

ecoNotas



ROBERTO PEREIRA
Asesoría Fiscal e Contable

Miembro de EAL Asesores Laborales del Consejo General de Economistas

1^{er} Trimestre 2024

COMENTARIOS Y APUNTES

La importancia de conocer las causas del FRACASO EMPRESARIAL

Dime a qué cliente NO LE TENGO QUE VENDER

OBLIGACIONES LEGALES

Rescisión de un CONTRATO LABORAL

OBLIGACIONES FISCALES

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE 2º Trimestre de 2024

CONSEJOS

Trabajando por cuenta ajena, en algunos periodos he estado dado de alta, además, como autónomo porque en la Seguridad Social me informaron que es obligatorio darse de alta en el 036. He oído algún comentario de que no es obligatorio pagar autónomos si no se llega a unos determinados ingresos.



economistas
Consejo General



La importancia de conocer las causas del fracaso empresarial

Dr. Pedro Juan Martín Castejón

Economista. Vocal del Consejo Directivo de Marketing del Consejo General de Economistas

El cierre de empresas tiene efectos devastadores en la economía de cualquier país, tanto a nivel económico como social, pues afecta directamente a la tasa de desempleo y el crecimiento económico. La comprensión de las causas que subyacen al fracaso empresarial no solo es crucial, sino que también se ha convertido en un imperativo en los círculos académicos y empresariales. En un mundo donde la supervivencia de las empresas se ve cada vez más amenazada por diversos factores, conocer las razones detrás del fracaso se vuelve esencial para trazar estrategias efectivas de prevención y mitigación (Jánica et al., 2023).

Desafortunadamente, las empresas españolas están en el grupo de las que tienen un alto índice de mortalidad, según un estudio reciente de la OCDE en los países del G-20, España únicamente supera a Hungría en tasa de supervivencia de nuevos negocios. Y es que sólo el 29% de las pymes sobreviven al quinto año de vida en nuestro país, un porcentaje que está por debajo del 38% de Italia o del 39% de Portugal. Siendo peor el dato si comparamos los resultados en el primer año de creación, donde 3 de cada 4 empresas españolas fracasan. Estas cifras ponen de relieve la necesidad de investigar y comprender a fondo las causas del fracaso empresarial.

Al examinar la literatura disponible, podemos comprobar que hay dos enfoques principales para explicar las causas del fracaso empresarial: el voluntarista y el determinista. Mientras que el primero atribuye el fracaso a la incapacidad de la gerencia (equipo directivo) para adaptarse al entorno, el segundo lo relaciona con factores externos fuera del control de la empresa.

Aunque, si bien, podemos considerar que casi el 80% de las causas del fracaso empresarial pueden relacionarse con deficiencias en la **gestión interna** a nivel directivo, no se puede ignorar que el otro 20% se deba al

impacto de los **factores externos** (Webb & Al Numairy, 2022), pues elementos como las condiciones macroeconómicas y, sobre todo, las políticas fiscales pueden tener un efecto profundo y devastador en la viabilidad de las empresas. En consecuencia, se reconoce que la realidad es más compleja y que ambas perspectivas pueden interactuar de manera complementaria. Es precisamente por esta interacción entre factores internos y externos donde radica la complejidad del fenómeno del fracaso empresarial, generando la necesidad de adoptar un enfoque multidisciplinar para su estudio.

Un aspecto clave que emerge de esta investigación es la interacción dinámica entre la gestión de la empresa y su entorno. Esta relación compleja da lugar a nuevas fuentes de variables que pueden explicar, moderar y mediar el fracaso empresarial de manera más efectiva. Desde la perspectiva de la gestión empresarial, la mayoría de las investigaciones reconocen la importancia de desarrollar capacidades dinámicas que permitan a las organizaciones adaptarse rápidamente a los cambios en su entorno y anticipar posibles riesgos. En este sentido autores como Leurcharumee et al. (2022), han señalado la importancia de factores como la ubicación de la empresa, el tamaño del equipo y la adecuación del modelo de negocio al mercado, como determinantes significativos del fracaso empresarial. Asimismo, Boso et al. (2019) han enfatizado la gran relevancia de la configuración inadecuada de recursos y capacidades en la alta tasa de mortalidad de las nuevas organizaciones.

