

Informatiu de

juny 2017 • núm. 160

l'economista

CE

COL·LEGI D'ECONOMISTES DE CATALUNYA

ESPECIAL

**Actuacions professionals
en màrqueting,
comunicació empresarial i estudis de mercat**

Més de 500 empreses

ja ens han confiat
la recerca i negociació
del seu finançament bancari



Passeig de Gràcia, 54, 5a. C
08007 Barcelona
T. 934 675 641 · info@kreedit.com
www.kreedit.com

Soci protector

ACCID
Associació Catalana
de Comptabilitat i Direcció

Promotor financer de

ICF
Institut Català
de Finances

*"Volem ser la corredoria independent
de la seva empresa en la contractació
del crèdit bancari"*

A principis d'octubre del 2016 es va iniciar el tercer any del període transitori del Col·legi d'Economistes de Catalunya, que engloba les corporacions professionals d'economistes i de titulats mercantils de Catalunya. Podem doncs afirmar que la unificació ha estat un èxit i que s'han acomplert les sinergies i els objectius que les institucions unificades es van proposar. En aquest tercer any procedeix fer un pas més endavant i iniciar les accions necessàries per tal d'aconseguir que l'1 de setembre de 2018, quan finalitzi el període transitori, el Col·legi d'Economistes de Catalunya disposi del marc jurídic que l'ha de regir en un futur. En aquest sentit, la Comissió Gestora ha encarregat a la Ponència Estatutària una proposta d'estatuts del Col·legi i de calendari que permeti que, a partir del mes de setembre d'enguany, estigui a la vostra disposició per tal que pugueu opinar i fer propostes de modificació i suggeriments al seu contingut abans de l'aprovació el mes de desembre d'enguany per l'Assemblea de Col·legiats. L'aprovació dels estatuts definitius és el pas necessari per aconseguir la normalitat institucional i per convocar eleccions per a una nova Junta de Govern que ha de fer-se càrrec i impulsar el Col·legi els propers quatre anys.

Els estatuts que la Ponència Estatutària està redactant recullen l'experiència dels cinc col·legis fundadors i l'experiència d'aquells tres anys que portem unificats. Els estatuts que la Comissió Gestora ha encarregat a la Ponència Estatutària són uns estatuts moderns i flexibles que possibilitin el seu desplegament reglamentari, que fomentin la participació de tots aquells col·legiats que vulguin i que donin garanties jurídiques i de transparència als col·legiats.

En un altre ordre de coses, l'any 2018 es compliran 30 anys des del darrer Congrés d'Economia de Catalunya i, per aquest motiu, la Comissió Gestora va acordar organitzar el 3r Congrés d'Economia i Empresa de Catalunya, que celebrarà la sessió plenària el mes de maig del 2018. Aquest Congrés es configura com un procés obert i participatiu, al qual s'anima a participar

Els nous estatuts seran moderns i flexibles, fomentaran la participació i donaran garanties jurídiques i de transparència als col·legiats



Joan B. Casas
Degà del Col·legi d'Economistes de Catalunya

tots els professionals de l'economia i de l'empresa, no sols els acadèmics, i com un servei que el Col·legi ofereix a la societat per tal de debatre de manera pluridisciplinària sobre el futur econòmic i empresarial de Catalunya. Entenem que, en un entorn de profundes transformacions disruptives, el Col·legi ha d'assumir la seva quota de responsabilitat en el procés de facilitar el necessari debat col·lectiu que permeti al conjunt

de la societat conèixer els riscos, les oportunitats i els reptes del nou model econòmic.

El Congrés s'organitza al voltant de 13 eixos d'anàlisi que, en el que resta de l'any 2017 i principis del 2018, han de fomentar la participació dels professionals en presentar contribucions específiques i en la participació en els debats que s'organitzin i aixecar unes conclusions que, després de ser debatudes dins de l'eix, s'integraran en les conclusions generals del Congrés.

A més d'oferir un servei a la societat, amb l'organització del Congrés es pretén reforçar la nostra corporació i el nostre col·lectiu professional, com a referents en l'àmbit de l'economia i de l'empresa, i posicionar el Col·legi d'Economistes de Catalunya com la corporació que aglutina els professionals de l'economia i de l'empresa.

L'èxit del Congrés està en aconseguir una gran participació tant en els treballs i debats previs en cadascun dels eixos d'anàlisi com en la participació i la presència en la sessió plenària que s'ha de celebrar el mes de maig del 2018. Per aquest motiu us encoratjo a participar-hi activament en la mesura de les vostres possibilitats. ■

Comissió Gestora

Degà: Joan B. Casas Onteniente

Vicedegà: Alfred Albiol Paps

President territorial de Barcelona:

Joan Ràfols Esteve

President territorial de Girona:

Esteve Gibert Utset

President territorial de Lleida:

Joan Turmo Montanuy

President territorial de Tarragona:

Pere Segarra Roca

Secretària: Montserrat Casanovas Ramon

Interventor: Anton Gasol Magriña

Tresorer: Eduard Soler Villadelprat

Vocals: Jordi Albiol Plans, Emilio Álvarez Pérez-Bedia, Jordi Caballé Vilella, Rodrigo Cabedo Gregori, Manuel Cámbara Moreno, Cristina Clos Ribas, José Ignacio Cornet Serra, Francesc Ferrer Costa, Modest Guinjoan Ferré, Albert Jover Roig, Lluís Mas Vilellas, Josep Maria Riu Vila, Joan Rojas Graell, Xavier Segura Porta, Xavier Subirats Alcobarro i Avelino Vázquez Parcero

Consellers: Manuel Barrado Palmer, Raimon Casanellas Bassols, Carlos Puig de Travy, José Luis Sánchez Cristóbal i Esteve Sarroca Punsola

Comitè Editorial

Oriol Amat Salas, Raimon Casanellas Bassols, Joan B. Casas Onteniente, Àngel Hermosilla Pérez, Maurici Olivé Riu, Robert Pons Caballero, Carlos Puig de Travy, Lluís Santaló Bel

Edita

Col·legi d'Economistes de Catalunya

Fotografia: Col·legi d'Economistes de Catalunya

Publicitat: Gecap, SL
comercial@coleconomistes.cat

Disseny i producció editorial:
ZETACORP-Publicacions Corporatives (Grupo Zeta), Consell de Cent, 425.
08009 Barcelona. Tel. 93 227 94 16

Distribució: Ediciones Reunidas, SA

Dipòsit legal: B-36694-1989

ISSN: 2385-5983

El Col·legi no assumeix ni es fa responsable del contingut dels anuncis publicats. Les opinions recollides en els textos publicats a l'Informatiu pertanyen exclusivament als seus autors. L'opinió oficial del Col·legi l'expressa la Comissió Gestora com a òrgan de govern de la institució.

Barcelona Plaça Gal·la Plàcidia, 32.
08006 Barcelona. Tel. 93 416 16 04
cec@coleconomistes.cat

Girona Joan Maragall, 44, entl. 3a
17002 Girona. Tel. 972 21 45 33
girona@coleconomistes.cat

Lleida Pere Cabrera, 16, 1r G
25001 Lleida. Tel. 973 21 06 33
lleida@coleconomistes.cat

Tarragona Rambla Nova, 58-60, 5è A
43004 Tarragona. Tel. 977 21 70 42
tarragona@coleconomistes.cat



6

L'interès més alt

Actuacions professionals en màrqueting, comunicació empresarial i estudis de mercat Especial

Màrqueting estratègic: eix de la competitivitat de les empreses
Lluís Torra

La revolució de les dades.

