

CONSULTORIO EMPRESARIAL

TEMPORALIDAD

i A la empresa le interesa formalizar un nuevo contrato temporal con un trabajador y, debido a ello, superará la antigüedad de dos años en la empresa: ¿es esto posible?, ¿supondría que su contrato se convertirá en indefinido?

La reforma laboral de septiembre del 2010 introdujo una modificación en el empleo temporal por la que «los trabajadores que en un período de 30 meses hubieran estado contratados para una empresa durante un plazo superior a 24 meses, mediante dos o más contratos temporales, con las mismas o diferentes modalidades contractuales de duración determinada, adquiri-

rán la condición de trabajadores fijos». Sin embargo, tras la entrada en vigor del decreto 10/2011 (del pasado 26 de agosto), se ha suspendido durante dos años la aplicación del apartado 5 del artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores, por lo que hoy es posible suscribir un nuevo contrato temporal con un trabajador, aun cuando su antigüedad supere los dos años.

i Como socio-administrador de una sociedad limitada, un futuro acreedor me exige que afiance el cumplimiento de una obligación societaria y le otorgue como garantía de esa fianza un derecho de prenda sobre mis participaciones en la sociedad, ¿es posible constituir tal garantía?, ¿cómo repercutiría esa medida en mis derechos de socio?

Efectivamente, es posible constituir un derecho de prenda sobre participaciones —constando en documento público y tomada razón en el libro registro de socios—, otorgando al respectivo acreedor pignoraticio una garantía y, en caso de incumplimiento, el acreedor viene facultado para dirigirse contra las respectivas participaciones sociales dadas en garantía, procediendo a su

enajenación. Pero el ejercicio de los derechos ordinarios del socio seguirá correspondiendo al propietario de las participaciones, salvo que los estatutos de la sociedad dispongan lo contrario, tanto en el aspecto económico —beneficios, cuota de liquidación y suscripción preferente— como en el político —asistencia y voto, impugnación de acuerdos e información.

CONSULTORIO FISCAL

TRANSMISIONES

i Una sociedad adquiere un inmueble a un particular, ¿cómo debe contabilizar el importe del impuesto sobre transmisiones patrimoniales pagado por la adquisición?, ¿y si posteriormente la Xunta le gira una liquidación complementaria por una comprobación de valores?

Con carácter general, cuando el impuesto sobre transmisiones patrimoniales (ITP) se devenga con ocasión de adquisiciones onerosas, el importe devengado se contabilizará como mayor importe del bien adquirido, es decir, el impuesto liquidado inicialmente —al igual que la cuota comple-

mentaria resultante de una comprobación de valores— se incluirá como mayor valor en el precio de adquisición del inmueble. Cabe recordar que el ITP no es un impuesto recuperable directamente de la HP, tal como resulta de la propia norma de valoración del inmovilizado material del PGC.

i ¿Por qué los anticipos a proveedores están ubicados, junto con las cuentas del Grupo 3 del plan general de contabilidad (PGC), en el activo corriente del balance, dentro del epígrafe de existencias?

En la cuenta de anticipos a proveedores (407), se recogen los importes entregados a los proveedores, normalmente en efectivo, en concepto de cuenta de suministros. Desde el punto de vista empresarial, refleja el derecho a percibir los bienes o servicios contratados

y, solo con carácter subsidiario, a recuperar el importe entregado. La inclusión en el epígrafe de existencias se debe a que, en principio, cabe esperar que el importe anticipado se materialice en la entrada de los bienes objeto de la operación pactada.

! CARUNCHO, TOMÉ & JUDEL. Abogados y asesores fiscales. Miembro de HISPAGURIS. www.caruncho-tome-judel.es



La firma ha apostado por un espacio con mucha luz, práctico y en el que la atención personalizada es norma | CARLOS CARBALLERA

Cadelín estrena tienda y proyecta crear franquicias

La marca gallega de productos y servicios para mascotas ha inaugurado en Ferrol su primer local propio de venta al público y abrirá el segundo en A Coruña

• R. Domínguez

Recién abierta su primera tienda propia en el centro de Ferrol —exactamente, en la calle Real—, la fundadora de Cadelín, Patricia Forján, ya habla de la expansión de la marca gallega de diseño para mascotas mediante franquicias.

