MAYO 2012
WWW.BDO.ES

COORDENADAS

RISK ADVISORY SERVICES
Obligaciones y oportunidades de la "Ley de Cookies"
PÁGINA 3

AUDITORÍA
El fenómeno de la comercialización on line y sus implicaciones
PÁGINA 4

OUTSOURCING
Reflexiones sobre la implementación de un ERP
PÁGINA 5

FINANCIAL ADVISORY SERVICES

¿CÓMO OPTIMIZAR LA GESTIÓN DEL CASH FLOW EN ENTORNOS DIFÍCILES?

En el contexto de recesión económica actual, la **gestión del cash flow** (o de los flujos de caja) ha pasado a ser **fundamental para la viabilidad**, tanto a corto como a largo plazo, de las empresas. Desde luego, generar ventas y gestionar el negocio es igualmente muy importante, pero asegurarse del **cobro de las ventas** y del **conocimiento de las necesidades de caja** del día a día, es fundamental.

La mayoría de las empresas y, por tanto, de nuestros clientes, están buscando **nuevas formas de financiación del circulante** ante la situación de rigidez de las entidades financieras a la hora de conceder préstamos, renovar pólizas de crédito o bien líneas de financiación que resultan vitales para la mayoría de empresas, especialmente para las que operan en el mercado internacional.

Leer más en la página siguiente

MÁS CONTENIDO

P6 FINANCIAL ADVISORY SERVICES. ¿Es adecuado el tratamiento que hacen su información?

P7 ENCUENTROS BDO. Entrevista a Francisca Boix, directora financiera de Grupo Eñe Nostrum.

P8 COMITÉ TÉCNICO. En este número, el Comité Técnico de BDO responde a una consulta acerca de la reformulación de las cuentas anuales.

P9 ACTUALIDAD PROFESIONAL

Real Decreto-ley 12/2012, de 30 de marzo, por el que se introducen diversas medidas tributarias y administrativas dirigidas a la reducción del déficit público.

Orden HAP/638/2012, de 26 de marzo, por la que se aprueban los modelos de declaración del IRPF y del Impuesto sobre el Patrimonio, ejercicio 2011.

Circular 3/2012, de 28 de marzo, del Banco de España, por la que se crean, modifican y suprimen ficheros de datos de carácter personal gestionados por el Banco de España.

P10 ESPACIO BDO

BDO Hoteles, Turismo y Ocio, la nueva publicación de BDO.

BDO incorpora a Julián Atienza, ex director del FROB

BDO patrocina la II Jornada ACCID: Gestión empresarial innovadora para afrontar el futuro con optimismo

Desayuno: La reforma de la LSSI cookies, behavioral advertising y comunicaciones electrónicas

FINANCIAL ADVISORY SERVICES

¿CÓMO OPTIMIZAR LA GESTIÓN DEL CASH FLOW EN ENTORNOS DIFÍCILES?

En base a nuestra experiencia, principalmente en procesos de refinanciación, podemos establecer ciertos **pilares imprescindibles para aportar valor a nuestros clientes**:

1. Previsión de necesidades de caja

Gestionar el cash flow empieza con el entendimiento de las necesidades de caja específicas del negocio. En momentos de tensión de tesorería, los recursos de caja suelen estar totalmente consumidos causando situaciones extremas para poder afrontar las con obligaciones de pagos (nóminas, Administraciones Públicas, proveedores y acreedores, entidades financieras, etc.).

La **previsión de caja** debe presentar proyecciones mensuales para los 12 primeros meses a partir del primer mes proyectado con el fin de apreciar las **fluctuaciones de necesidades de caja**, debido esencialmente a los efectos de estacionalidad del negocio y al desfase entre los periodos de cobro y pago. Aislando puramente los datos financieros, resulta también primordial **anticipar los efectos que la recesión económica** pueda causar sobre los principales clientes y proveedores del negocio, planteándose cuestiones tales como ¿Los niveles de ventas se van a mantener? ¿Los clientes van a seguir pagando o el periodo de cobro se va a alargar incrementando las necesidades de working capital (o capital circulante)? ¿Los proveedores seguirán suministrando materias primas y servicios necesarios para la actividad del negocio?

2. Working capital management

Gestionar adecuadamente el **flujo de caja operativo** puede resultar una fuente de caja adicional. No obstante, en condiciones adversas como las actuales, un objetivo más realista es impedir que el importe de caja operativa necesaria para el funcionamiento del negocio se incremente. Esto se realiza a través de una **monitorización eficaz** y una **gestión óptima de las cuentas a cobrar, de las existencias y de las cuentas a pagar**.

Una revisión periódica de los **saldos deudores** (análisis del "ageing de clientes") facilita información útil respecto a los periodos de cobro. Invertir esfuerzos adicionales con el fin de cobrar antiguos saldos deudores presenta un impacto positivo en cash flow. Un análisis profundo de la **solvencia de clientes nuevos** puede reducir el impacto negativo sobre la tasa de morosidad de la compañía.

También los **saldos deudores con empresas del grupo o empresas asociadas** deberían estar identificados y monitorizados.

Con un **resultado operativo** (o EBITDA) potencialmente inferior respecto al resultado del ejercicio anterior, mantener los **saldos de existencias**, aunque sean necesarios para el negocio, impacta negativamente el cash flow operativo. La **rotación de existencias** y los **procesos de producción** tienen que estar analizados para determinar la posibilidad de **reducir el nivel de existencias** y así **disminuir el consumo de caja** que supone mantener un cierto nivel de existencias.

Respecto a las **cuentas a pagar**, en situación de tensión de tesorería, es importante negociar con los proveedores **plazos de pago más largos** con el fin de liberar capital operativo y pactar **calendarios de pagos** en caso de presentar pagos vencidos y no atendidos. En este contexto, siempre recomendamos a nuestros clientes que consigan **mantener la relación comercial** con sus acreedores con el fin de incrementar la probabilidad de éxito de estas negociaciones.

En nuestras intervenciones, el uso de "***benchmarks***" determinados por industrias es una práctica común para evaluar la situación actual y establecer objetivos de mejora respecto a los conceptos mencionados anteriormente.

3. Reducción de los gastos operativos y de las inversiones

Una revisión analítica profunda de los importes correspondientes a los **gastos operativos** puede llegar a determinar gastos **prescindibles** o simplemente **no vinculados a la actividad recurrente del negocio**. Los gastos operativos que generalmente pueden dar lugar a **medidas de ajuste** son alquileres, viajes, dietas, publicidad y pagos de bonus.