De no tenir-ne al neuomàrqueting i el 'big data'

Josep Anton Charles

La comunicació, factor clau de competitivitat a les pimes

Pep Garcia

Vuit punts clau per a la internacionalització de les empreses

Antonino Valenti

Gent de casa

Anna Birulés, doctora, *cum laude*,
en Ciències Econòmiques

Notícies

El Col·legi en el territori

Formació de l'economista

Aula d'Economia

Entrevista. Antonio Terceño

Serveis col·legials

Correu electrònic

Treballem en grup

Recull d'activitats

Ressenya d'actes.

Cicle Deu temes clau per a Catalunya

Comissions i Grups de Treball

Entrevista. Francesc Reguant

Revista tècnica

20 24 28 32 35 36



34

Formació de
l'economista. Entrevista
a Antonio Terceño



28
El Col·legi en el
territori. Activitats
a la seu de Lleida

42
Resseña d'actes.
Deu temes clau
per a Catalunya



6
Especial. Actuacions
professionals
en màrqueting



24
Notícies. Sant Jordi al
Col·legi d'Economistes
de Catalunya

20
Gent de casa.
Entrevista
a Anna Birulés



32
Aula d'Economia.
Balanç de la
formació al Col·legi
durant el 2016



Màrqueting estratègic:

EIX DE LA COMPETITIVITAT DE LES EMPRESES

Quina percepció té el personal dels departaments de Màrqueting sobre la importància del seu paper en l'estratègia de l'empresa? No gaire bona, com podeu llegir aquí



LLUÍS TORRA,
President del Club Marketing Barcelona
lluis.torra@cmb.cat

visible, resulta preocupant: encara avui moltes grans companyies perceben el màrqueting com una disciplina merament operativa i només atorguen als seus departaments la responsabilitat de crear i difondre campanyes d'uns productes o serveis que s'han decidit sense comptar amb la seva participació i obviant, per tant, tot el que aquest pot aportar perquè l'oferta respongui als desitjos i a les necessitats dels clients i potencials clients i que ajudi a generar i millorar el seu vincle amb la companyia.

Des del juliol del 2013 –ja fa quatre anys– l'American Marketing Association (AMA), la comunitat internacional de professionals més rellevant i influent, defineix el màrqueting com una disciplina essencialment estratègica a qui responsabilitza de “les accions i dels processos per crear, comunicar, lliurar i intercanviar ofertes que tenen valor per als consumidors, els clients, els socis i la societat en general”.

Doncs sí, des del 2013 que aquesta organització referent ja no diferencia entre el màrqueting estratègic i el màrqueting operatiu i atorga al màrqueting una responsabilitat integral que comença en la creació de l'oferta de productes i serveis i finalitza en l'execució i la comunicació.

Els professionals de màrqueting d'una bona part de les empreses de l'Estat creuen que ni ells ni els seus departaments són claus en les decisions estratègiques de la companyia. Això es desprèn de l'observatori Marketing Leader Profile que l'any passat vam impulsar i vam presentar des del Club Marketing Barcelona –conjuntament amb Hamilton Global Intelligence i la col·laboració de la revista *IPMark*– en el qual van participar un total de 153 directores de màrqueting de la majoria de sectors i d'empreses que de mitjana facturem 150 milions d'euros i que tenen una plantilla mitjana de 550 empleats.

Presentat durant la darrera edició del World Marketing Festival, el resultat, tot i que pre-

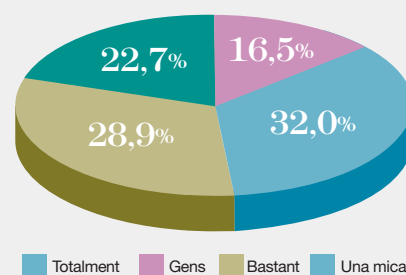
Personalment, massa vegades he viscut de prop la lleugeresa amb què un comitè de



direcció decideix qüestions estratègiques vitals que afecten directament la capacitat de generar negoci d'una companyia i puc assegurar que molt sovint són decisions equivocades per poc contrastades. I és quelcom que passa sovint: més d'un i més de dos directores de màrqueting m'han confessat que a la seva empresa es decideixen nous productes o serveis a partir de la visió

Necessitat de canvis en l'organització

“Creu que cal canviar l'estructura i l'organització del departament de màrqueting per respondre amb èxit als reptes dels propers cinc anys?”





“ Moltes grans companyies perceben el màrqueting com una disciplina merament operativa ”

personal del president o director de la companyia, en una demostració que exerceixen més d'amos que de gestors.

Tot plegat justifica que, des de l'associació, ens haguem posat com un dels objectius prioritaris exercir de lobby dels professionals de màrqueting en el si de les seves pròpies empreses, aportant als seus màxims responsables informació contrastada que demostrï els beneficis tangibles que s'obtenen quan es deixa participar el departament de màrqueting en la presa de decisions estratègiques relacionades amb productes i serveis. El resultat serà un producte creat a

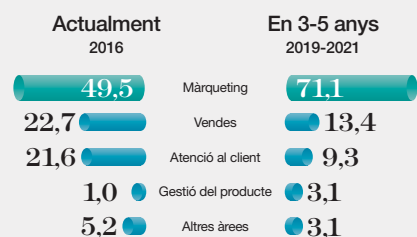
partir de la informació que pot aportar el màrqueting sobre els interessos i les tendències dels usuaris, consumidors, clients i potencials clients. Un millor producte.

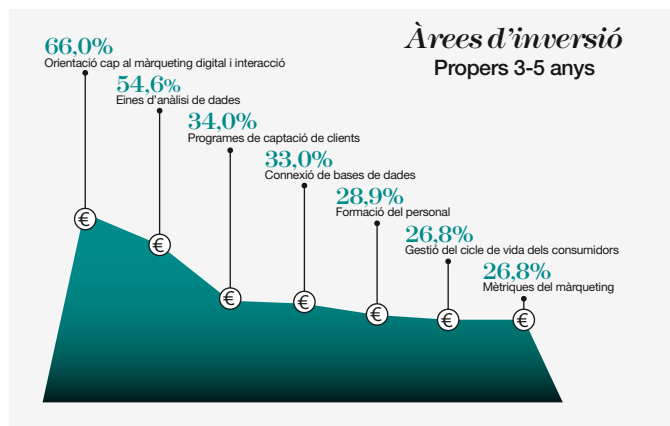
Per això els departaments de màrqueting que participen en l'estratègia incorporen perfils de professionals més vinculats a l'enginyeria de dades i experts en *big data*. Aquests professionals aporten capacitat d'anàlisi i segmentació i ens faciliten la possibilitat de treballar en un entorn *small data* que ens aportarà coneixement del públic i la possibilitat de treballar una oferta que ens vinculi clarament amb les seves necessitats i els seus desitjos. Una informació cabdal en la presa de decisions estratègiques de negoci que ens farà ser més competitius i millorar la nostra notorietat i la nostra imatge de marca.

La realitat avui i aquí, però, és molt diferent. Tot i que un 75% dels enquestats en l'observatori va manifestar que participa en la definició de l'estratègia global de l'empre-

sa, costa de creure que aquesta sigui una participació de qualitat, ja que només un 16% reconeix participar en el disseny de nous productes o serveis. Si a més resulta que de mitjana només dediquen el 5% del pressupost a investigació, es fa molt difícil pensar que avui el màrqueting aporta el valor suficient a l'estratègia. Per tant, cal diferenciar entre participar en les decisions estratègiques de la companyia i participar aportant coneixement estratègic en aquestes decisions.

“Quina àrea és responsable de l'experiència del client actualment? I quina creu que ho serà d'aquí a tres o cinc anys?”





Malgrat tot, el 70% dels responsables de màrqueting creu que la visió estratègica és una de les aptituds més necessàries per ocupar el càrrec de responsable d'aquesta àrea i un 40% creu que també cal tenir capacitat d'anàlisi.

