

LA AGENDA

gestión

José Puchades Vega
Consultor de Sinérgica



¿POR QUÉ COMPRAN MIS CLIENTES?

Esta pregunta que parece obvia demasiadas veces tiene la misma respuesta en las empresas: «Por calidad y precio», sin pararnos a pensar si es la misma respuesta que daría nuestra competencia.

Si ofrecemos la misma calidad de producto que nuestra competencia (calidad cada vez más parecida en mercados de suministros globales) y no buscamos otras fórmulas para diferenciarnos, la única diferencia es el precio, y en este caso, gana el precio más bajo, por qué ¿quién pagaría más dinero por

lo mismo? Obviamente, nadie, con el consiguiente deterioro en el margen comercial y en el beneficio de las empresas.

Debemos, pues, pensar por qué compran nuestros clientes y nuestros potenciales clientes. Y además decidir por qué queremos que nos reconozcan en el mercado. Si decido que mi estrategia comercial es el precio mínimo, es una buena opción, pero debo preparar la adaptación de mi modelo de negocio y la estructura de costes. Pero no es la única alternativa. También puedo pensar en no querer

que me compren sólo por el precio y hacer valer otras estrategias comerciales, como que me elijan por el valor de mi marca (con lo que tendré que potenciar mi imagen), que me elijan por el servicio (tendré que invertir en atención al cliente, formación del personal y servicio postventa) o elevar las ventas vía recomendación (deberé dirigir la inversión hacia planes de fidelización).

Es ahora más que nunca, ahora cuando los clientes han dejado de llamar a la oficina para cursar los pedidos, con mercados a la baja y

la competencia apretando como no lo hacía antes, cuando debemos plantearnos qué tipo de modelo comercial queremos y qué vamos a hacer para vender más. Visitar más no es siempre la mejor (ni la única) respuesta. El 95% de las empresas considera que su equipo comercial no funciona como quisiera, sin preguntarse si la compañía aporta algo nuevo o diferente al mercado, si se sigue visitando a los mismos clientes o si el plan comercial se ha adaptado a las nuevas circunstancias del mercado.

El querer aumentar las ventas, o mantenerlas, dada la situación actual de los mercados, no puede responder a un acto de fe o a un encarecido deseo de la gerencia. Tiene que desarrollarse bajo un plan comercial coherente y una constancia en el desarrollo del mismo.

en clave empresarial

Cándido Martín Ariza

Asociado del Departamento Administrativo de Garrigues en Málaga



LA SUBASTA ELECTRÓNICA

Tras la reciente entrada en vigor de la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP), los operadores que actúan en este ámbito van tomando contacto con este nuevo marco normativo. Entre sus novedades destaca la apuesta por la introducción de las nuevas tecnologías. Un ejemplo de ello es la subasta electrónica, que consiste en un mecanismo de adjudicación del contrato que puede emplearse en el procedimiento abierto, restringido o negociado y que pretende garantizar la aplicación del principio de objetividad a

la contratación administrativa. De hecho, es un procedimiento interactivo de presentación de ofertas que, mediante un dispositivo electrónico, permite la clasificación automática de las mismas.

La selección del contratista se realiza en función de las mejoras propuestas sobre el precio del contrato o sobre otros elementos de las ofertas que las mejoren en su conjunto. Tal y como se desprende de la Directiva 2004/18 (Considerando 14), la subasta electrónica habilita a los poderes adjudicadores a solicitar precios revisados a la baja,

o bien mejorar otros elementos de la oferta distintos del precio siempre que sean evaluables automáticamente. Para dar cumplimiento a los principios de publicidad y transparencia en la contratación administrativa, es preciso que en el anuncio de licitación se indique que se va adjudicar el contrato por este procedimiento, así como que los pliegos de cláusulas administrativas informen, entre otras cosas, de los valores sobre los que va a versar la subasta, las fases en las que se va a desarrollar, así como los requisitos técnicos para conec-

tarse de manera electrónica.

Antes de la subasta, el órgano de contratación realiza una evaluación de las ofertas para, a continuación, invitar por medios informáticos a las empresas seleccionadas, de manera que estas presenten ofertas revisadas a la baja. El órgano de contratación está obligado a comunicar a los licitadores la información que les permita conocer su clasificación.

El cierre de la subasta podrá fijarse mediante el señalamiento de una fecha límite, por la ausencia de presentación de nuevas pujas revisadas a la baja o por la finalización del número de fases que se determinara previamente.

A pesar del loable esfuerzo realizado para extender el uso de la contratación electrónica, queda por ver cómo la Administración la pone en práctica.