Por su parte, la OCDE considera imprescindible simplificar los **regímenes fiscales de las pymes si se quiere alargar su vida**. Ya que, en la mayoría de los casos, los costes de cumplimiento tributario son desproporcionadamente altos para este tipo de empresas en comparación con su volumen de negocio, afectando directamente a sus márgenes económicos y comprometiendo su supervivencia en el mercado.

En conclusión, el estudio del fracaso empresarial es un campo multidisciplinar que requiere un enfoque integral. Al conocer las diversas causas y consecuencias de este fenómeno, podremos prevenirlo y mitigarlo mejor en el futuro, mediante la integración de diferentes perspectivas teóricas y el uso de herramientas innovadoras, como la inteligencia artificial.

También nos va a permitir desarrollar estrategias más efectivas para ayudar a las empresas a prosperar en entornos empresariales cada vez más desafiantes.

De esta forma, podremos trabajar hacia un futuro donde el fracaso empresarial sea menos frecuente y menos devastador para todos los involucrados, generando de este modo organizaciones más resilientes y exitosas.





Dime a qué cliente no le tengo que vender

Carlos Rodríguez Rad

Economista. Vocal del Consejo Directivo de Marketing del Consejo General de Economistas

En un mercado tan competitivo como el actual, en una situación de incertidumbre económica y con una evidente tendencia a la desaceleración económica, la mayoría de las empresas se esfuerzan por sobrevivir. Por otra parte, los clientes están cambiando, tienen cada vez más alternativas donde elegir, se fijan expectativas más elevadas y son menos leales a las marcas

En este complejo contexto muchas de las empresas basan todavía su éxito en su volumen de facturación y en su cifra de ventas, sin dar demasiada importancia al cliente que ha adquirido sus productos o ha utilizado sus servicios. Esto es un error importante que provocará que estas empresas no puedan reaccionar a tiempo y adaptarse a los cambiantes escenarios competitivos. Nuestra recomendación es que centren toda su atención en el cliente, que lo conozcan y comprendan, y sobre todo que diferencien a dos tipos de clientes claves: **los clientes excelentes y los clientes a los que no hay que vender.**

Variables como el volumen de ventas o la cuota de mercado pueden servir para valorar el resultado de estrategias pasadas, pero para optimizar la gestión de marketing es necesario que las empresas utilicen medidas de rendimiento de marketing como son la satisfacción del cliente o la fidelidad del cliente, ambas pueden ayudar a predecir ingresos y beneficios futuros.

Roger Best nos indica que la satisfacción del cliente es una valiosa medida, un indicador prospectivo del éxito empresarial que mide cómo responderán los clientes a la empresa en el futuro. Las empresas que utilizan métricas de rendimiento de clientes son capaces de identificar a sus clientes no rentables. Éstos son los clientes que

la empresa ha atraído, pero que realmente no puede satisfacer adecuadamente en función de sus necesidades y de las ventajas que ofrece su producto. Estos clientes se marchan antes de que la empresa pueda recuperar la inversión que realizó para captarlos. **Para cualquier empresa saber qué clientes no atraer es tan importante como saber qué clientes atraer.**

La empresa debe tratar de evitar atraer a los clientes no rentables, pues si se limita a detectar a estos clientes insatisfechos *a posteriori* ya será tarde y la empresa puede verse sensiblemente perjudicada.

Lo lógico es que un cliente insatisfecho tenderá, en cuanto tenga ocasión, a abandonar la relación con la empresa y buscará otra alternativa disponible en el mercado, así que el primer efecto negativo es el perjuicio económico de perder los ingresos de las compras actuales y futuras de ese cliente.

Por otra parte, las empresas intentan compensar la pérdida de clientes con la captación de nuevos clientes y esto vuelve a generar también perjuicios económicos. Es necesario invertir en captar un nuevo cliente que sustituya al cliente perdido si queremos mantener el tamaño de nuestra cartera. Por lo general, captar un nuevo cliente es mucho más caro que mantener a un cliente fiel. Se suele considerar que captar un nuevo cliente supone una inversión en marketing de entre tres y siete veces mayor que la necesaria para cuidar y retener a un cliente fiel.

Además, los clientes insatisfechos pueden convertirse en “*Cientes terroristas*”, ya que intentan aliviar su insatisfacción contándose a otros, intentando afectar negativamente a otros clientes potenciales y destruyendo la reputación de la empresa en el mercado. Tradicionalmente se consideraba que un cliente insatisfecho contaba su malestar con la empresa a unos 8-10 conocidos, ahora con el desarrollo de internet y las redes sociales el número de referencias negativas se multiplica exponencialmente y llegan a clientes potenciales a los que ni siquiera se conocen.