Aquestes aptituds, però, no són les que promou l'empresa segons es desprèn del tipus de formació que ofereixen des dels departaments de recursos humans als responsables de màrqueting. Un 42% de la seva formació està orientada a millorar el coneixement dels entorns digitals i un 22%, a millorar el lideratge. Per això aquests professionals de màrqueting atorguen la pitjor nota (un 4,8 sobre 10) a la formació interna que reben.

La bona notícia que aporta l'observatori és que, segons els directors de màrqueting, els aspectes de la seva responsabilitat que més incrementaran en els propers tres a cinc anys seran la vinculació i l'*engagement* amb el consumidor, així com el *big data*. I no és estrany si tenim present que el nou consumidor ja és nadiu digital, té molta més informació, més poder de prescripció i els seus hàbits evolucionen i s'adapten com mai abans. Per això els responsables de màrqueting creuen que els grans reptes de futur per a les companyies s'haurien de centrar en el desenvolupament de nous negocis, l'establiment de relacions fortes amb els clients per millorar la seva experiència de compra i la fidelització.

Pel que fa a la inversió a curt termini, un 55% creu imprescindible incrementar el pressupost dedicat a *big data* i un 34%, incrementar la partida dedicada a la captació de clients.

Totes aquestes dades justifiquen que prop d'un 75% dels enquestats vegi necessari

Queda molta feina a fer perquè el màrqueting pugui desenvolupar totes les seves potencialitats

canviar l'estructura i l'organització dels departaments de màrqueting, que un 58% aposti per incrementar en personal especialitzat en estratègia i que un 32% vulgui incrementar el personal especialitzat en *big data*.

Això comportarà, segons s'extreu de l'observatori, un canvi substancial en la composició professional dels departaments de màrqueting i la seva relació amb la resta de departaments, que passaran de tenir una tipologia més creativa a tenir un perfil més tècnic.

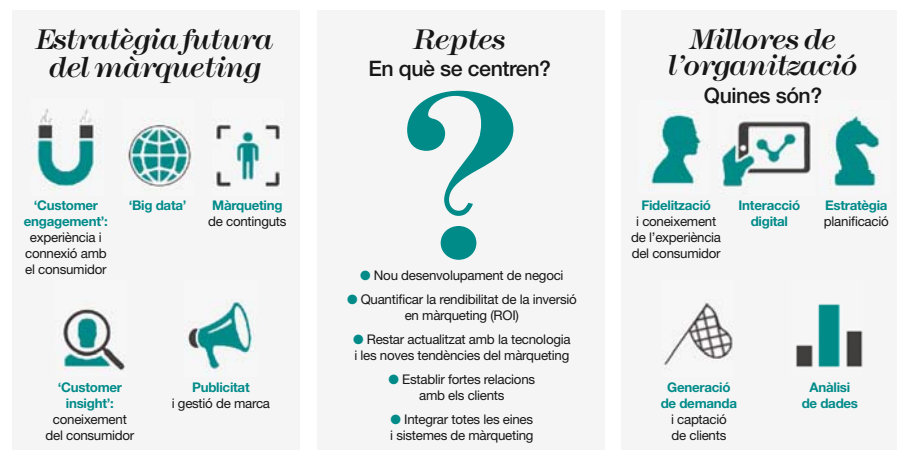
Amb totes aquestes dades a la mà és evident que queda molta feina per fer per tal que el màrqueting pugui desenvolupar totes les seves potencialitats i deixar de ser percebut com una especialitat que es de-

dica a vendre a qualsevol preu productes i serveis que no aporten valor.

En una societat líquida i global, el consumidor ha passat a governar la partida i ja no està disposat a comprar gat per llebre. En aquest nou entorn, amb la capacitat d'accés a la informació en temps real que avui tenim a l'abast, les empreses que no centrin la seva estratègia a generar i a mantenir un vincle emocional i real amb els seus públics estaran condemnades al fracàs i es veuran substituïdes per propostes molt més joves i amb desig de vinculació.

Barcelona és avui un bon exemple de l'èxit en l'aplicació del màrqueting en l'estratègia. Amb una gran capacitat d'atracció de joves *start-ups* innovadores, aquests projectes empresarials desinhibits de mètodes d'organització clàssics creixen en captació de clients i usuaris gràcies a incorporar aquesta nova visió del màrqueting en les estratègies.

Cal que aquesta tendència es generalitzi a la resta de l'entorn empresarial, molt sovint poc amant dels canvis que afecten l'estructura i la cultura empresarial. ■





La revolució de les dades

DE NO TENIR-NE, AL NEUROMÀRQUETING I EL 'BIG DATA'

Com els departaments de màrqueting han passat en pocs anys de no disposar de gaire informació a viure en un món governat pels números



JOSEP ANTON CHARLES.
Economista, CEO MDA-Marketing
Diagnosis & Action; consultor i formador
jach@mda.es

No fa tants anys, en els departaments de màrqueting no disposàvem de dades. En realitat només d'una dada, que era interna i que la facilitava el departament de comptabilitat: les vendes. Del *mercat*, del *client*, és a dir de *fora de l'empresa* no teníem cap informació.

Era l'època de la *caixa negra* del màrqueting. D'una banda, les companyies invertien en les seves marques i per una altra es miraven els resultats, les vendes. Com que normalment pujaven, semblava que no calia saber-ne res més.

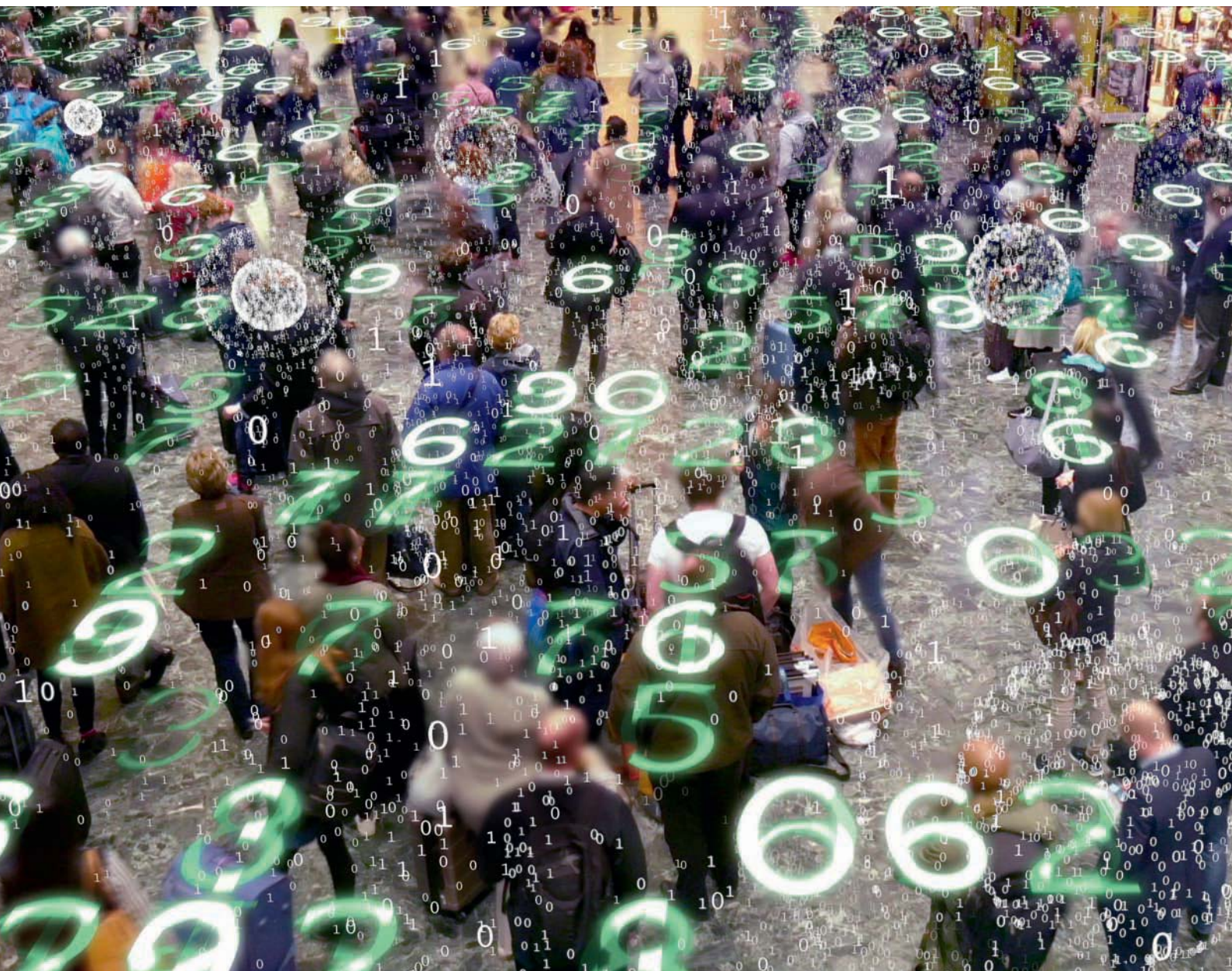
La primera revolució en màrqueting. Trobar quines dades necessito

