

## CONSULTORIO FISCAL

### MODELO 349-IRPF

**?** Debido a que hemos comenzado a comprar productos a algunas empresas francesas, este mes hemos presentado por primera vez el modelo 349. ¿Con qué frecuencia tendremos que presentarlo a partir de ahora?

Para determinar la periodicidad con la que se haya de presentar la declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias, no se tendrá en cuenta el volumen de las compras dentro de la UE de bienes y los servicios que la empresa adquiera.

En definitiva, si su empresa solo realiza compras intracomunitarias de bienes, deberá presentar esta declaración

informativa con carácter trimestral.

En el caso de que su compañía comience a realizar ventas entre los países de ámbito europeo, o a prestar servicios, a otro Estado de la UE que deban consignarse en el modelo 349, deberá atender al importe total de este tipo de operaciones para determinar, nuevamente, los plazos de presentación de dicha declaración informativa.

**?** Percibo una pensión de Bélgica que en el año 2014 ascendió a 17.845,32 euros anuales. No he percibido ninguna otra renta. ¿Qué límite debo tener en cuenta en la declaración del IRPF —11.200 o 22.000 euros— con la obligación de presentación de la declaración del IRPF?

El artículo 96.3 de la Ley 35/2006 del IRPF, establece el límite para no presentar la declaración del IRPF en 11.200 euros entre otros supuestos, cuando el pagador de los rendimientos del trabajo no esté obligado a retener de acuerdo con lo previsto reglamentariamente. En el caso de ser la pensión

procedente de Bélgica su único ingreso, y al no estar obligado el pagador de su pensión a retener a cuenta del IRPF, el límite de la obligación de declarar relativo a los rendimientos del trabajo se fija en 11.200 euros, por lo que usted tendrá obligación de presentar su declaración de IRPF.

## CONSULTORIO EMPRESARIAL

### PRODUCTOS FINANCIEROS

**?** He contratado un producto financiero complejo con un banco y, al realizarse el canje de activos, me he dado cuenta de que no me explicaron, ni entendí, lo que había consentido. La entidad financiera me contesta, entre otras cosas, que la acción para solicitar la nulidad del contrato ha caducado, al haber transcurrido más de 4 años desde su firma del contrato. ¿De qué plazo dispongo y cómo se computa su transcurso?

La reciente sentencia del pleno de la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo, del 12 de enero del 2015, aborda el cómputo del inicio para el ejercicio de la acción de nulidad de contratos financieros complejos por error o dolo en consentimiento.

La respuesta se basa en la interpretación del artículo 1301 del Código Civil, que dice: «La acción de nulidad solo durará cuatro años. El tiempo empezará a correr —en caso de error, dolo— desde la consumación del contrato».

A estos efectos, hay que distinguir la perfección del contrato —concurso de voluntades del contrato— de la consumación de contrato —realización de las obligaciones del contrato—.

El Alto Tribunal dice que en los contratos financieros, a efectos de determinar el momento inicial del plazo de ejercicio de anulación del contrato por error o dolo, este se fija en el instante en que en el desarrollo de la relación contractual surja un acontecimiento que permita al cliente la comprensión real de las características y riesgo del producto que se ha adquirido mediante el vicio del consentimiento.

En definitiva, el inicio del plazo de ejercicio de la acción de nulidad del contrato viene fijado por referencia al día de la conversión de los valores, fecha en la cual el afectado alcanzó a comprender y a ser consciente del vicio del consentimiento padecido al contratar.

**!** CARUNCHO, TOMÉ & JUDEL. Abogados y asesores fiscales. Miembro de HISPAGURIS. [www.caruncho-tome-judel.es](http://www.caruncho-tome-judel.es)

## EL EXPERTO

Alberto Rocha Guisande

### Vender moda por Internet es cosa de gigantes. O no

El futuro casi nunca resulta como estaba previsto, como lo corrobora lo mucho que se equivocaban quienes afirmaban que nadie se compraría ropa sin antes tocarla y probársela. Sin embargo, convertida la venta moda en una de las actividades estrella en Internet, resulta que las verdaderas barreras no estaban en estos prejuicios sino donde siempre, es decir, en el canal de acceso al cliente.

Muchos de los incrédulos de la etapa anterior, ahora ensordecidos por el estruendo de las redes sociales con la fe del converso, han pasado a depositar sus expectativas en el canal de venta *on line*. Pero volverán a equivocarse.