En cuanto a las **inversiones** (o CAPEX), las empresas tienen que distinguir entre las inversiones **necesarias** para la continuidad del negocio y las de **expansión** que, en un contexto como el actual, tienden a ser pospuestas en el tiempo.

Los ajustes que corresponden tanto a gastos operativos como a inversiones, incluidos en las proyecciones financieras, tienen que mantener el **carácter razonable** de manera que dichos **recortes no afecten el funcionamiento del negocio.**

4. Revisión de la estructura financiera

La revisión del conjunto de los productos financieros contratados por las compañías nos permite determinar la deuda financiera y los intereses financieros con el fin de poder **evaluar** si el **flujo de caja que se genera para el servicio de esta deuda es suficiente** para hacer frente a las cuotas definidas según contrato.

5. Generación de caja a través de desinversiones

Una compañía puede disponer en su balance de **activos** que **no** están considerados como estratégicos para la actividad del negocio (activos no relacionados con el negocio, activos poco o no rentables, etc.). La venta de estos activos suele generar **caja adicional** para el servicio de la deuda.

Estos pilares básicos son los que tenemos presentes a la hora de asesorar a nuestros clientes. En este contexto de gestión de cash flow y de potencial refinanciación, la experiencia del equipo de Restructuring de BDO garantiza a nuestros clientes un asesoramiento más allá de una colaboración puntual en un proceso de refinanciación. Diagnosticamos la situación, analizamos las alternativas y realizamos recomendaciones para maximizar el beneficio económico y minimizar el riesgo de las partes involucradas.

TRAN-MINH THAI
tran-minh.thai@bdo.es

RISK ADVISORY SERVICES

OBLIGACIONES Y OPORTUNIDADES DE LA "LEY DE COOKIES"

Las últimas noticias, comentarios y opiniones referentes a la "Ley de cookies", hacen referencia al tercer punto del artículo 4 del Real Decreto-ley 13/2012, de 30 de marzo, publicado en el «Boletín Oficial del Estado» el sábado 31 de marzo de 2012 y que el lunes 2 de abril entró en vigor, y en el que se modifica la LSSI (Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico), el cual modificaba el segundo punto del artículo 22, transponiendo la Directiva 2009/136/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el tratamiento de datos personales y protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas, y que se concreta en los siguientes tres párrafos:

Los prestadores de servicios podrán utilizar dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales de los destinatarios, a condición de que los mismos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos, con arreglo a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

Cuando sea técnicamente posible y eficaz, el consentimiento del destinatario para aceptar el tratamiento de los datos podrá facilitarse mediante el uso de los parámetros adecuados del navegador o de otras aplicaciones, siempre que aquél deba proceder a su configuración durante su instalación o actualización mediante una acción expresa a tal efecto.

Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso de índole técnica al solo fin de efectuar la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónicas o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario.

Nos estamos refiriendo a las cookies, actores principales de esta regulación y que se corresponden con el término informático que referencia a la información sobre un usuario almacenada de forma local. Dichas cookies tienen diferentes finalidades, desde facilitar la navegación y usabilidad de los usuarios en la visita a un sitio web, hasta la obtención de información sobre los hábitos de navegación de dichos usuarios y utilizar dicha información con fines comerciales. Justo en este punto encontramos la motivación de esta regulación, primero a nivel europeo (2009), y este mismo mes de abril de 2012 a nivel español, obligando a los titulares de páginas web profesionales a impedir que se instalen cookies para estos segundos fines en los ordenadores de sus usuarios, a menos que se haya obtenido consentimiento del usuario para la instalación de cookies en sus dispositivos.

De esta forma, únicamente las cookies estrictamente necesarias para la prestación de un servicio expresamente solicitado por el usuario o que permitan la navegación por la página web quedan exentas del deber de obtener el consentimiento previo de los usuarios. De esta forma algunos ejemplos permitidos y recogidos por la ICO (Information Commissioner's Office), podrían ser cookies que permitan la realización del pago de bienes o servicios solicitados o cookies que sirvan para asegurarse que el contenido de la página se carga de forma eficiente.

No entran dentro de la excepción las cookies que sirven para finalidades analíticas o estadísticas del sitio Web, o cookies con fines publicitarios por ejemplo utilizadas para mostrar información o mensajes personalizados al usuario en base a visitas anteriores de dicho usuario.

Ante este segundo conjunto de cookies, antes de su instalación en el ordenador del usuario, éste debe haber sido informado de forma clara y completa sobre su utilidad y la finalidad del tratamiento que se vaya a llevar a cabo con sus datos de carácter personal, o bien que se haya producido una aceptación de cookies en la configuración de su navegador (el usuario debe realizar una acción expresa para configurar su navegador de forma que acepte la instalación de cookies). Si no se producen estas situaciones, está prohibida la instalación de cookies en los terminales de los usuarios.

Llegados a este punto ya se puede vislumbrar la dificultad y complejidad de dichas tareas dada la diversidad existente en las páginas web, la delegación muchas veces en terceros de esta gestión web y el desconocimiento que se tiene de estos aspectos desde las empresas, en parte debido a la delegación en terceros comentada. Desde BDO creemos que la mejor manera de llevar a cabo la mejor adecuación a la Ley de Cookies, es afrontar este proceso de forma sencilla mediante dos acciones principales, con el objetivo que desde la empresa se conozca la realidad existente y se aproveche para ajustar el mapa de cookies a la explotación que la entidad quiere realizar de la información, teniendo en cuenta las obligaciones existentes y el tratamiento deseado:

- En primer lugar recomendamos realizar **una Auditoría de Cookies** con la que se obtendrá el mapa actual de cookies existentes, identificando las cookies que requieren consentimiento, las cookies innecesarias, las obsoletas o las posibles nuevas cookies a incorporar. De esta forma algunos de los aspectos que se revisan en esta auditoría son:
  - Identificación de las cookies existentes, tipologías (persistente, de sesión,…), finalidad, nivel de intrusión, etc.
  - Confirmación de existencia y tipología de información asociada a los usuarios e identificación de información almacenada por cada cookie, o
  - Verificación de qué información se proporciona al usuario en relación a cada cookie.