Hi havia bàsicament dos tipus de necessitats. Dades referents al *mercat*, per saber el resultat generat per les estratègies i les inversions fetes, especialment en comparació de la competència. I dades referents

als *clients*, per saber si els clients acceptarien els nous productes, les seves modificacions, si eren efectius els anuncis, entre d'altres.

Per satisfer les necessitats de dades del *mercat*, es va començar a utilitzar la participació (comparant les meves vendes amb les de la resta de competidors) i la distribució (conèixer en quants punts de venda està el meu producte i com són d'importants aquests punts de venda).

Aquestes dades les obteníem a través de Nielsen i Dympanel. Cada dos mesos, ens donaven els resultats de feia un mes. Eren unes famoses taules publicades en uns llibres plenes d'infinat de xifres disposades en files i multitud de columnes. El que estava clar és que si en un pujaves, en l'altre baixaves o viceversa, per la qual cosa era difícil correlacionar les accions amb els resultats, però ens convertíem en uns autèntics experts a trobar *la dada*.



Respecte del *client*, començàvem a fer estudis qualitius (entrevistes en profunditat, *focus group*, etcètera) i quantitius (les famoses enquestes). Per aquell temps les enquestes es recollien en paper i s'entrevistava tant al carrer com a casa, en hotels o per telèfon.

Per fi disposàvem de dades amb les quals explicar per què les vendes havien pujat o havien baixat.

La segona revolució. La informàtica va augmentar la qualitat de les dades i la velocitat dels resultats

El treball de camp va passar del paper a l'ordinador, mitjançant *pantalles programades*. Els ordinadors fora de les oficines eren ordinadors *transportables* encara que en aquella època ja se'ls denominava *portàtils*

“Internet ho va canviar tot. Van aparèixer les pàgines web com un nou canal de comunicació amb el client”

i les dades s'intercanviaven en *disquets*. Al final tot ho portàvem a parar a un full d'Excel (el programa estrella). Malgrat que avui ens semblen aquestes tecnologies molt rudimentàries, realment van millorar la qualitat i la velocitat de les dades.

Recordo que les taules del “*mercat*” es van informatitzar. En l'empresa en la qual jo tre-

ballava, hi havia un únic ordinador que es connectava a una espècie de servidor a través d'un mòdem (d'aquells que feien soroll) i mitjançant consultes bastant difícils d'entendre, per torns, miràvem les dades. Això sí, quan les dades eren a punt d'aparèixer en la pantalla, la connexió es tallava. Encara que ho plantegi jocosament, va ser una revolució.

La tercera revolució. Internet, l'eclosió de les dades

Internet ho va canviar tot. Van aparèixer les pàgines web com un nou canal de comunicació amb el client i es va començar a recollir dades del comportament dels *visitants* al web.

Respecte al treball de camp de les enquestes, les dades van començar a ser



*“El telèfon mòbil va
aportar immediatesa.
En qualsevol lloc
i en qualsevol moment
es pot fer una compra*”

La quarta revolució. El telèfon mòbil

El telèfon mòbil va aportar immediatesa. En qualsevol lloc i en qualsevol moment es pot efectuar una compra, generar un comentari a la xarxa o facilitar-nos la resposta a un qüestionari.

En conseqüència, aquesta tecnologia ha provocat un canvi en la recerca de mercat. L'individu passa de ser l'entrevistat per convertir-se en xarxa de camp, com a entrevistador, en recollir-nos les dades. Ja sigui perquè l'individu pertany a un panell o mitjançant les apps que es descarrega, ens facilita (complint la legislació vigent) infinitat de dades sobre els seus patrons de comportament.

La cinquena revolució. El client emocional i el neuromàrqueting

Aquí torna a haver-hi un canvi important. La teoria microeconòmica es fonamenta en bona part en la racionalitat en la presa de decisions, basades en les corbes d'utilitat i en la restricció pressupostària. Les emocions podrien ser considerades com a font d'errors en la presa de la decisió òptima (si el doctor Argandoña em llegeix segur que m'estiraria les orelles).

Sota aquesta premissa, en recerca de mercats intentem conèixer el consumidor, client, usuari, en el seu vessant racional i conscient. Per això, tal com hem comentat, utilitzem les anteriors tècniques qualitatives o quantitatives.

Teories recents indiquen que el consumidor pren les decisions de manera emocional, utilitzant la raó per justificar-les. És en aquest moment quan apareix l'interès pel neuromàrqueting.

D'acord amb la hipòtesi de Damasio (1994), quan un individu ha de prendre una decisió genera al cervell una imatge de les opcions possibles de tal manera que pot sentir les emocions que li transmeten, permetent marcar-les de manera positiva o negativa. Aquesta marcació emocional de les opcions es podria donar tant de mane-

ra conscient com inconscient. Després d'aquest procés emocional, l'individu duu a terme una anàlisi racional o de cost/benefici de cadascuna de les opcions, amb la qual justifica la seva decisió. El cor decideix i el cervell justifica (Rom Aguado, 2015).

Aquest canvi de paradigma està obligant a replantejar la manera de fer determinats estudis de mercat. La tecnologia de la realitat virtual RV (a l'individu se li pot fer viure realitats diferents) i la realitat augmentada RA (a la realitat li sumem una altra informació) ens ajudaran a crear escenaris on mesurar de manera ràpida i a baix cost (supermercats, centres comercials, shopping, oci, viatges, ús de producte, etcètera). I les noves tècniques de mesurament *eye tracking*, *eye journey*, *pupillometria*, *biometria*, *facial coding*, *voice analysis*, *electroencefalograma*, etcètera, ens aportaran les dades.

La sisena revolució. El 'big data'

Si al principi no teníem cap dada, ara s'han convertit en una allau i hem de vigilar perquè no es converteixin en una intoxicació.

El *big data* dóna resposta quan existeixen moltes dades (volum), provinents de diferents fonts (varietat) i es necessita convertir les dades en accions de manera ràpida (velocitat).

Es basa en el fet que les dades estan emmagatzemades en diferents tipus de bases de dades, estructurades (tipus SQL) i no estructurades o semiestructurades (tipus NoSQL). Mitjançant tècniques d'ETL (*extract, transform and load*) extraïem aquelles dades rellevants de les diferents bases de dades, les transformem (agrupem, homogeneïtzem, agreguem, etcètera) i les carreguem en les plataformes d'anàlisi.