LICITACIONES

Vehículos

El Ayto. de Torremolinos convoca concurso para la contratación de dos lotes de vehículos. El presupuesto base de licitación es de 73.620 euros. El plazo de presentación de ofertas finaliza el 18 de junio de 2008. Consultar el BOP de Málaga nº 106 del 3 de junio de 2008.

Limpieza de aguas

La Presidencia de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental abre concurso para la contratación de los servicios de limpieza de aguas litorales 2008. El presupuesto base de licitación es de 770.920 euros. El plazo de presentación de ofertas finaliza el 11 de junio de 2008. Consultar el BOP de Málaga nº 106 del 3 de junio de 2008.

Iluminación artística

El Ayto. de Fuengirola abre concurso para contratar el servicio de iluminación artística e instalaciones para las actividades organizadas por la Concejalía de Fiestas y Tradiciones en 2008-2009. El presupuesto máximo de licitación es de 593.103 euros. El plazo de presentación de ofertas finaliza el 12 de junio de 2008. Consultar el BOP de Málaga nº 107 del 4 de junio de 2008.

Farolas

El Ayto. de Torremolinos convoca concurso para el suministro de farolas para el acerado sur del Paseo Marítimo de Torremolinos. El presupuesto base de licitación es de 131.000 euros. El plazo de presentación de ofertas finaliza el 19 de junio de 2008. Consultar el BOP de Málaga nº 107 del 4 de junio de 2008.

Realizado por **UNIEMPRESA**
Alonso de Palencia, 15 / Tel: 952 36 34 90
www.uniempresa.com

CONSULTORIO FISCAL

Patrimonio

¿La cuota a ingresar del IRPF es deducible como deuda en el Impuesto sobre el Patrimonio? Si se presenta de manera conjunta la declaración de la renta, ¿cómo se debe computar la deuda para cada uno de los cónyuges?

La base imponible del Impuesto sobre el Patrimonio está constituida por el valor del patrimonio neto del sujeto pasivo, el cual se determina por diferencia entre el valor de los bienes y derechos que le sean atribuibles y las cargas y gravámenes de naturaleza real cuando disminuyan el valor de los respectivos bienes o derechos y las deudas y obligaciones de carácter personal. En consecuencia, serán deducibles las deudas que, a la fecha del devengo del impuesto -31 de diciembre- estén debidamente justificadas. De esta forma, la cuota diferencial positiva del IRPF puede ser deducida como deuda, pues la falta de exigencia de

esta a 31 de diciembre no significa que la misma no exista; por su parte, el importe de la devolución a obtener ha de consignarse como derecho susceptible de integrar la base imponible del impuesto patrimonial.

En la hipótesis de presentación de declaración conjunta por el IRPF, un criterio lógico impone que la cuota diferencial, sea positiva o negativa, se prorratee en proporción a la base imponible de cada cónyuge en el Impuesto sobre el Patrimonio y pase a integrarse como deuda o derecho, respectivamente, en la declaración individual correspondiente por este último impuesto.

Préstamo

El pasado año formalicé un contrato de préstamo con mi hijo para la adquisición de su vivienda habitual, pactando su devolución sin intereses. ¿Puede mi hijo deducir las cantida-

des devueltas en concepto de adquisición de vivienda habitual?

El supuesto de que el préstamo destinado a la adquisición de la vivienda habitual sea otorgado por un familiar no altera el carácter de financiación ajena que incorpora todo préstamo, lo que implica que la deducción operará a medida que se vaya amortizando el importe del capital prestado, siempre que se cumplan todos los requisitos exigidos para la deducción. Pudiéndose acreditar la conexión del préstamo y su destino, así como la justificación de su devolución, el prestatario podrá practicar la deducción.

En cuanto al prestamista, la presunción de onerosidad que acompaña a las cesiones de bienes o derechos supone para los préstamos una estimación de rendimiento que se cuantifica aplicando el tipo de interés legal del dinero en vigor el último día del período impositivo. Ahora bien, esta estimación no opera si

se prueba la gratuidad del préstamo, lo que deberá realizarse conforme a los medios de prueba generalmente admitidos en Derecho, y que corresponderá valorar a Hacienda. Además, deberá acreditarse la conexión del préstamo, su destino y la justificación de su devolución. Si el préstamo no tuviera carácter gratuito sino que se pactaren intereses, no existiría obligación de practicar retención para los prestatarios por no tener estos la condición de obligados a retener.

Por último, le informamos de que esta misma semana la Junta de Andalucía ha aprobado una reducción del 99% en la base imponible del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones para las aportaciones inferiores a 120.000 euros realizadas de padres a hijos y destinadas a la adquisición de vivienda.

Realizado por **AUREN ELISARDO SÁNCHEZ**
Alameda Principal, 49. Tel: 952 12 70 00
www.auren.es / e-mail: fiscal@app.auren.es