Como resultado se obtiene un informe completo de la situación actual del sitio web, con un listado y fichas detalladas para todas las cookies existentes y un plan de acción con las recomendaciones sobre idoneidad y acciones a seguir para la adecuación en cada caso, facilitando de esta forma de la guía para la adecuación a la normativa.

- La segunda parte se corresponde **con la Adecuación Legal y Técnica de la web** en base a los resultados de la auditoría:
  - Incorporando las informaciones legales necesarias (explicación, utilización, finalidad,…) con el método de obtención del consentimiento e información al usuario más adecuado en cada situación.
  - Realizando los desarrollos informáticos necesarios para informar al usuario adecuadamente antes de la instalación de cookies (pop-ups, páginas iniciales o cajas de aceptación) y programar la actuación en consecuencia.

Se trata de una norma ambiciosa a la que todas las partes ya sea desde el regulador estableciendo controles, los propietarios de las webs sensibilizándonos y adecuándonos a la normativa, y los consultores y auditores poniendo los medios para facilitar dicho encaje, debemos trabajar con el objetivo de traducir este nuevo requerimiento en una oportunidad para un mejor tratamiento de los datos y aprovechar la ocasión para mejorar esta operativa buscando los puntos de mejora para las entidades.

ALBERT FLORES
albert.flores@bdo.es

AUDITORÍA

EL FENÓMENO DE LA COMERCIALIZACIÓN ON LINE Y SUS IMPLICACIONES

La comercialización online es el canal a través del cual una empresa realiza negocios de forma electrónica y de manera regular con sus clientes. A éstos les supone una mayor información, disponibilidad y acceso, un menor tiempo de transacción y un mayor y mejor servicio en general, mientras que a las empresas les permite, además de agilizar su capacidad de reacción, reducir el ciclo de comercialización y ser más eficientes, prever futuros cambios en el mercado, disponer de más información del cliente desarrollando relaciones permanentes con él (marketing relacional), diversificar geográficamente, desarrollar nuevos segmentos y branding, etc. Y todo ello afianzado y reforzado por los entornos 2.0 y social media que facilitan la interacción bidireccional o incluso multidireccional con el cliente.

Sin duda **el fenómeno de la comercialización online es un impulsor de cambio y transformación de sociedades, industrias y negocios** relevante en el marco de la era digital en la que estamos inmersos y al amparo de internet.

De hecho, ha transformado las negociaciones entre clientes y proveedores en la última década, creando un entorno completamente nuevo y afectando, en mayor o en menor grado, a la cadena de valor de las diferentes industrias, así como también a los modelos de negocio de nuestras empresas, obligándolas a revisar su posición en la misma, además del valor que están generando para la propia industria y los consumidores.

Este nuevo entorno, obliga a las empresas a replantearse el sistema de comercialización en su conjunto, *online* y *offline*, pues ambos deben reformularse en relación a la nueva estrategia, obligándolas a adaptar sus principales procesos de negocio para permanecer rentables, competitivas y eficientes, y asegurar que procesos, tecnología y organización están alineados con los requerimientos y necesidades del cliente en términos de experiencia de compra.

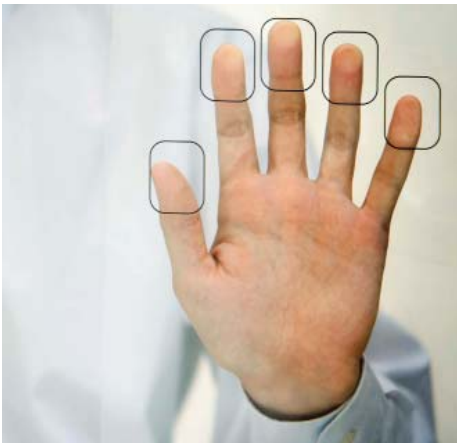
En línea con todo lo anterior, si alguna industria se ha visto afectada directamente por el fenómeno de la comercialización online, ésta ha sido la industria turística. **La comercialización de productos y servicios turísticos es una de las impulsoras de la comercialización *online* en España y en el mundo**, y en este sentido, la industria turística en general, y la hotelera en particular, también se han visto afectadas por los cambios disruptivos citados anteriormente.

Hasta el año 2000 la comercialización turística se canalizaba principalmente a través de turoperadores y agencias de viajes, el cual ha sido el modelo tradicional vigente durante décadas. Sin embargo, **fruto de la consolidación paulatina de internet como plataforma soporte de la comercialización online y al amparo de la aparición de nuevas herramientas tecnológicas, la industria ha sufrido una reordenación acelerada en este eslabón de la cadena de valor, modificando radicalmente las reglas de juego** y provocando los siguientes efectos:

- Mayor capacidad de acceder directamente al cliente final y comercializar sus propios servicios por parte de productores turísticos;
- Mayor oportunidad para los agentes de intermediación que aporten valor real a la industria y al cliente;
- Amplía las posibilidades de comunicación y relación entre productores e intermediarios turísticos;
- Aparición de nuevos intermediarios y nuevos competidores (*IDS, OTA, CRS*, portales agregadores y de destino, buscadores, etc.);
- Competencia directa entre intermediarios que antes actuaban como colaboradores;
- Consolidación de los *GDS* como proveedores globales de productos y servicios turísticos;
- Creación de grandes grupos y conglomerados turísticos mediante estrategias de concentración empresarial e integración vertical.

Frente a este nuevo paradigma tanto los productores turísticos, como los agentes intermediarios, se enfrentan al gran reto de permanecer primero y fortalecer después su posición en la industria, para lo cual deberán orientarse al cliente con determinación, aportando valor tanto a la industria en su conjunto, como al cliente individualmente. En realidad se trata más de una oportunidad para ambos que de una amenaza, especialmente para las pymes que en marco de una estrategia *long tail* sepan leer correctamente el nuevo escenario y se concentren en aquello que les permite diferenciarse y aportar valor.

Definitivamente, **el *money for value* se ha consolidado como un factor determinante en la selección y valoración de servicios por parte del consumidor**, sobre todo a raíz de la actual crisis y la consolidación del fenómeno *low cost* como alternativa real y posible, en tanto en cuanto ha sido capaz de romper paradigmas concernientes a la relación calidad-precio.



Todo ello sin olvidar, además, que **el consumidor está modificando constantemente sus hábitos de compra y contratación**, una vez que se ha ido familiarizando progresivamente con las nuevas tecnologías y dispone cada vez de más información.