Normalment tenim tres tipologies d'anàlisi: el *business intelligence* o anàlisi simple (normalment agregats i proporcions analitzades de manera multidimensional), l'anàlisi estadística (buscant diferències significatives) i el *data mining* (deixant que els algorismes aprenguin, comprovant la seva capacitat de predicció i permetent que decideixin: per exemple “un client que fa això, això i això; segurament farà això també”).

Així, doncs, realment sembla que hem passat de la caixa negra a la caixa transparent. ■

recollides en qüestionaris programats a Internet, emplenats per enquestadors al carrer, en *call centers*, etcètera.

Però també va permetre que fossin emplenats directament per l'entrevistat a través d'una invitació a participar. A més, les dades es guardaven directament en un servidor i podien ser analitzades en temps real.

Va arribar el comerç electrònic i amb ell un nou canal de distribució, potser per a alguns l'únic. El client va passar a facilitar-nos dades de tota la seva visita, tant si comprava com si no ho feia.

Va portar també les xarxes socials, l'Internet 2.0, on el client opina dels productes. Una altra nova font de dades.

La comunicació,

FACTOR CLAU DE COMPETITIVITAT A LES PIMES

El contacte entre empresa, mercat i client és obligat si es vol fer negoci.
Amb les noves tecnologies, aquesta relació compta amb eines més eficaces



PEP GARCIA,
*Economista, empresari i soci
de Bottini Communication*
pep@bottini.cat

L'objectiu principal de qualsevol empresa és dissenyar una oferta de producte o servei que generi valor per al seu públic objectiu establint-hi una relació sòlida, durable i profitosa per a ambdues parts.

Però comptar amb la millor oferta no és suficient. Aquesta ha de ser percebuda així. Per tant, aquesta oferta s'ha de fer arribar i donar a conèixer adequadament al públic objectiu per tal que aquest la posi mentalment com més a prop millor del posicionament desitjat per l'empresa oferent.

Diversos factors intervenen en el posicionament: les característiques pròpies del producte o servei ofert, les estratègies de preu i de distribució emprades, el posicionament de la competència, etcètera. Però el més probable és que la comunicació resulti un factor determinant d'aquesta estratègia, sempre que la resta de factors citats hi estiguin ben alineats.

Qualsevol procés de disseny d'una oferta generadora de valor per a un determinat mercat ha de partir de la investigació i del coneixement d'aquest, dels clients potencials, de les seves necessitats i de les ofertes de la competència. D'altra banda, l'empresa ha de ser conscient dels valors, objectius, talents, capacitats, recursos i limitacions de la pròpia organització si vol ser capaç de definir una oferta diferenciada, competitiva, factible i comunicable.

El mercat i els clients parlen i expressen les seves preferències i necessitats en un llenguatge, mentre que la majoria de departaments o funcions de l'empresa (producció, finances, logística, qualitat...) en parla un altre. És per això que es necessita una *traducció* per tal que empresa i mercat s'arribin a entendre parlant el mateix idioma. I aquesta és la funció del màrqueting dins d'una organització. Les petites i mitjanes empreses, igual que les grans, prenen decisions de màrqueting contínuament. Cada dia. Decisions de producte, de preu, de canals de distribució, de posicionament respecte de la competència, etcètera. I ho fan, tant si tenen estructurada la funció màrqueting com si no la tenen.

No obstant això, són moltes les pimes que encara no són conscients de la transcendència i les repercussions positives de formalitzar aquesta funció dins l'organització. Encara hi ha pimes que no prioritzen prou la necessitat de crear aquest canal bidireccional de comunicació empresa-mercat, per oferir els seus productes en el llenguatge del mercat. En l'entorn actual d'excés d'oferta

*Les claus són estudiar
el mercat, dissenyar una
estratègia de màrqueting
i definir una oferta
que cobreixi millor les
necessitats dels clients*

de la majoria de productes, l'empresa es veu obligada a formular-se i a respondre's permanentment la pregunta clau "per què el client comprarà el seu producte en lloc del de la competència". I l'única manera de formular les preguntes, entendre'n les respostes i reaccionar-hi adaptant-se al mercat és mitjançant la funció del màrqueting. Així, doncs, tant a les grans empreses com a les pimes, incloent-hi les microempreses, les claus són estudiar el mercat, dissenyar una estratègia de màrqueting i definir una oferta



que cobreixi millor les necessitats dels clients i que els generi més valor que les ofertes competidores. I un cop definida l'oferta i d'acord amb l'estratègia de màrqueting, comunicar-la eficientment al públic objectiu de manera que desperti la seva atenció, que entengui el missatge i el recordi, que el posi a l'adequada posició, que es construeixin vincles positius entre l'empresa i el públic objectiu i que aquests contribueixin a generar decisions de compra de l'oferta pròpia.

Així, doncs, tant a les grans empreses com a les més petites, l'estratègia de comunicació (sempre ben alineada amb la resta de l'estratègia de màrqueting) també serà l'element més determinant per donar a conèixer l'oferta al mercat, transmetre el valor diferencial aportat i traslladar els beneficis del producte.

Estem en un entorn relativament nou en què la comunicació digital i les noves tec-

nologies estan transformant les maneres com ens comuniquem, com ens relacionem, com comprem o com cerquem la informació. Estem en el món de les xarxes socials, dels dispositius mòbils, de la imatge, dels continguts que es poden fer virals en poc temps. Estem en un nou context que ofereix unes eines comunicatives a les pimes que abans només estaven en mans de les grans companyies multinacionals.

Podem dir que les noves tecnologies han ajudat a democratitzar la comunicació empresarial. D'aquesta manera, les estra-

L'estratègia de comunicació és l'element més determinant per donar a conèixer l'oferta al mercat

tègies comunicatives que practiquen actualment les pimes poden ser altament qualitatives i complir un requisit indispensable per a l'èxit de qualsevol campanya: que arribi al client/mercat objectiu amb gran rapidesa i que estigui absolutament orientada a aquest.

A més, les noves eines de comunicació són globals i més assequibles. Abans només les grans empreses podien invertir en mitjans (televisió, ràdio i premsa). Però ara es pot fer un vídeo d'un producte, penjar-lo a YouTube i en temps real el poden estar veient clients des de l'altra punta del món.

Per tant, les noves plataformes i formats de comunicació són una eina en mans de les empreses per globalitzar-se. Per poder fer arribar els seus missatges a clients i mercats llunyans que abans eren inabastables des del punt de vista comunicatiu, especialment per a les pimes.





A més, aquestes noves tecnologies donen més recursos comunicatius. El vídeo està adquirint cada vegada més importància com a vehicle de comunicació. Cada cop es llegeix menys i es consulten menys els catàlegs impresos. El vídeo ajuda a poder comunicar els beneficis dels productes d'una manera més ràpida, gràfica i amena. Un altre avantatge dels vídeos és que ajuden a superar les barreres lingüístiques per exemple si s'utilitzen com a manuals d'instruccions dels productes.

Però, a més, els canals digitals són bidireccionals. Per això les inversions en publicitat de les grans empreses estan reorientant-se cap a aquest canal. I això obre també noves possibilitats a les pimes. Es poden segmentar molt millor els missatges i arribar d'una manera més personalitzada al client objectiu, amb uns costos més assumibles per les pimes que no pas mitjançant els suports tradicionals.

