

XOSÉ LUIS REZA
PRESIDENTE DE MARKEA

«As empresas galegas mitigaron a crise polas iniciativas de márketing»

Hai algo máis de dous anos que os profesionais do márketing en Galicia decidiron asociarse para crear unha entidade que representase na comunidade os intereses do colectivo e, sobre todo, axudar a **difundir o que esta especialidade pode aportar á empresa galega**. Xosé Luis Reza, consultor autónomo con ampla experiencia, lidera este colectivo que congrega a 50 profesionais.

M. Hevia

Labrou a súa experiencia nas empresas galegas que dispoñían de departamento de márketing propio e captou as iniquidades dun colectivo que en Galicia carecía dunha entidade propia que o representase. Os contactos e o coñecemento da especialidade levou a Xosé Luis Reza a congrega, e logo liderar, a primeira asociación galega de márketing, Markea, que reúne a lo menos a medio cento de profesionais que dirixen ou fan márketing para a empresa galega.

—**¿Markea crease en Galicia cando en España xa había moita experiencia en este tipo de entidades?**

—En Galicia houbo un intento hai anos de crear unha asociación de este tipo. Esta tardanza quizás se debe a que non se coñecía moi ben as funcións do márketing e porque o minifundio forma parte da cultura, do ADN, empresarial. Cada un defende a súa parcela e non se ven as sinerxias que xorden cando se xuntan intereses. En márketing somos moi dados a detectar as necesidades do mercado e Markea crease por esa necesidade.

—**¿Qué plantexa a asociación para a empresa galega?**

—Dar a coñecer as posibilidades da nosa especialidade para xerar riqueza e innovación que repercutan na sociedade en xeral. Incidimos en que o márketing non só se compon de publicidade, coma responsable de lanzar unha mensaxe ó mercado, senón que antes deben facerse unhas reflexións previas, coma pode ser a definición dun produto de acordo ó que o mercado está disposto a adquirir.

—**¿Cómo inciden os resultados dunha empresa con estratexias de márketing de outra que non as ten?**

—Entendemos esta disciplina como unha inversión máis que como un gasto. Permite chegar ó mercado con máis garantías de éxito; se dispós de datos sobre coñecemento do cliente si comunicas ben a túa oferta, tes máis posibilidades de que prospere.

—**¿O consumidor galego demanda unha mensaxe diferente?**

—Exactamente igual que no resto do mundo. Aquí faise moi bo márketing, o que ocorre e que non se co-



Xosé Luis Reza preside Markea dende a súa creación, no 2012 | VITOR MEJUTO

nece. É unha forma de traballar no que o sentido común ten moito que dicir. Faise dunha forma ordenada; primeiro fixamos o posicionamento e despois determinamos as outras «pes» (produto, prezo, distribución e comunicación). En EE.UU. a dirección de márketing está ao lado da dirección xeral dunha empresa porque entenden que a orientación do mercado é o máis importante e non só o que se pode chegar a producir.

—**E a crise económica, ¿reduciu ou incentivou estes departamentos?**

—Reduxéronse os recursos presupuestarios, pero acudíuse máis a eles como xeradores de innovación. Dotóuselles de maior capacidade de decisión e iniciativa. As empresas galegas que se mantivéron na crise dispoñían de departamentos de esta especialidade. O traballo duplicouse neste período ante a demanda interna da propia compañía para vender máis e dispoñer de recursos propios, limitados pola neutralización da financiación tradicional.

—**¿Os novos soportes dixitais obrigaron a cambiar a metodoloxía de traballo?**

—Supuxeron unha revolución porque permiten ter máis proximidade co cliente aínda que a base estratéxica de traballo sexa a mesma. Internet proporciona unha maior interactividade co consumidor e dispoñemos de información directa, sen estatísticas, sobre a que actuar. Ademais, permitíennos vender directamente.