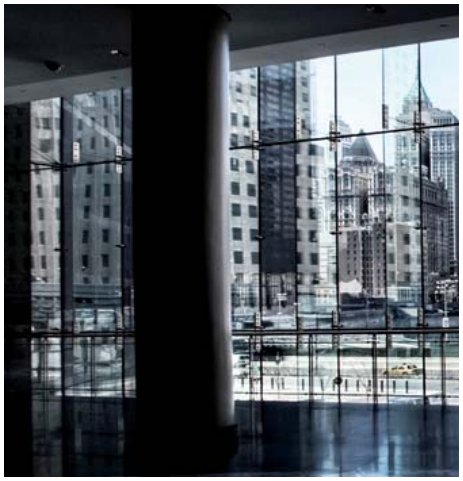
En este nuevo escenario una de las alternativas que tienen las empresas es evaluar las implicaciones estratégicas y de modelo de negocio que se les presentan, con el objeto de capturar el máximo valor posible a lo largo de la cadena. Para ello debe partir de un mayor y mejor conocimiento de las necesidades y requerimientos del cliente, para que tras una reformulación estratégica se desarrolle un proceso de progresiva orientación al cliente en términos organizativos y de negocio, que permita definir y diseñar un sistema de comercialización *online* y *offline* acorde con los objetivos y retos de futuro.

En consecuencia, **cada productor debe por tanto definir y desarrollar aquel sistema de comercialización *online* y *offline* que mejor se adapta a sus características** en función de los segmentos de clientes a los que se dirige, el producto/servicio que ofrece, el destino donde se encuentra, el volumen de negocio, etc., promoviendo y facilitando la complementariedad entre los canales tradicionales y los nuevos, de manera que la organización sea capaz de ofrecer el canal adecuado al consumidor adecuado ("*the right channel to the right costumer*"), **identificando, además, los costes, beneficios e indicadores de gestión inherentes a cada uno de los canales, de manera que sea posible medir su eficiencia, incluso en términos de retorno de la inversión**.

JOSÉ MANUEL CABALLERO
josemanuel.caballero@bdo.es

OUTSOURCING

REFLEXIONES SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ERP



A la hora de elegir un nuevo ERP los Directores Financieros se encuentran primero con multitud de opciones en el mercado, o, cada vez en más ocasiones, con la imposición directa de sus matrices en la elección de ese ERP. La problemática en cada uno de las dos opciones es muy diferente, y no seremos nosotros los que recomendemos un ERP u otro, eso se lo dejamos a ustedes o sus "mayores" en las sedes centrales de sus compañías.

En el caso de la elección de un nuevo ERP la implantación tienes principalmente tres fases:

1. definición de las necesidades de la compañía y calendario de implementación,
2. fase de implementación que principalmente incluye la carga de datos y
3. la fase de testeo, paralelo y puesta en marcha.

Tras "sufrir" diferentes cambios de ERP´s tanto como consultor, como Director Financiero de diferentes compañías, la conclusión ha sido que el apoyo externo es fundamental. En las fases de planificación del trabajo siempre se estima que el traspaso de la base de datos de información se hará de manera automática, que en los meses en los que se trabaje en paralelo el departamento financiero podrá soportar la carga de trabajo de contabilizar en el antiguo y en el nuevo ERP, y sobre todo después de contabilizar y cerrar el mes podrá chequear el balance y la cuenta de resultados que genere cada uno de los sistemas contables. Pero la realidad es otra, la totalidad de la información no se puede cargar automáticamente y finalmente se acaba cargando una importante cantidad de información de manera manual, lo que coloquialmente llamamos "picar" datos. Pero quién "pica" realmente estos datos, la mayor parte de las veces los propios contables de la compañía que en vez de contabilizar los asientos del mes se dedican a "picar" la base de datos, en estos momentos empezamos con los "retrasos" en la implementación y la fase 1 de planificación al final ha sido una pérdida de tiempo.

Después de vivir varias implementaciones como Director Financiero, la opción de poder externalizar esta fase del proyecto, sobre todo cuando empezamos a tener dificultades en la migración de la información o retrasos respecto de los hitos marcados, empezó a ser una solución que una vez puesta en práctica resulto ser uno de los pilares del "éxito" en el cambio de un ERP. En la fase de testeo y paralelo, y aquí consideraremos que hemos sido lo suficientemente precavidos para hacer un paralelo de los dos sistemas de uno o dos meses, volvemos a tener dos opciones cargar al equipo de contabilidad con la doble carga de contabilizar en los dos sistemas contables (por cierto, previamente habrán tenido una formación específica de "n" días en el nuevo ERP) o externalizar en expertos contables la contabilización en uno de los dos sistemas y el chequeo de los resultados en cada uno de ellos y en la reconciliación de las diferencias. En resumen la idea de buscar ayuda externa en estos procesos de implantación se centra en que los equipo de contabilidad de las empresas puedan continuar con su día a día (la formación en el nuevo ERP si será indispensable) y poder cumplir con sus obligaciones de reporte de información, fiscales, etc…

En el caso de nuevas filiales o sucursales de compañías extranjeras la problemática es diferente. Estas compañías en su expansión buscan que todas sus filiales o sucursales utilicen el mismo ERP que utiliza el Grupo y así poder consolidar la información de manera automática cada cierre de mes. En estos caso nos encontramos que en muchas ocasiones los responsables financieros de la matriz no consideran que en España hay que cumplir con una serie de requisitos contables, fiscales y mercantiles y piensan que creando una nueva empresa en si ERP podrán tener la contabilidad de la filial española, pero no estarán contabilizando con el Plan de cuentas español, no estarán contabilizando en español, no tendrán libros de IVA, no podrá generar libros diario para presentar al Registro Mercantil, no podrá genera un balance y una cuenta de pérdidas y ganancias siguiendo el Plan General de Contabilidad español, publicado en 2007. En estos casos la función del asesor externo está en ayudar al cliente a parametrizar correctamente el ERP para que cumpla con los requisitos mínimos que antes apuntábamos y sobre todos a mapear las cuentas contables del Plan español al Plan que utiliza la compañía y así poder consolidar la información de manera automática. En estos casos la colaboración del asesor externo con el experto en sistemas y contables de la matriz es fundamental.