Un altre dels temes de tendència en el màrqueting és el del *big data*. Amb la consolidació de l'ús dels dispositius mòbils i internet, són múltiples les dades que les empreses poden obtenir per fer-ne ús en els seus plans de comunicació. Estem permanentment connectats a la xarxa a través dels dispositius mòbils, ordinadors, tauletes. I tota aquesta navegació genera multiplicitat de dades de tot tipus que ben ana-

“Cada vegada més les pimes faran una comunicació més directa i més a mida dels seus clients”

litzades i tractades ens poden donar molta informació sobre el nostre client, sobre el que li agrada, sobre on vol comprar, quan vol comprar, etcètera. Cada vegada més les pimes faran una comunicació més personalitzada, més directa, més a mida dels seus clients. I per això el tractament de la informació serà clau.

L'ús d'eines digitals, però, ha de ser compatible amb l'ús de tècniques i canals de comunicació més tradicionals i habituals per a les pimes com la participació en fires o les visites a clients

Fins aquí només hem parlat de la comunicació de l'oferta de la pime al seu mercat objectiu. Però l'estratègia de comunicació de la pime (igual que les grans empreses) també ha de preveure altres grups d'interès diferents dels seus clients. Des de treballadors i accionistes fins a proveïdors, entitats financeres o poders públics. Per a aquests altres grups d'interès, una eina molt adient

i assumible per a la pime és el gabinet de premsa. A través de la divulgació d'informació descriptiva i de valor basant-se en l'activitat de la companyia per tal de generar o reforçar el prestigi corporatiu es pot anar creant una percepció positiva de l'empresa que es percebrà favorablement per part de tots els grups d'interès.

Per generar aquest prestigi corporatiu a través dels mitjans més convencionals és molt important que les informacions cobreixin les necessitats divulgatives de l'empresa i s'adaptin, a la vegada, a cada mitjà de comunicació. Cada secció d'un diari o departament en general, cada programa de ràdio o televisió, cada portal o blog tenen els seus continguts específics. És missió del gabinet de premsa adequar les informacions de l'empresa a aquests continguts. Les accions més freqüents en un gabinet de premsa són les notes o comunicats de premsa: redaccionals en format de notícia que es difonen entre els mitjans de comunicació seleccionats estratègicament. També es poden preparar tribunes d'opinió que es publiquen en les seccions amb el mateix nom, concertar entrevistes mediàtiques per abordar assumptes d'alt interès informatiu, la gestió de participació dels portaveus de l'empresa en tertúlies radiofòniques i programes televisius o alimentar les xarxes socials amb continguts de valor. ■

PROTEGEIX EL TEU FUTUR I EL DE LA TEVA FAMÍLIA AMB ZURICH VIDA COMPLET.

La millor solució per assegurar el teu benestar i el dels teus davant de qualsevol imprevist.

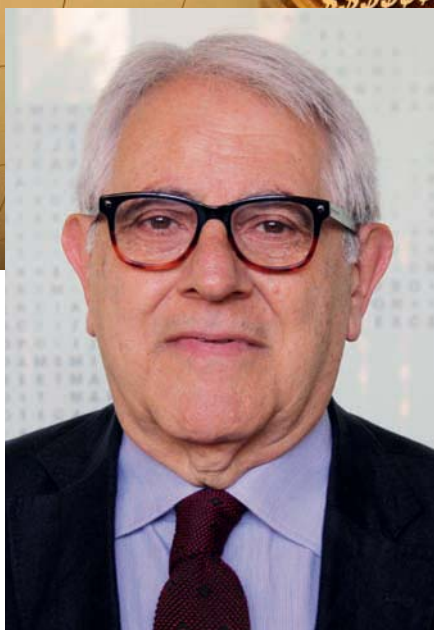
Perquè no tots estem en la mateixa situació personal, familiar o laboral, tenim disponible tota la protecció per adaptar-nos sempre a tu.

Més informació a:
www.jtellassegurances.com
info@jtellassegurances.com
Tel. 933 014 083



**ZURICH ASSEGURANCES.
PER ALS QUI ESTIMEN DE VERITAT.**


ZURICH®



ANTONINO VALENTI,
Economista i màster en Comerç Exterior
avalenti@caltres.com

Vuit punts clau

PER A LA INTERNACIONALITZACIÓ DE LES EMPRESES

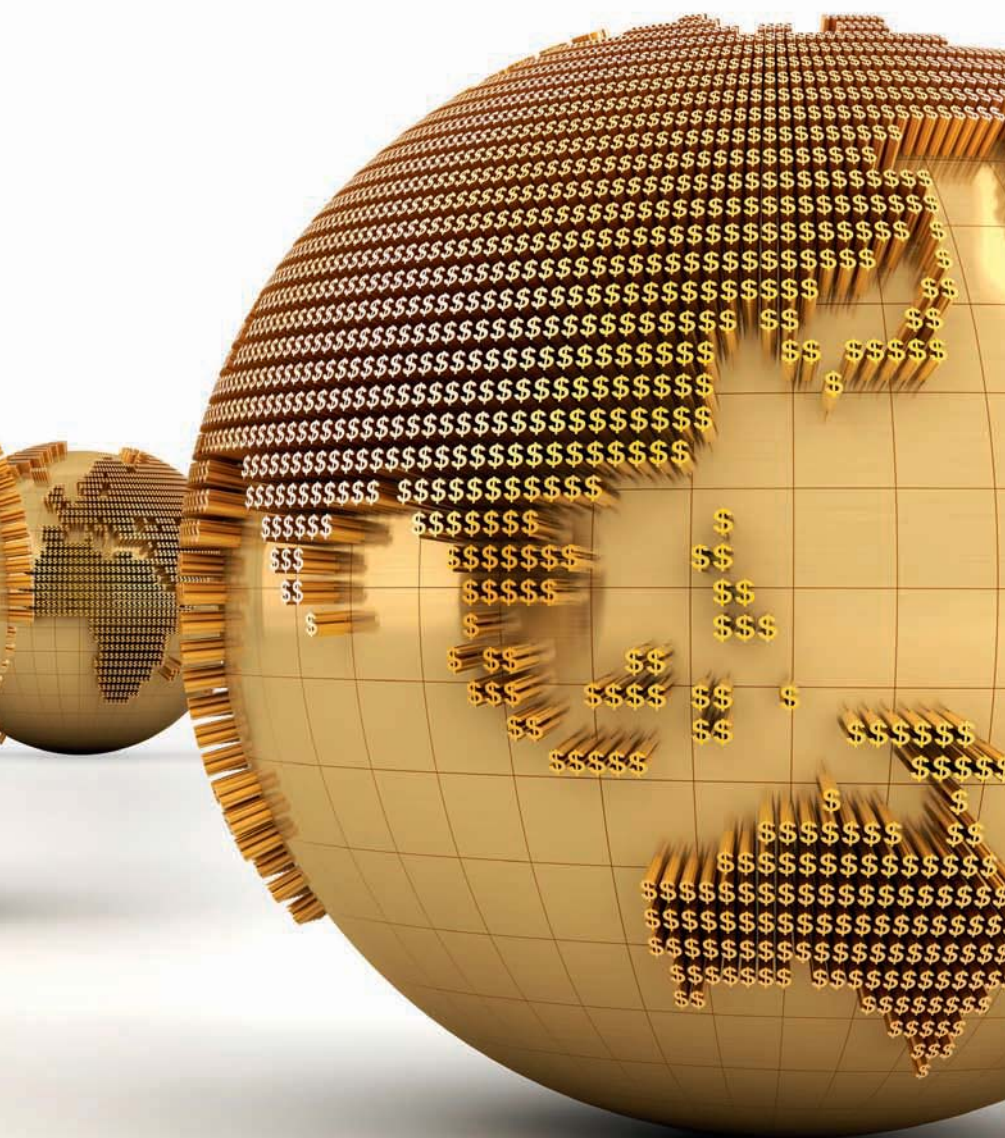
Les empreses tenen en el pla de màrqueting internacional una eina bàsica per assolir els objectius que s'han proposat

L'intercanvi comercial a escala mundial sembla patir un aleniment important, ja que certs països posen en pràctica ja alguns elements dirigits cap a la protecció de la pròpia producció interior.