También debemos dar un toque de atención al uso de la inteligencia artificial para desarrollar procesos de automatización de marketing y captación de clientes. Las empresas cuentan para gestionar la atracción de clientes cada vez más con herramientas que se benefician de las ventajas que genera la IA. Debemos recomendar que a la hora de desarrollar modelos de IA que busquen atraer nuevos clientes, lógicamente habrá que buscar perfiles de clientes de alto valor y con alta probabilidad de convertirse en clientes de la empresa, pero también es importante identificar aquellos perfiles de clientes a los que no debería vender la empresa.

Sí, es el momento de poder identificar a un cliente y tener muy claro que “*Es el cliente perfecto para mi competidor, yo no le quiero vender*”





Rescisión de un contrato laboral

La rescisión de los contratos de trabajo está regulada en el **Estatuto de los Trabajadores, en su artículo 49 "extinción del contrato"**, que establece:

1. *El contrato de trabajo se extinguirá:*
 - a) *Por mutuo acuerdo de las partes.*
 - b) *Por las causas consignadas válidamente en el contrato.*
 - c) *Por expiración del tiempo convenido.*
 - d) *Por dimisión del trabajador.*
 - e) *Por muerte, gran invalidez o incapacidad permanente total o absoluta del trabajador.*
 - f) *Jubilación del trabajador.*
 - g) *Por muerte, jubilación en los casos previstos en el régimen correspondiente de la Seguridad Social, o incapacidad del empresario.*
 - h) *Por fuerza mayor que imposibilite definitivamente la prestación de trabajo.*
 - i) *Por despido colectivo fundado en causas económicas, técnicas, organizativas o de producción.*
 - j) *Por voluntad del trabajador, fundamentada en un incumplimiento contractual del empresario.*
 - k) *Por despido del trabajador.*
 - l) *Por causas objetivas legalmente procedentes.*
 - m) *Por decisión de la persona trabajadora que se vea obligada a abandonar definitivamente su puesto de trabajo como consecuencia de ser víctima de violencia de género.*
2. *El empresario, con ocasión de la extinción del contrato, al comunicar a los trabajadores la denuncia, o, en su caso, el preaviso de la extinción del mismo, deberá acompañar una propuesta del documento de liquidación de las cantidades adeudadas.*

El trabajador podrá solicitar la presencia de un representante legal de los trabajadores en el momento de proceder a la firma del recibo del finiquito, haciéndose constar en el mismo el hecho de su firma en presencia de un representante legal de los trabajadores, o bien que el trabajador no ha hecho uso de esta posibilidad. Si el empresario impidiese la presencia del representante en el momento de la firma, el trabajador podrá hacerlo constar en el propio recibo, a los efectos oportunos.

La rescisión contractual laboral debe hacerse siempre por escrito, indicando los motivos que han dado lugar a la misma.

La finalización de un contrato laboral permite a las empresas y/o empleados dar por finalizada la relación contractual laboral. Es obligatorio firmar un finiquito y haber realizado un preaviso con quince días de antelación, salvo que el empleado/a se encuentre dentro del periodo de prueba.

Además, del finiquito, puede existir una indemnización, cuyo importe dependerá del tiempo del contrato, la forma de la extinción, etc. Esta indemnización solo tiene lugar cuando es la empresa la que propone la extinción del contrato.

Hay dos formas de rescisión de un contrato laboral:

- Voluntaria
- Involuntaria

En el primer caso, rescisión voluntaria, las partes están de acuerdo. Normalmente la propone el empleado, porque desea causar baja en la empresa, casi siempre porque tiene otra oferta mejor de otra empresa.

En el segundo caso, rescisión involuntaria, una de las partes no está de acuerdo con la finalización del contrato y, como es normal, surge el conflicto.

Una vez que se produce la rescisión del contrato surgen las siguientes obligaciones para la empresa:

- Finiquito.
- Indemnización.

En el caso del finiquito, la empresa siempre lo debe abonar y corresponde al salario pendiente de pago, horas extras no abonadas, las vacaciones no disfrutadas hasta esa fecha, la parte de pagas extras no cobradas, posibles beneficios no cobrados en el momento de la firma del finiquito, etc.

La indemnización surge cuando es la empresa la que desea poner fin a la relación laboral y variará según el tipo de despido: despido improcedente, despido por causas objetivas o despido procedente.

