

CONSULTORIO EMPRESARIAL

MOBBING

i La empresa en la que trabajo ha venido teniendo una conducta de sistemático acoso conmigo ¿Qué requisitos han de concurrir para apreciar una conducta de «mobbing» o acoso laboral?

El *mobbing* o acoso moral en el trabajo consiste en una agresión recurrente y sistemática de una organización hacia un individuo, con el objetivo de apartarlo de la misma; entendido como comportamiento reiterado, constante y grave de violencia psíquica —e, incluso, física—, normalmente ejercido por quien, desde una posición dominante, se considera amenazado en ella por la víctima, cuya destrucción pretende para reforzar su posición de dominio. En definitiva, la concurrencia de acoso moral en el trabajo presupone actos hostiles que determinan una efectiva lesión de la integridad moral —o autoestima— y/o física del trabajador. En el terreno laboral pueden concurrir diferentes tipologías de acoso moral, en función de si la víctima es un subordinado —«vertical descendente»—, un compañero —«horizontal»— o un superior —«vertical ascendente»—. En cualquier caso, conviene aclarar que el mero hecho de que existan conflictos, o enemistades, con compañeros de trabajo, o de padecer a un jefe «exigente», no cabría calificarse de *mobbing*, pues no toda situación conflictiva puede reconducirse al ámbito del acoso laboral.

CONSULTORIO FISCAL

RETENCIÓN-TRIBUTOS

i Nuestra empresa no pagó las nóminas de los últimos meses, pero sí ingresó las retenciones correspondientes. Uno de los trabajadores no está de acuerdo con su certificado de retenciones, alegando que no ha cobrado el importe que figura en dicha certificación ¿Hemos actuado bien?

La empresa, en su condición de retenedora, tiene la obligación de presentar periódicamente las declaraciones de las cantidades retenidas e ingresadas, confeccionar una declaración anual de retenciones e ingresos a cuenta y expedir los correspondientes certificados de retenciones a favor de los perceptores. No obstante, la obligación de retener nace con el abono de las rentas correspondientes, por tanto, no procederá presentar declaración cuando no se hayan satisfecho en el período rentas sometidas a retención. En resumen, la empresa no debería incluir en sus declaraciones —modelos 111 y 190—, aquellos rendimientos no abonados en el período objeto de las mismas.

i Mi empresa siempre solicita de las personas que subcontratamos certificado de encontrarse al corriente de las obligaciones tributarias. Hay una empresa que nos lo ha facilitado pero, en el momento de efectuar el pago, el certificado había caducado ¿Qué responsabilidad tenemos por no tener el certificado y en qué cuantía?

La Ley General Tributaria determina que son responsables subsidiarios de la deuda tributaria aquellos que contraten o subcontraten obras o servicios correspondientes a su actividad económica principal, por las obligaciones relativas a tributos que deban repercutirse, o cantidades que deban retenerse a trabajadores, profesionales u otros empresarios, en la parte que corresponda a las obras o servicios objeto de la contratación o subcontratación. La responsabilidad queda limitada al importe de los pagos realizados sin haber aportado el contratista o subcontratista al pagador el respectivo certificado, o habiendo transcurrido el periodo de doce meses sin haber sido renovado. La responsabilidad subsidiaria no surge por el mero hecho de que se pague, o no, la deuda derivada de la relación contractual, sino porque la persona con la que se haya contratado, o subcontratado, no haya cumplido con las obligaciones tributarias a su cargo.



Los productos gallegos han sido muy valorados en el certamen gastronómico madrileño | BENITO ORDOÑEZ

Casi 60 empresas gallegas pugnan por 200 millones de negocio «gourmet»

El Salón de Gourmets presentó mil nuevos productos en Madrid Las firmas recurren a eventos culinarios con grandes chefs para atraer a los consumidores

G. Lemos

Más de treinta mil productos en exposición, repartidos en 1.188 expositores, en los que se exhibieron mil novedades incorporadas al catálogo en el último año. Ese es el balance del Salón de Gourmets celebrado esta semana en Madrid, al que acudieron 57 empresas gallegas para intentar ampliar su cuota de mercado en un sector, como el de los productos selectos, en constante auge. Y es que solo el año pasado esta cita generó un volumen de negocio de 197 millones de euros, una cifra que se ha mantenido estable en las últimas ediciones del salón.

Entre las 57 firmas gallegas que acudieron al salón, los sectores con mayor representación fueron los de la conserva y el de las bebidas alcohólicas, desde vinos a cerveza. Pero tampoco faltaron muestras de productos tradicionales como el pan, los quesos o dulces típicos y muy cotizados, como el marrón glacé. La delegación más numerosa, con 24 empresas, fue la de la provincia de Pontevedra, mientras que desde A Coruña llegaron 16 firmas, por diez de Lugo y siete de Ourense.

Pero, junto a las empresas, la representación gallega en el certamen también incluyó expositores de consejos reguladores como el del mejillón y otros institucionales de la Xunta.

Para poner sus productos en el escaparate, las firmas recurrieron a exhibiciones culinarias que, para concitar más interés, en muchos casos fueron desarrolladas por chefs de prestigio. Es el caso de firmas como Frinsa, que presentó su gama de conservas premium de la mano del cocinero Juanjo López, o el consejo regulador de Mel de Galicia, que echó mano de Paco Roncero para elaborar un menú completo con la miel como hilo conductor, desde el aperitivo hasta el postre.

También las bodegas agrupadas en la denominación de origen Monterrei presentaron sus vinos en el Salón de Gourmets a través de dos catas. En la primera se maridaron los caldos con conservas tradicionales y pan de Cea, mientras que en la segunda se realizó un taller divulgativo para la preparación de lamprea.

i Los sectores con mayor representación en el certamen fueron los de la conserva y las bebidas alcohólicas

Una de las firmas gallegas con más proyección en el salón madrileño fue Estrella Galicia que, además de sus actividades de difusión, fue elegida como cerveza oficial del certamen. Una cita que la empresa aprovechó para presentar al sector su último lanzamiento, la 1906 Red Vintage, que recupera una de las recetas clásicas de la cervecera, que en su momento se conoció como *La Colorada*. Junto a esta puesta de largo, la empresa coruñesa organizó una cata de cervezas y una demostración culinaria con esta bebida como ingrediente en la cocina casera, así como un curso de formación para enseñar a los asistentes cómo tirar correctamente una cerveza.

CLIENTES INTERNACIONALES

Las empresas gallegas pudieron exhibir sus productos ante los 62 compradores extranjeros invitados por la organización, una delegación en la que eran mayoritaria la presencia de clientes de otros países europeos, pero con una nutrida presencia de potenciales compradores de América, Asia y Oceanía. Países que no solo acudieron para conocer las novedades del mercado *gourmet* español sino también para exhibir sus propios productos, con actividades como una vuelta al mundo en la que se fusionó la cocina española con productos foráneos.