Situació ben diversa és la plantejada pel mercat nacional que, en aquests últims anys, ha demostrat una notable fortalesa i capacitat de reacció davant la crisi interna

del mercat. Durant el 2016, les exportacions de béns es van apropar als 255.000 milions d'euros, quantitat que suposa una xifra rècord. Aquestes dades permeten afirmar que les empreses han reaccionat davant les dificultats interiors del mercat i s'han obert cap a l'exterior.

Si analitzem el comportament de moltes de les petites i mitjanes empreses —que són la gran majoria—, observem que han



$$\text{Capacitat productiva (CP)} - \text{Vendes nacionals (VN)} = \text{Volum d'exportació (VExp)}$$

El volum d'exportació es converteix en el nostre primer objectiu a l'hora d'iniciar l'exportació i sobretot de dur a terme l'estudi i el plantejament d'un bon pla de màrqueting. Es tracta d'un objectiu intern de l'empresa però, evidentment, no és l'únic objectiu que tenim, ja que el que necessitem és assolir els objectius de venda de cadascun dels diferents mercats on hem de realitzar el nostre pla d'acció de promoció internacional.

3. El següent pas és dur a terme una selecció correcta de mercats. Decidir on volem exportar, quins mercats volem conquerir, es converteix en una de les decisions més importants i transcendents per a l'empresa.

Per dur a terme una bona selecció de mercats, el primer que hem de fer és analitzar on van els nostres competidors; hi ha estadístiques que ens permeten conèixer cap a on exporten els competidors nacionals. Si ells ja exporten cap a certs mercats, nosaltres també hi hauríem de poder exportar, ja que les nostres condicions no seran bàsicament diferents de les que ells puguin posar en pràctica. Tampoc no hem d'oblidar analitzar cap a on van les empreses competidores de la resta de països europeus; també són empreses que cal seguir i amb les quals podem confrontar-nos en l'exportació.

4. L'estudi de mercat del país escollit esdevé el punt clau per poder determinar totes aquelles variables que ens permetin definir els preus, el segment de mercat, els canals de comercialització i els elements de promoció que haurem de realitzar per introduir els nostres productes en aquest mercat. En poques paraules, es tracta de definir, a través de l'estudi, els elements que ens permetin implementar un pla de màrqueting amb el marge d'error més baix per introduir els nostres productes en aquest mercat.

5. Arran de les dades obtingudes, haurem de plantejar-nos quins canals de comercialització són els més adequats en funció del nostre producte i de les característiques específiques del mercat. No hem de cometre l'error d'aplicar el mateix sistema distributiu en tots els mercats. És important tenir un pla de comercialització espe-

realitzat esforços importants per contenir els costos i exportar la producció a preus competitius en els mercats internacionals. Fer un pla de màrqueting internacional no és tasca fàcil, però, una vegada coneguda la mecànica, les empreses tenen una eina bàsica per poder assolir els objectius que s'han proposat.

L'estudi de mercat del país escollit esdevé el punt clau per poder determinar les variables per definir els preus

1. Per elaborar un bon pla de màrqueting, l'empresa ha de dur a terme una anàlisi interna de la seva pròpia estructura, conèixer com és i com es comporta en funció del capital disponible, el capital econòmic i, especialment, el capital humà preparat per a l'activitat que ha de desenvolupar.

2. El segon element que ha d'analitzar una companyia en el marc de l'elaboració d'un bon pla de màrqueting és identificar quina és la seva capacitat d'exportació. No resulta fàcil conèixer la capacitat productiva disponible, és a dir, quina quantitat de producció hem de disposar per als mercats internacionals.



cífic i adequat a les característiques internes de cadascun d'ells.

A aquest respecte, cal recordar que els sistemes tradicionals de distribució (exportació indirecta, distribuïdors, representants, creació de *joint ventures*, etcètera) són sistemes perfectament vàlids encara avui dia. No obstant això, no s'ha d'oblidar que el mercat està canviant amb una rapidesa increïble. El *franchising*, la instal·lació de botigues pròpies, la venda *on-line*, etcètera ens estan plantejant la necessitat d'estudiar nous sistemes distributius que es poden aplicar en els mercats més receptius.

6. Amb les dades que hem obtingut de la nostra anàlisi interna, els nostres objectius, el nostre estudi de mercat i la selecció del

“Quan l'empresa ven la seva estructura, la seva feina ben feta, la seva creativitat, el comprador està segur del que compra”

canal de comercialització que millor ens convé, tenim configurat el que és el *marketing mix* del nostre pla d'exportació. Dels quatre elements bàsics, el preu, el producte, la distribució, ens falta la promoció.

La promoció implica donar a conèixer el nostre interès per introduir-nos en el mercat, les característiques del producte, el

preu, el segment de mercat que volem cobrir, tots aquells elements que facin arribar informació al nostre client potencial perquè s'interessi per la nostra oferta.

7. És important estudiar la viabilitat dels sistemes tradicionals de promoció, com el *mailing*, la publicitat en revistes tècniques i diaris, la ràdio o la televisió. No obstant això, el sistema de promoció principalment utilitzat per les empreses exportadores és, sens dubte, la participació en fires.

8. Sembla clar que podem definir una fira com el punt de trobada d'oferta i demanda en un lloc i una data determinats. Aquesta definició teòrica no hauria de portar-nos simplement a pensar que es tracta d'una eina senzilla, ja que la fira pot analitzar-se des de nombrosos aspectes i, a través d'ella, podem assolir els objectius que ens hem proposat. Per davant de tot això, hem d'estudiar quantes fires del nostre sector existeixen en el món. Això és important perquè les fires s'organitzen pel simple fet que hi ha consum i els compradors estan disposats a visitar-les perquè necessiten adquirir aquest producte.

Per l'altra banda, la fira ens permet fer el millor estudi de mercat, ja que reuneix l'oferta i la demanda, amb la qual cosa es converteix en el moment ideal per conèixer com es comporta el nostre producte en aquest mercat.

Així mateix, les fires són el centre de reunió de tots aquells intermediaris, representants, distribuïdors, inversors interessats a fer contactes amb empreses que volen instal·lar-se en aquell mercat i, per tant, són un bon moment per crear la xarxa comercial necessària per fer arribar el nostre producte als consumidors.

La primera vegada que assistim a una fira haurem de crear un estand que ens permeti mostrar els productes i com és la nostra empresa. No hem d'oblidar mai que el punt clau per a qualsevol empresa no és vendre producte sinó vendre empresa; quan l'empresa ven la seva estructura, la seva feina ben feta, la seva creativitat, el comprador està segur del que compra i sap que podrà comptar amb una estructura per a qualsevol necessitat futura que tingui.

La fira és la millor plataforma per plantejar polítiques de posicionament, segmentació de mercat i promoció. ■



El futur serà millor si obrim la nostra energia.

