normativa comptable.

D'altra banda, el mateix article 12.3 també s'ha modificat amb la voluntat d'aclarir un assumpte llargament discutit per la doctrina i que fa referència a les despeses no deduïbles de les filials. Concretament, s'aclareix que les despeses comptables però no deduïbles fiscalment obtingudes per una filial afecten a la deduïbilitat fiscal de la correcció de valor dotada per la matriu. S'evita d'aquesta forma que despeses no deduïbles en seu d'una companyia participada es converteixin en deduïbles per provisió de cartera a la seva matriu.

b. Llibertat d'amortització amb manteniment de llocs de treball

S'afegeix la disposició addicional novena a la Llei de l'IS que permet la llibertat d'amortització extracomptable de les inversions en elements nous de l'immobilitzat material i immobiliari adquirits durant els exercicis 2009 i 2010, sempre que en els 24 mesos següents a comptar des de l'inici del període impositiu en el qual es realitzi la inversió es mantingui el nombre mitjà de llocs de treball dels 12 mesos anteriors.

c. Operacions vinculades

El passat 18 de novembre es va aprovar l'esperada modificació del Reglament del l'IS que desenvolupa el règim de les operacions vinculades i les temudes obligacions de documentació, que de ben segur suposaran una càrrega de treball molt considerable per a les societats que fan operacions intragrups.

Tal com disposa la mateixa norma, les obligacions de documentació seran exigibles tres mesos després de la seva publicació, és a dir, a partir del 19 de febrer de 2009. No obstant això, a hores d'ara encara hi ha dubtes sobre quin serà el criteri d'Hisenda en relació amb aquesta data d'entrada en vigor: s'han de documentar només les operacions efectuades a partir de 19 de febrer de 2009? O només les operacions efectuades durant els períodes impositius iniciats a partir del 19 de febrer de 2009? O potser les operacions efectuades al 2008 però que es declararan a l'impost de societats que s'ha de presentar el proper juliol del 2009. Caldrà estar molt atents als pronunciaments sobre això que esperem que aviat faci l'Administració.

A més, cal tenir en compte que aquestes formalitats tan estrictes no són exigibles a les societats que, individualment o conjuntament amb la resta del seu grup, no arribin a una xifra de negocis de 8 milions d'euros, el que no treu, i això és molt important recordar-ho, que les operacions efectuades entre parts vinculades s'hagin de valorar i comptabilitzar d'acord amb el seu valor de mercat i que s'hagi d'estar en condicions de justificar els preus aplicats davant d'Hisenda en cas de comprovació.

3. IMPOST SOBRE EL VALOR AFEGIT (IVA)

a. Devolucions mensuals

Tal com succeïa fins ara sota el règim especial dels exportadors, es generalitza per a la totalitat d'empresaris la possibilitat de sol·licitar la devolució mensual de l'impost.

b. Recuperació de l'IVA dels impagats

Es redueix de dos a un any el termini per a poder reclamar la devolució de l'IVA referent a un crèdit impagat. Es manté la necessitat d'interposar reclamació judicial contra el deutor.

c. Concepte de subjecte passiu de l'IVA

En la línia de la jurisprudència del Tribunal Superior de Justícia de Luxemburg, es modifiquen els articles 4 i 5 de la Llei de l'impost i desapareix la qualificació de les societats mercantils com a subjectes passius de l'IVA, en tot cas, es passen a considerar subjectes passius, tret que hi hagi una prova en contra. S'obre, per tant, la possibilitat que operacions efectuades per societats inactives o merament patrimonials es puguin considerar com a no subjectes a l'IVA o, el que pot ser més costós, com a subjectes a l'impost sobre transmissions patrimonials.

4. IMPOST SOBRE TRANSMISSIONS PATRIMONIALS (ITP)

a. Operacions de reestructuració

Adaptant-se a la normativa europea, es modifica la Llei de l'ITP i es preveu que les operacions de reestructuració empresarial (en general, fusions, escissions, aportacions d'actius i bescanvis de valors) no estaran subjectes a la modalitat d'operacions societàries (1 per cent). Fins ara aquesta no subjecció (o millor dit, exempció) s'assolia mitjançant l'acolliment d'aquestes operacions al règim especial de reestructuracions empresarials previst a la Llei de l'IS. Doncs bé, amb l'efecte des de l'1 de gener de 2009, aquestes operacions no quedaran sotmeses a tributació sota d'operacions societàries en cap cas, és a dir, sense haver d'aplicar el règim especial esmentat i sense necessitat de justificar la seva motivació econòmica.

1. En el moment d'escriure aquest article, ha aparegut extraoficialment un esborrany de la declaració de l'IS 2008 que ha confirmat els dubtes, ja que sembla que caldrà recollir informació sobre les operacions vinculades efectuades al 2008. No obstant això, cal veure com finalment surt publicat al BOE. En cas que desitgeu seguir l'evolució de l'assumpte, no dubteu de contactar-me a A.Murt@fpfabogados.com