Como resumen de las experiencias vividas en estos últimos años en los dos lados, tanto como Director Financiero como consultor, la fase de planificación es la que determinara el éxito o el fracaso del proyecto. Desgraciadamente el factor económico pesa mucho en esta fase de planificación y por ahorrar se sobrecarga a los equipos contables de la compañías, y finalmente en muchas ocasiones se tiene que buscar ayuda externa cuando el proyecto está en dificultades con un "sobrecoste" muy superior que si se hubiera considerado desde el principio.

En fin, para implementar hay que planificar.

PEDRO RÍOS
pedro.rios@bdo.es

RISK ADVISORY SERVICES

¿ES ADECUADO EL TRATAMIENTO QUE HACEN DE SU INFORMACIÓN?

La globalización de los mercados, la internacionalización de las empresas y la difícil coyuntura económica actual, son factores que inciden en que se continúe produciendo un proceso de externalización y deslocalización de parte de los servicios de las compañías, en especial aquellos que no son estratégicos para el negocio.

A estos factores más tradicionales, se añade el gran potencial tecnológico del que disponen los actuales proveedores de servicios de TI en la nube ("Cloud Computing"), que permiten externalizar el almacenamiento de toda la información de una compañía, su correo electrónico, los sistemas ERP, etc., aportando ventajas competitivas, como ahorro de costes, economías de escala, infraestructuras tecnológicas mejor adaptadas, etc.

La decisión de externalizar un servicio conlleva una pérdida de control sobre el servicio externalizado por parte de las empresas, que puede impactar en áreas sometidas a cumplimiento normativo o regulaciones sectoriales, como por ejemplo la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) o la Ley Sarbanes Oxley. Adicionalmente, la empresa puede necesitar asegurar los controles que le permiten mantener certificaciones tecnológicas como puede ser el caso de las normas ISO 27000.

Aunque la aplicación de las medidas de seguridad y los controles sobre los sistemas de información pueden ser delegados en un tercero, la responsabilidad de garantizar la efectividad del sistema de control interno siempre recae en la propia compañía.

¿Cómo puede una empresa mantener el control sobre el servicio que ha externalizado?

¿Cómo puede minimizar el impacto sobre el cumplimiento normativo?

Desde la Agencia de Protección de Datos se insta a incluir en el contrato, cláusulas que recojan las garantías que exige la legislación española de protección de datos -finalidad y usos de la información, seguridad, confidencialidad devolución o traslado a otro prestador de servicios, especialmente si la externalización se realiza a empresas que prestan servicios en la nube.

Adicionalmente, debe incluirse en el contrato la posibilidad de realización de auditorías por un tercero independiente que verifique la efectividad de las medidas de control implantadas para los servicios ofrecidos.

El problema con el que se encuentran los proveedores de servicios es el incremento en el número de auditorías que deben soportar por cada cliente y tipología de normativa a cumplir.

¿Cómo se pueden salvar todos estos inconvenientes?

¿Se pueden unificar las auditorías para reducir el tiempo invertido en ellas tanto por la empresa como por el proveedor de servicios?

Como solución a estos inconvenientes se ha desarrollado el nuevo estándar internacional ISAE 3402 (antiguo SAS 70) que entró en vigor en Junio de 2011 y que se basa en otras reglamentaciones como la Ley Sarbanes Oxley, Payment Card Industry (PCI) o las normas específicas de cada país.

Este estándar permite la acreditación a las empresas prestadoras de servicio, de que sus controles han sido auditados por un tercero, obteniendo una descripción fidedigna de los procesos de control, una afirmación de que los controles tienen un diseño apropiado, y que éstos han sido efectivos durante un periodo. Este estándar, consiste en la emisión de un informe realizado por un tercero, basado en la declaración de la gerencia, y con un enfoque de riesgos, llamado SOC (Service Organization Control), cuyo contenido variará de acuerdo al destinatario final o al tipo de servicio contratado:

- SOC 1: Informe sobre los controles en una organización de servicio alrededor de la información financiera del usuario.
- SOC 2: alrededor de la seguridad, disponibilidad, integridad en el procesamiento, confidencialidad o privacidad.
- SOC3: Informe sobre la confianza en organizaciones de servicios, comúnmente conocidos como "SysTrust".

Como conclusión, si tiene externalizados sus servicios de TI o está pensando en hacerlo, tenga en cuenta que su proveedor disponga de un sistema de control interno que le brinde un adecuado nivel de confidencialidad, privacidad y seguridad en los datos objeto de tratamiento.

Por ello, no sólo serán necesarios unos adecuados niveles de servicio establecidos en los contratos, sino que será recomendable requerir a su proveedor un informe de auditoría independiente, mediante el cual poder garantizar que su sistema de control interno es efectivo, lo que le permitirá cumplir con los requisitos normativos a los que su organización se vea sometida.

ALFREDO OBLANCA
alfredo.oblanca@bdo.es

ENCUENTROS BDO

ENTREVISTA AL GRUPO EÑE NOSTRUM

Francisca Boix
Directora Financiera de Grupo Eñe Nostrum

EÑE NOSTRUM ES EL MAYOR GRUPO DE MARKETING Y PUBLICIDAD IBEROAMERICANO, CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA.

DESARROLLAMOS UN MODELO DIFERENCIADO DE NEGOCIO CON BASE CULTURAL Y GEOGRÁFICA EXCLUSIVA LIGADA AL FENÓMENO HISPANO, LO CUAL NOS DIFERENCIA DE LOS GRANDES GRUPOS MUNDIALES DE PUBLICIDAD.

EL GRUPO ESTÁ INTEGRADO POR 19 AGENCIAS QUE OFRECEN UNA AMPLIA GAMA DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN INTEGRADA, MEDIOS, PUBLICIDAD, MARKETING DIGITAL, SERVICIOS DE MARKETING Y MARKETING EXPERIENCIAL.

¿Dónde opera Grupo Eñe Nostrum?

Eñe Nostrum opera en España a través de varias agencias especializadas con marcas reconocidas en el mercado español: Ruiz Nicoli Líneas, Eñe, Nova Publicidad, Sineusis, Storm Digital y Neomedia, y en el extranjero cuenta con agencias en 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Republica Dominicana y USA. Además de esta presencia directa, Nostrum opera a través de agencias asociadas en países como Portugal, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

¿Cuál son sus activos más emblemáticos/ actividades o servicios que presta?

Todos los servicios del Grupo Eñe Nostrum giran en torno al marketing y la comunicación comercial, en prácticamente todas sus formas. De manera singular, el grupo es especialmente potente en comunicación integrada (cuando se combinan varias especialidades de comunicación) y en comunicación digital.