Lo cierto, es que para operar con verdadero éxito en Internet hay que ser todavía más grande que para hacerlo en las tiendas físicas, y el ciberespacio de la moda ha pasado a estar dominado por dos tipologías de compañías, por una parte, las grandes cadenas y marcas, como Inditex, Mango, H&M; y por otra, los gigantes del comercio electrónico, algunos más genéricos como Amazon y los *pure players* como Privalia, Zalando, Vente Privee; y, perdidas por la red, infinidad de pequeñas marcas con menos ventas que las de cualquier tienda de un pueblo remoto. Es evidente que siempre hay alguna excepción, pero que no hacen más que confirmar la regla.

Una explicación del fenómeno la encontramos en la omnicanalidad, que a su vez es una consecuencia de la velocidad de reacción que vienen demostrando los líderes del sector, adelantándose a las demandas de los consumidores, que van mucho más allá de las garantías y facilidad para recoger o devolver. Y es que los compradores interactúan permanentemente y sin ningún orden preestablecido, en todos los formatos, físicos y virtuales, con una única exi-

gencia, la inmediatez, de forma que o se le rodea por completo o casi seguro que se nos escapa la venta, en ese proceso continuo y circular de «ver y tocar». Al final, parece que los escépticos de la primera etapa tenían algo de razón.

Para las pymes del sector la cosa todavía puede ir a peor. Cuando los clientes, con unas expectativas que no dejan de aumentar, ya no se conforman con que la compra pueda realizarse desde cualquier lugar y en cualquier momento, ahora empiezan a reclamar que

se les sirva casi al instante en donde se encuentren, aunque lo hayan comprado a medianoche. El razonamiento, tan simple como equiparar la compra de ropa con la de comida rápida.

Ante este panorama, las marcas que no cuenten con puntos de venta integrados y bien sincronizados lo tienen bastante complicado. Pero existe una oportunidad, de la mano de la tecnología y la cooperación competitiva entre ellas y el canal multimarca. Operando como células de un conglomerado virtual, tan caótico

y diseminado como el compuesto por los propios consumidores.

La oportunidad de negocio existe, con capacidad para plantar cara a los grandes del sector, aunque la barrera de entrada es casi insalvable: la mentalidad. Por fortuna, Galicia y su euroregión cuentan con uno de los mejores ecosistemas del negocio de la moda que existen a nivel mundial, en el que todo es posible, desde la creación de Inditex hasta la aparición espontánea de un nuevo modelo que vuelva a revolucionar el sector.

**!** ALBERTO ROCHA GUISANDE es economista, abogado y secretario general de Cointega-Clúster Gallego Textil Moda



## CONSULTORIO LABORAL consultoriolaboral@lavoz.es

### CONTRATO DE RELEVO Y JUBILACIÓN

**?** Estoy trabajando con un contrato de relevo. El trabajador al que sustituyo no está en la empresa desde hace tres años y ahora que se ha jubilado me despiden. ¿Puedo reclamar la improcedencia del despido?

El supuesto que se plantea es que el trabajador relevado ha concentrado su jornada laboral en los meses siguientes a la suscripción del contrato de relevo y ya no ha vuelto a prestar servicios para la empresa, pero manteniendo su alta en la misma y consiguiente cotización. La concentración de la jornada de trabajo del relevado en los siguientes meses a la suscripción del contrato de relevo no comporta fraude, siempre que en la contratación se sigan todos los requisitos legales. La concentración de la jornada no deja de ser algo anómalo e infrecuente, pero no es perseguible ni afecta ni perjudica al relevista, mientras la empresa siga cotizando por ambos; y la solución adoptada se ajusta a la doctrina jurisprudencial y a la doble finalidad del reparto del trabajo para el relevista y mejora del bienestar del relevado. Es cierto que la concentración de jornada no tiene expresa contemplación legal, pero esa ausencia de específico tratamiento normativo no implica ilegalidad alguna.

De esta forma, partimos de tres consideraciones: a).- Que la conexión entre los contratos del relevado

[que pasa a ser a tiempo parcial] y el contrato de relevo, es externa y no determina una estricta dependencia funcional entre el contrato de relevo y la situación jubilación-empleo parcial, como lo prueba que el art. 12.7.b) ET desvincula la duración del contrato al del relevista [ha de ser indefinido, o hasta que el relevado alcance los 65 años].

b).- Con el contrato de relevo se pretenden dos objetivos: que la jubilación anticipada, aunque sea parcial, no se traduzca en la pérdida de puestos de trabajo; que los ingresos de la Seguridad Social no se vean mermados.

c).- Que la obligación empresarial de mantener ese volumen de empleo se extiende hasta que el jubilado parcial [trabajador relevado] alcance la edad para acceder a la jubilación ordinaria o anticipada total».

De esta forma no existe motivo para determinar la improcedencia del despido tras la jubilación del trabajador relevado.

**!** CATERINA CAPEANS AMENEDO es letrada del departamento laboral de Iglesias Abogados