—**¿Qué sectores en Galicia están máis avanzados en materia de márketing na súa planificación empresarial?**

—Na asociación somos 50, a maioría directores de márketing de empresas galegas. Hai dez anos só as grandes tiñan departamento propio, hoxe a maioría das firmas da comunidade teñen director propio, con máis ou menos funcións, pero contan na estrutura de xestión porque as novas ferramentas que nos ofrecen os soportes virtuais e outros medios requiren de persoal especializado.

CONSULTORIO EMPRESARIAL

BONIFICACIONES

¿Cuáles son las últimas bonificaciones de la Seguridad Social para contratación introducidas por el Real Decreto-Ley 8/2014 de 4 de julio?

Esta nueva normativa ha creado el Sistema Nacional de Garantía Juvenil, dirigido al colectivo de jóvenes no ocupados, ni integrados en los sistemas de educación o formación, y que sean mayores de 16 años y menores de 25 —o menores de 30 años, en el caso de personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 por ciento—. Se podrán inscribir voluntariamente los jóvenes que cumplan con los requisitos de no haber trabajado en los 30 días naturales anteriores al momento de recibir la actuación, no haber recibido acciones educativas que conlleven más de 40 horas mensuales en los 90 días naturales anteriores al momento de recibir la actuación, y no haber recibido acciones formativas que conlleven más de 40 horas mensuales en los 30 días naturales anteriores al momento de recibir la actuación.

Las empresas que contraten

de forma indefinida, incluida la modalidad fija discontinua, a una persona beneficiaria del Sistema Nacional de Garantía Juvenil, mayor de 16 años y menor de 25 —y, en el caso de personas con un grado de discapacidad igual o superior al 33 %, mayores de 16 años y menores de 30— disfrutará de una bonificación mensual en la aportación empresarial a la cotización a la Seguridad Social por un importe de 300 euros —siempre acreditando hallarse al corriente en sus obligaciones tributarias y de Seguridad Social—. La duración de la bonificación será de 6 meses, estando obligada la empresa, o el trabajador autónomo, a mantener al trabajador al menos seis meses desde el inicio de la relación laboral, y será de aplicación a todas aquellas contrataciones que se efectúen hasta el 30 de junio del ejercicio correspondiente al 2016.

CONSULTORIO FISCAL

DÍAS DE CORTESÍA-GASTOS

En el mes de agosto cogerá vacaciones el responsable del departamento de administración de la empresa que, habitualmente, se encarga de recibir y tramitar las notificaciones electrónicas que recibimos de la Agencia Tributaria. Como preferimos no delegar la tarea queremos solicitar los «días de cortesía». ¿Aún estamos a tiempo? ¿De cuántos días disponemos?

Las obligaciones tributarias incluidas en el sistema de dirección electrónica habilitada (DEH) podrán señalar libremente a su elección, los llamados «días de cortesía», en los que la Agencia Tributaria no podrá dirigirles notificaciones electrónicas.

Podrán señalarse hasta un máximo de 30 días por año natural, sin necesidad de tener que agrupar un número mínimo de ellos, y deberán ser

solicitados con al menos siete días naturales de antelación al primer día en que se desee comiencen a surtir efecto.

A la hora de planificar el señalamiento recuerde que las notificaciones electrónicas no se entienden realizadas hasta que se accede a ellas, o hasta que transcurren diez días naturales desde la fecha en que han sido depositadas en su buzón correspondiente a tal efecto.

Nuestra empresa se olvidó de contabilizar una factura de una reparación realizada en el año 2012 y la hemos contabilizado en el 2013. ¿Se pueden deducir estos gastos en el impuesto de sociedades correspondientes al ejercicio del 2013?

Según lo establecido en el artículo 19.3 del TRIS, en la medida que esta reparación tenga la consideración de gasto deducible en el impuesto de sociedades, este gasto se

integrará en la base imponible del ejercicio 2013, siempre que de ello no se derive una menor tributación de la que hubiera correspondido en el año 2012

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