¿Cómo está percibiendo Grupo Eñe Nostrum la actual crisis? ¿En qué se diferencia el impacto sobre vuestro sector del que sufre el resto de la economía?

Nuestro sector es un indicador avanzado de la economía de un país: notamos antes que otros sectores la coyuntura que viene, positiva o negativa. Además este sector tiende a multiplicar el indicador en cuanto a que cuando la economía crece, el sector crece por encima y cuando la economía desacelera, la publicidad lo hace con mayor medida y de manera muy rápida.

En estos momentos, el Grupo Eñe Nostrum convive con dos realidades muy dispares, en España y en América. En España nuestro objetivo se centra en mantener el volumen de negocio, en un entorno de presupuestos contenidos y gran presión sobre los márgenes, mediante un esfuerzo de fidelización de cliente, una fuerte actividad de nuevo negocio y una contención importante en costes de estructura. En América, en cambio el reto es ser capaces de aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrecen muchas economías, manteniendo un ritmo agresivo y constante de expansión, bien orgánica, bien corporativa.

¿Qué medidas ha tomado Grupo Eñe Nostrum para superar la actual coyuntura?

La principal medida que adoptó Eñe Nostrum fue la de concentrar los esfuerzos en la expansión internacional hacia el mercado iberoamericano fortaleciendo así nuestro modelo diferenciado del resto de los grupos de comunicación internacionales, principalmente anglosajones. Desde el 2000, año en que iniciamos en Chile la andadura internacional hasta hoy, la expansión ha sido exponencial. En 2007 reforzamos nuestra presencia en Chile, en 2008 comenzamos a operar en Colombia, en 2011 incorporamos Argentina, México, Panamá y USA, y en 2012 Brasil. Este esfuerzo de expansión ha sido posible gracias al desarrollo de la base de clientes y a pasos corporativos muy relevantes, como la salida al mercado alternativo bursátil en 2010.

¿Cómo se presenta el futuro para Grupo Eñe Nostrum?

Estamos convencidos de haber establecido las bases necesarias para un futuro prometedor en crecimiento y desarrollo, con una diversificación de riesgos que nos permita superar los siguientes años que todavía se prevén difíciles en la economía nacional e internacional. Nuestro objetivo principal a corto plazo es la consolidación del Grupo en cuanto a la red internacional concentrándonos en la consecución de un fuerte crecimiento orgánico. También estamos en el momento necesario de fortalecer la estructura interna de funcionamiento, punto fundamental para que el crecimiento orgánico esté bien organizado y controlado.

RESOLUCIONES DEL COMITÉ TÉCNICO

EL COMITÉ TÉCNICO DE BDO ATIENDE A LAS PREGUNTAS PLANTEADAS POR SUS PROFESIONALES Y CLIENTES. EN ESTE NÚMERO RESPONDE A UNA CONSULTA ACERCA DE LA REFORMULACIÓN DE CUENTAS ANUALES

Consulta:

En el caso de esta consulta es un caso concreto de un cliente que formula cuentas anuales abreviadas y emitimos nosotros como auditores emitimos nuestro informe de auditoría, siendo la auditoría voluntaria, pero se realiza porque pertenece a un grupo de Sociedades.

1. En el ejercicio 2009 realizó una ampliación de capital que registró contablemente pero no había sido inscrita en el Registro Mercantil antes de la formulación de las cuentas anuales y por tanto, incluimos una salvedad en el informe de auditoría.
2. En el ejercicio 2010 la presentaron para su registro en el Registro Mercantil y por tanto no incluimos la salvedad en nuestro informe de este ejercicio.
3. En el ejercicio 2011 el Registro Mercantil detectó errores que no permiten dicha inscripción y se ha tenido que realizar de nuevo la ampliación de capital, quedando sin efecto la del ejercicio 2009.

Los errores detectados por el Registro Mercantil provienen de la re-denominación del capital social a Euros, la cual se realizó en la misma escritura.

La Sociedad va a reformular las cuentas anuales de los ejercicios 2009 y 2010 para poder inscribir la ampliación ya que el Registrador no la acepta al no coincidir el capital de la escritura con el de las cuentas anuales

Preguntas:

- ¿Deberíamos emitir informe de auditoría sobre las cuentas anuales reformuladas de los ejercicios 2009 y 2010? ¿O al ser las auditorías voluntarias no sería necesario?
- ¿En las cuentas anuales del ejercicio 2011 habrá que mencionar que la información comparativa del ejercicio 2010 corresponde a las cuentas reformuladas? ¿Tenemos que hacer alguna mención en el informe del 2011?

Respuestas:

En general, lo adecuado ante el caso de una reformulación de cuentas anuales es emitir de nuevos los informes de auditoría de los ejercicios en los que se haya producido dicha reformulación. Sin embargo, en este caso, teniendo en cuenta que:

a. Se trata de auditorías voluntarias
b. las cuentas anuales reformuladas no tienen aparentemente otro uso que su depósito en el Registro Mercantil
c. la sociedad deposita sus cuentas anuales en el Registro Mercantil sin informe de auditoria

Si el cliente no nos solicita que emitamos nuevos informes no resultaría necesario que lo hiciéramos.

En ambos casos, la reformulación debe quedar suficientemente explicada en la memoria de cada año, indicando:

- que han sido reformuladas,
- la fecha de formulación original,
- el motivo de la reformulación, y
- el impacto (ya sea en las cifras comparativas, en las del ejercicio actual o en ambos).

Por tanto podrían darse las dos situaciones siguientes:

A) Si emitimos nuevos informes de auditoría, estos deberán tener una fecha posterior a la fecha en la que se produce la reformulación y deberán incluir:

1. Un párrafo de énfasis indicando que:

"… tal como se indica en la nota XX de la memoria, las cuentas anuales han sido reformuladas, y en consecuencia, los saldos…. [Del ejercicio actual, del ejercicio anterior o de ambos]… difieren del los contenidos en la cuentas anuales inicialmente formuladas…"

2. y un párrafo de otras cuestiones indicando que:

"… con fecha XX de XXXXX de XXXX emitimos nuestro informe de auditoría sobre las cuentas anuales del ejercicio XXXX, y tal como se indica en el párrafo anterior dichas cuentas anuales han sido reformuladas y el presente informe de auditoría sustituye al antes mencionado…." (Según como se redacte se podría incluir en un único párrafo).