- Despido improcedente. La empresa debe abonar 33 días por año trabajado.
- Despido por causas objetivas. La empresa debe pagar 20 días por año trabajado.
- Despido procedente. En este caso, al empleado no le corresponde ningún importe de indemnización.

OBLIGACIONES FISCALES

Calendario del Contribuyente 2º Trimestre 2024

Desde el 3 de abril hasta el 1 de julio

Renta y Patrimonio

- Presentación por Internet de las declaraciones de Renta 2023 y Patrimonio 2023
- Con resultado a ingresar con domiciliación en cuenta, hasta el 28 de junio

Hasta el 20 de abril

Renta

- Retenciones e ingresos a cuenta de rendimientos del trabajo, actividades económicas, premios y determinadas ganancias patrimoniales e imputaciones de renta, ganancias derivadas de acciones y participaciones de las Instituciones de Inversión Colectiva, rentas de arrendamiento de inmuebles urbanos, capital mobiliario, personas autorizadas y saldos en cuentas. Primer trimestre 2024: 115

IVA

- Primer trimestre 2024. Autoliquidación: 303

Desde el 7 de mayo al 1 de julio

Renta

- Presentación por teléfono de la declaración de Renta 2023 (Plan *le llamamos*) Solicitud de cita desde el 29 de mayo hasta el 28 de junio.

Desde el 3 de junio al 1 de julio

Renta

- Presentación en las oficinas de la Agencia Tributaria de la declaración de Renta 2023. Solicitud de cita desde el 29 de mayo hasta el 28 de junio.

Hasta el 28 de junio

Renta y Patrimonio

- Declaración anual Renta y Patrimonio 2022 con resultado a ingresar con domiciliación en cuenta: D-100, D-714

Hasta el 1 de julio

Renta y Patrimonio

- Declaración anual Renta y Patrimonio 2022 con resultado a devolver, renuncia a la devolución, negativo y a ingresar sin domiciliación del primer plazo: D-100, D-714



Trabajando por cuenta ajena, en algunos periodos he estado dado de alta, además, como autónomo porque en la Seguridad Social me informaron que es obligatorio darse de alta en el 036. He oído algún comentario de que no es obligatorio pagar autónomos si no se llega a unos determinados ingresos.

Respuesta

Se entiende por pluriactividad la situación del trabajador, por cuenta propia o ajena, cuyas actividades dan lugar a su alta obligatoria en dos o más regímenes distintos del sistema de Seguridad Social.

En esta situación se han de solicitar tantas altas y bajas como sean los regímenes en que se encuentren comprendidos.

Se entiende por trabajador por cuenta propia, a efectos de su inclusión en el régimen de autónomos, el que realiza de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo, sin sujeción a contrato de trabajo y aunque utilice el servicio remunerado de otras personas.

1. El alcance del requisito de habitualidad no está precisado de manera concreta en la normativa y hasta el momento, los Tribunales han venido estimando la superación del umbral del SMI percibido en el año natural, como indicador de la misma (TS 29-10-97) y se pueden tener en cuenta no sólo los ingresos sino también los gastos, con lo que se han de valorar los ingresos netos.

Sin embargo, debe tomarse en consideración que dicho parámetro pierde incidencia o protagonismo, como consecuencia de la entrada en vigor el pasado 01/01/2023 del nuevo sistema de cotización del Régimen especial de Trabajadores Autónomos aprobado por medio del Real Decreto-ley 13/2022 de 26 de julio de 2022. Por medio de dicho sistema se establecen unos tramos de cotización atendiendo a los rendimientos netos del trabajador autónomo, recogándose expresamente, una tabla reducida para aquellos que prevean que el promedio mensual de sus rendimientos netos anuales pueda quedar por debajo del importe del SMI.

2. No es lo mismo habitualidad que periodicidad. Hace falta que la actividad, aunque periódica, constituya un medio de vida, por lo que se considera incluido dentro del campo de aplicación de este régimen especial cuando la actividad es fundamental para atender a las necesidades; y no así cuando se trata de una actividad complementaria o marginal.
3. Se presume, salvo prueba en contrario, que en el interesado concurre la condición de trabajador autónomo cuando ostenta la titularidad de un establecimiento abierto al público como propietario, arrendatario, usufructuario u otro concepto análogo. No rompe la presunción el hecho de que el titular del negocio sea, a su vez, trabajador por cuenta ajena.