«Sabemos que nuestro producto se vende, siempre y cuando esté bien posicionado, y para crecer hay que aumentar la familia», cuenta la emprendedora, que dejó un «magnífico empleo —según ella misma reconoce— en el sector hotelero para dedicarme a lo que realmente me gusta». Recuperó los patrones de su abuela y en el 2007 empezó a crear moda para animales de compañía, un mercado prácticamente inexplorado en Galicia y en el que ha sido capaz de impulsar las ventas en toda España y las exportaciones a Italia y Brasil, entre otros países.

Con una inversión de alrededor de 100.000 euros, a los que suma otros 60.000 para la nueva nave que la firma prepara en A Gándara para taller de confección, y el apoyo de las subvenciones de Industria, Cadelín ofrece en la ferrolana calle Real tres plantas, 150 metros cuadrados, de exposición y venta de productos, un local que además funciona como tienda-piloto a modo de escaparate para el proyecto de expansión a través de las franquicias: «Es un negocio pionero internacionalmente y el público está mostrando mucho interés, en

el plazo de dos meses abriremos en Guatemala y muy pronto también firmaremos una exclusividad en A Coruña», ha precisado Forján.

También ha referido que han sumado apoyos, como son Javier Sánchez Lara, director encargado de proyectar la imagen de la marca; Alba Seoane, al frente de la *boutique* recién abierta; y María Villora, responsable de comunicación. El equipo ha articulado una fórmula franquiciadora que, según sostiene la fundadora, «ofrece muchas ventajas y facilita la puesta en marcha de cualquier proyecto de negocio con nuestra marca».

FACILIDADES

Además de la oferta de diseño propio de la marca, entre otras facilidades también ofrece un equipo de asesoramiento para el diseño de cada negocio, los trámites de gestión, y todo el respaldo publicitario y promocional de Cadelín «sin comprometer —ha añadido—, nosotros asesoramos por la imagen de marca; por ejemplo, sobre el mobiliario, pero si el franquiciado tiene alguien de mano que se lo fabrique igual y lo prefiere, puede hacerlo».

Los responsables de Cadelín tampoco exigen a la franquicia el pago de un canon por la marca, sino solo la realización de un pedido de unos 9.000 euros y gastos iniciales de asesoramiento. Además, Cadelín permite la inclusión entre las ofertas de las tiendas de productos de firmas que no están disponibles en el catálogo de la marca.

«La base es el diseño de calidad y a precio competitivo —resume Forján cuando se le pregunta por la clave de la firma—; somos diseñadores, pero también fabricantes, por eso podemos ofrecer la mercancía a precios de mayoristas».

Cadelín cuenta para ello con talleres de confección en Galicia y Portugal y recurre a la subcontratación de empresas del entorno para elaborar sus artículos. Su catálogo ya incluye alrededor de 350 referencias.

«CORNERS»

Pero además de iniciar el camino de la expansión a través de la creación de franquicias, la firma proyecta también la comercialización de *corners* (espacios Cadelín en comercios ajenos) y esta ampliando su oferta con nuevos diseños.

Todo ello sin menoscabo de que sus ofertas para mascotas ya eran atractivas, tanto en ropa —desde la deportiva a la vaquera, polares, impermeables o pijamas, e incluso vestidos de fiesta— como en accesorios, entre los que se incluyen bolsos, camisas, collares, juguetes, comederos, transportines, etcétera.

Pero ahora, junto al mundo animal, en la tienda de Ferrol también se exhibe y vende la llamada «línea humanos», que en principio está centrada en el mundo de los bebés, con prendas de primera puesta, patucos, baberos y peluches; a lo que de momento se suma una colección de camisetas para hombre y mujer con motivos relacionados con el mundo animal.