B) Si no emitimos nuevos informes de auditoría, en el informe del ejercicio 2011 deberemos incluir un párrafo de énfasis indicando que:

"… las cifras del ejercicio 2010 que se incluyen en las cuentas anuales adjuntas a efectos comparativos no coinciden con las de las cuentas anuales del ejercicio 2010 formuladas en fecha XX de XXXX de XXXX, porque tal como se indica en la nota XX de la memoria adjunta, han sido reformuladas con posterioridad, en fecha XX de XXXXX de XXXX."

AGUSTÍN CHECA
agustin.checa@bdo.es
FÁTIMA LÓPEZ-TELLO
fatima.lopeztello@bdo.es
MARIO HERRERO
mario.herrero@bdo.es

ACTUALIDAD PROFESIONAL

NOVEDADES FISCALES

Real Decreto-ley 12/2012, de 30 de marzo, por el que se introducen diversas medidas tributarias y administrativas dirigidas a la reducción del déficit público.

▶ Leer más

Orden HAP/638/2012, de 26 de marzo, por la que se aprueban los modelos de declaración del IRPF y del Impuesto sobre el Patrimonio, ejercicio 2011, se determinan el lugar, forma y plazos de presentación de los mismos, se establecen los procedimientos de obtención o puesta a disposición, modificación y confirmación o suscripción del borrador de declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, y se determinan las condiciones generales y el procedimiento para la presentación de ambos por medios telemáticos o telefónicos.

▶ Leer más

Orden HAP/725/2012, de 12 de abril, por la que se modifica la Orden EHA/1658/2009, de 12 de junio, por la que se establecen el procedimiento y las condiciones para la domiciliación del pago de determinadas deudas cuya gestión tiene atribuida la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

▶ Leer más

Resolución de 26 de marzo de 2012, del Instituto de Estudios Fiscales, por la que se convocan premios a tesis doctorales.

▶ Leer más

NOVEDADES JURÍDICAS

Enmiendas al Estatuto de la Conferencia de la Haya de Derecho Internacional Privado, hecho en La Haya el 31 de octubre de 1951, adoptadas por la Conferencia de La Haya de Derecho Internacional Privado en su vigésima reunión celebrada en La Haya el 30 de junio de 2005 y Texto consolidado de dicho Estatuto.

▶ Leer más

NOVEDADES SECTOR FINANCIERO Y ASEGURADOR

Circular 3/2012, de 28 de marzo, del Banco de España, por la que se crean, modifican y suprimen ficheros de datos de carácter personal gestionados por el Banco de España.

▶ Leer más

Acuerdo de 27 de marzo de 2012, del Consejo de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre delegación de competencias.

▶ Leer más

Resolución de 10 de abril de 2012, de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, por la que se publican las entidades que han comunicado su adhesión voluntaria al Código de Buenas Prácticas para la reestructuración viable de las deudas con garantía hipotecaria sobre la vivienda habitual.

▶ Leer más

NOVEDADES SECTOR PÚBLICO

Orden PRE/773/2012, de 16 de abril, por la que se publica el Acuerdo de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos de 1 de marzo de 2012, para la puesta en marcha del mecanismo de financiación para el pago a los proveedores de las Entidades Locales.

▶ Leer más

Orden PRE/774/2012, de 16 de abril, por la que se publica el Acuerdo de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos de 22 de marzo de 2012, para la puesta en marcha del mecanismo de financiación para el pago a los proveedores de las Comunidades Autónomas.

▶ Leer más

Ley Orgánica 1/2012, de 3 de abril, por la que se excluye del ámbito de aplicación de la disposición adicional de la Ley Orgánica 3/2006, de 26 de mayo, de reforma de la Ley Orgánica 5/2001, de 13 de diciembre, complementaria de la Ley General de Estabilidad Presupuestaria, a determinados mecanismos de financiación.

▶ Leer más

Real Decreto-ley 14/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo.

▶ Leer más

Resolución de 23 de marzo de 2012, de la Oficina Española de Patentes y Marcas, por la que se convoca, para el año 2012, la concesión de subvenciones para el fomento de las solicitudes de patentes y modelos de utilidad españoles y en el exterior.

▶ Leer más

NOVEDADES LABORALES

Orden ESS/619/2012, de 22 de marzo, por la que se delegan y se aprueban las delegaciones del ejercicio de competencias en los órganos administrativos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social y sus organismos públicos.

▶ Leer más

NOVEDADES TERCER SECTOR

Resolución de 26 de marzo de 2012, del Fondo Español de Garantía Agraria, por la que se establece el procedimiento para la designación de las organizaciones caritativas y los requisitos que deben cumplir las entidades benéficas, encargadas de la distribución de alimentos en el marco del Plan 2012 de ayuda alimentaria a las personas más necesitadas de la Unión Europea.

▶ Leer más

ESPACIO BDO

BDO HOTELES, TURISMO Y OCIO

Os invitamos a conocer y suscribiros a la nueva publicación elaborada por el equipo del área de Hoteles, Turismo y Ocio de BDO. Temas como el comportamiento del sector y perspectivas para el próximo ejercicio, la refinanciación de proyectos hoteleros, la"tasa turística"y cómo afecta la reforma laboral al sector son algunos de los aspectos tratados en esta publicación.

BDO
ABRIL 2012
WWW.BDO.ES
NEWSLETTER SOBRE EL SECTOR DE
HOTELES, TURISMO Y OCIO
FISCAL
La refinanciación de proyectos hoteleros
PÁGINA 3
FISCAL
La mal llamada tasa turística
PÁGINA 4
ENCUENTROS BDO
Entrevista a Pau Guardans, Presidente del Grupo Único Hotels
PÁGINA 5
ADVISORY
CIERRE 2011 Y PERSPECTIVAS 2012 EN EL SECTOR TURÍSTICO
por José Manuel Caballero
DESAYUNOS BDO
Las 22 preguntas clave de la reforma laboral para el sector de hoteles y turismo
PÁGINA 5

Para más información, haz clic aquí.

BDO PATROCINA LA II JORNADA ACCID: GESTIÓN EMPRESARIAL INNOVADORA PARA AFRONTAR EL FUTURO CON OPTIMISMO

Dónde: Facultad de Economía y Empresa de la URV - Avda. Universitat 1, Campus Bellissens - Reus (Tarragona).

Fecha: 1 de junio de 2012

Horario: De 9:00 a 16:00 hs

Para más información e inscripciones, haz clic aquí.

BDO INCORPORA A JULIÁN ATIENZA, EX DIRECTOR DEL FROB

Esta incorporación se produce en uno de los momentos clave de la reorganización de este sector en nuestro país, donde BDO está jugando un papel muy relevante en materia de valoraciones y due dilligence, entre otros servicios de asesoramiento especializado a entidades financieras.

Julián Atienza es uno de los mejores conocedores del sector financiero en España. Con anterioridad a su incorporación a BDO, prestó sus servicios profesionales en el FROB (Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria) desde su creación en junio de 2009 hasta septiembre de 2011 como Director General del mismo, gestionando la puesta en marcha del fondo y los procesos de reestructuración de las entidades de crédito de nuestro país (procesos de integración, recapitalización, etc).

Previo a dirigir el FROB ocupó diversos puestos de relevancia dentro de la Supervisión del Banco de España, donde comenzó su trayectoria profesional como inspector de Entidades de Crédito y Ahorro en 1976. Atienza ha realizado trabajos en todo tipo de entidades, bancos, cajas de ahorros, cajas rurales, etc, llegando a dirigir el Departamento de Inspección I y formar parte del Comité de Dirección de la Dirección General de Supervisión.

Julián Atienza, que acumula más de treinta años de experiencia profesional dentro del sector financiero y ha conocido de cerca las distintas crisis por las que éste ha pasado, se incorpora a BDO con el fin de apoyar y complementar las capacidades y conocimiento técnico de sus profesionales en el ámbito de la auditoría y asesoramiento al sector financiero, como parte de la estrategia de especialización sectorial acometida por la Firma recientemente.

DESAYUNO: LA REFORMA DE LA LSSI COOKIES, BEHAVIORAL ADVERTISING Y COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS

El marketing y la publicidad en internet cuenta con una nueva regulación. El pasado lunes 2 de abril entró en vigor la modificación de la LSSI (Ley 34/2002 de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico) que transpone la denominada Directiva e-Privacy (Directiva 2009/136/CE).

Esta normativa añade nuevos requisitos que deben cumplirse para el envío comunicaciones comerciales, la utilización de cookies y el denominado behavioral advertising.

Dónde: Cámara Franco-Española de Comercio e Industria. Capitán Haya 38. Madrid.

Fecha: 10 de mayo de 2012

Horario: De 9:00 a 11:15 hs

Para más información e inscripciones, haz clic aquí.

WHAT MATTERS TO YOU, MATTERS TO US

ALICANTE
Av. Maisonave 28 bis 4º
03003 Alicante
T: 965 218 026
alicante@bdo.es

BARCELONA
Sant Elies 29-35
08006 Barcelona
T: 932 003 233
barcelona@bdo.es

BILBAO
Alameda Mazarredo 16, Escalera Ext.
48009 Bilbao
T: 944 242 578
bdobilbao@bdo.es

GRAN CANARIA
Simancas 1
35010 Las Palmas de Gran Canaria
T: 928 472 558
canarias@bdo.es

MARBELLA (MÁLAGA)
Centro de negocios Puerta de Banús,
Bloque D - 1º C.N. 340, km. 175
29660 Nueva Andalucía - Marbella
marbella@bdo.es

MADRID
BDO Auditores
Rafael Calvo 18 · 28010 Madrid
T: 914 364 190
bdo@bdo.es

MADRID
BDO Abogados
Paseo de Recoletos 37 · 28004 Madrid
T: 914 364 190
bdo@bdo.es

MADRID
BDO Financial Advisory
Paseo de Recoletos 37 · 28004 Madrid
T: 914 364 190
bdo@bdo.es

SEVILLA
Av. Luís de Morales 32
Edificio Fórum Pta. 2, Módulo 6
41018 Sevilla
T: 954 988 282
sevilla@bdo.es

GRANADA
Reyes Católicos 13, 1º A
18001 Granada
T: 958 264 199
granada@bdo.es

VALENCIA
Conde Salvatierra de Álava, 9
46004 Valencia
T: 963 511 277
valencia@bdo.es

VALLADOLID
Zuñiga 2, 3º
47001 Valladolid
T: 983 338 179
valladolid@bdo.es

VIGO
Plaza de Compostela 29, 4º B
36201 Vigo
T: 986 116 144
vigo@bdo.es

ZARAGOZA
María Zambrano 31
Edificio WTCZ Torre Oeste, 10º A
50018 Zaragoza
T: 976 482 009
zaragoza@bdo.es

OFICINA INTERNACIONAL
Boulevard de la Woluwe 60
B-1200 Brussels Belgium
T: +32 –2 778 0130
bdo@bdointernational.com

Esta publicación ha sido elaborada detenidamente, sin embargo, ha sido redactada en términos generales y debe ser contemplada únicamente como una referencia general. Esta publicación no puede utilizarse como base para amparar situaciones específicas y usted no debe actuar o abstenerse de actuar de conformidad con la información contenida en este documento sin obtener asesoramiento profesional específico. Póngase en contacto con BDO en cualquiera de nuestras oficinas para tratar estos asuntos en el marco de sus circunstancias particulares. BDO, sus socios, empleados y agentes no aceptan ni asumen cualquier responsabilidad o deber de cuidado ante cualquier pérdida derivada de cualquier acción realizada o no por cualquier individuo al amparo de la información contenida en esta publicación o ante cualquier decisión basada en ella.

BDO Auditores S.L. y BDO Abogados y Asesores Tributarios S.L. son sociedades limitadas españolas y son miembros de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido y forman parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas.

BDO es la marca comercial utilizada por toda la red BDO y para todas sus firmas miembro.

BDO es la quinta firma de auditoría y servicios profesionales del mundo, una de las organizaciones que más ha crecido en los últimos años con más de 48.767 profesionales trabajando en nuestras 1.118 oficinas repartidas en 135 países.

En España, BDO está presente a través de 12 oficinas y 3 alianzas estratégicas.

Más de 1.000 profesionales trabajamos para nuestros clientes, con una metodología uniforme y los más altos estándares de calidad: porque ***lo que es importante para ellos, es importante para nosotros.***

PAPEL ECOLÓGICO

BDO Auditores S.L. y BDO Abogados y Asesores Tributarios S.L., sociedades limitadas españolas, son miembros de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido y forman parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas.

BDO es la marca comercial utilizada por toda la red BDO y por cada una de sus firmas miembro.