Cada dia sentim la necessitat d'obrir-nos i relacionar-nos amb els altres. Això és el que ens permet avançar. Per això hem canviat la nostra forma de fer les coses, basant-nos en la innovació i l'intercanvi, les idees i el progrés. Benvinguts a una era en la qual, **si tots obrim la nostra energia, podrem crear un futur millor.**

ANNA BIRULÉS, DOCTORA, 'CUM LAUDE', EN CIÈNCIES ECONÒMIQUES

“Hem de millorar la nostra competitivitat amb salaris més alts”

Col·legiada des del 1978, Anna Birulés va iniciar la seva activitat professional al Departament d'Indústria i Energia de la Generalitat de Catalunya. En el sector privat ha ocupat diversos càrrecs a Retevisión i a Banc Sabadell, entre d'altres

CLARA BASSOLS, periodista
Departament de Comunicació del Col·legi
d'Economistes de Catalunya
cecpremsa@coleconomistes.cat

Doctora, *cum laude*, en Ciències Econòmiques per la Universitat de Barcelona i PhD© per la UC Berkeley, l'economista Anna Birulés va ser ministra de Ciència i Tecnologia durant el segon govern de José María Aznar entre el 2000 i el 2002. Actualment és membre de diversos consells d'administració i consells assessors en diferents sectors i geografies.

L'economia espanyola va créixer un 3,2% el 2016 i és el tercer any consecutiu en què augmentava el PIB. Hem deixat enrere la crisi definitivament?

El PIB creix per sobre de la mitjana de la UE, amb una previsió per al 2017 i el 2018 del 2,6 i del 2,1%. Aquest creixement és prou harmònic en anar acompanyat de creixement de la inversió, amb preus controlats, equilibrat en termes de balança comercial i creant ocupació. Tècnicament, ja no estem en crisi i fins i tot tenim unes dades de les més bones d'Europa, malgrat que encara no hàgim assolit la renda per capita que teníem el 2007.

Aquestes són les grans xifres. Però si ens ho mirem amb més detall, veurem, a simple vista, dues coses molt importants. Hi ha ràbia, desconfiança i por en la nostra cultura i compromesa societat. I no tan sols entre els aturats, quasi el doble dels de la zona euro i encara per sobre dels nivells precisi, sinó també entre els que treballen. Massa gent encara no ho nota, en la seva vida diària, però sobretot no es creu que els nostres go-

vernants i institucions estiguin disposats a fer prou perquè aquest creixement sigui sòlid, arribi a tothom i perduri per un futur millor per als fills i les generacions futures. En aquest sentit, estem en plena crisi.

Quines diria que són les principals assignatures pendents de l'economia espanyola?

Durant la part més dura de la crisi s'han fet importants reformes, totes elles bastant profundes. Van quedar, però, assignatures pendents, i no menors: el finançament dels partits, la governança i independència de les institucions –des de la justícia fins a les universitats– i la reforma de les administracions públiques. Apart del mal enfocat tema pendent de la millora de l'educació. Ens queda, sobretot, una gran debilitat que arrosseguem del passat i que s'agreuja dia a dia: la productivitat insuficient que llasta la nostra competitivitat. Seria un miratge continuar actuant com si es poguessin mantenir uns salaris tan baixos com els actuals i, d'altra ban-

da, en algun moment tornarem a una política monetària més convencional que afectarà els endeutats com nosaltres. És veritat que, ara, tenim una economia més exportadora i amb més innovació i component tecnològic, però encara no competim prou bé. El 2016, creixent al 3,2% i sent la catorzena economia del món, érem molt avall, als llocs 32 i 34, en els índexs de competitivitat mundials. Aquesta és una gran debilitat del nostre creixement. Amb els efectes socials i econòmics de la crisi encara no superats i molt presents en la vida de les persones i de les empreses, amb un canvi tan radical com la globalització, la revolució tecnològica i la demografia, no podem continuar enganyant-nos deixant passar el temps. Millorar la nostra competitivitat amb salaris més alts sols té un camí: tenir una economia més productiva i això vol dir competir amb molt més valor afegit que ho fem. Ja no és una qüestió de l'Índia i la Xina. Mirem com els EUA en els cinc primers anys d'aquesta dècada ha estat tres vegades més productius que la UE.

Les darreres reformes en l'àmbit laboral i fiscal són suficients per consolidar el creixement?

Vist d'allà on veníem, la meua valoració de la reforma laboral és prou positiva. Ens cal, però, tenir clar que hem de fer més passes per enfocar la legislació i les relacions laborals a les noves necessitats. Les empreses han de poder lligar els salaris a la productivitat, amb flexibilitat interna i en un marc laboral on estiguin internalitzats els necessaris canvis de model organitzatiu i d'estructures empresarials així com de formació que són imprescindibles per competir per valor afegit. I, pel que fa a l'àmbit fiscal, cal continuar treballant per millorar la recaptació, eixamplant les bases imposables i diversificant l'estructura de contribuents, evitant la pujada d'impostos. Juntament amb les instàncies europees, convindria abordar bé el tractament fiscal de les cadenes de valor global.

“Tècnicament ja no estem en crisi i fins i tot tenim unes dades de les més bones d'Europa”



Anna Birulés
afirma que
l'èxit depèn
d'una adequada
gestió social.

La digitalització és un fenomen imparable. Considera que el teixit productiu s'hi ha sabut adaptar adequadament o encara hi ha camí per recórrer?

Encara necessitem més infraestructura en forma d'ample de banda de qualitat a massa parts de la geografia. Les exigències d'interconnectivitat són creixents. Cal anar ràpid, ja que hi ha països que són més digitals que nosaltres i que ens prendran la indústria. La digitalització ha eliminat moltes barreres d'entrada en molts sectors. Seria un error que el creixement actual ens fes creure que podem alentar la inversió en noves tecnologies. I ens hem de prendre seriosament la digitalització de la nostra legislació. Les lleis estan molt endarrerides en relació amb els canvis tecnològics que estem vivint i, de fet, estan creant costos innecessaris per a la competitivitat de les empreses.

Quins són els principals reptes de la indústria 4.0 o quarta revolució industrial per a l'economia catalana i espanyola?

És una oportunitat per guanyar competitivitat per a la indústria. Però també una amenaça si no som jugadors actius. Parlem no només de més gran eficiència operativa, sinó d'una economia amb sistemes interconnectats, alimentats per *software* generador de nous serveis, capaços d'explotar el *big data*... de manera que es va desdibuixant la frontera tradicional entre indústria i serveis. Això implica canvis en la feina, en les empreses i en els perfils de les persones, en les maneres de produir i de vendre, en les formes d'organitzar-se, en les aliances, en models de negoci amb una gran capacitat de canvi i d'adaptació, en l'estructura de les inversions, amb molt més pes dels intangibles, entre d'altres. Cal posar-s'hi seriosament amb fortes inversions en coneixement i noves tecnologies. És un repte perquè hi haurà menys gent treballant a la indústria en les feines que coneixem avui. Un repte especialment fort per a les empreses petites i mitjanes que, després del seu esforç exportador i d'internacionalització, ara s'han d'adequar per ser capaces de formar part de la xarxa interconnectada a través dels seus productes i processos de producció amb els proveïdors i clients, per definir i optimitzar la pròpia producció i el servei. I també pel nostre sistema polític, que encara no ha llegit prou bé què ha significat la recent crisi, la primera en la globalització i enmig d'una revolució tecnològica que tot just acaba de començar. No trobo el necessari pensament estratègic sobre els efectes que tindrà aquesta disrupció tan gran per a les nostres societats i per a nosaltres i els nostres fills.

Europa viu un període d'incertesa pel Brexit. Quin futur preveu per a la UE?

L'error de percepció britànic que ens ha portat al Brexit ha fet evident les mancances polítiques a escala de tota la UE. Podríem parlar del sistema de govern, de la política fiscal, de la solidaritat econòmica, de la política de seguretat i defensa, de la immigració... però no ho faré. Em preocupa allò que hi ha darrere del Brexit o de les presidencials franceses. I allò que manca a escala europea i també dels Estats membres: no hi ha ni un projecte integrador, que no vol dir linealment uniformador, ni una perspectiva de progrés. Al contrari, hi ha un salvar-se qui pugui, un retorn al proteccionisme, a tancar-se en tots els sentits, un populisme regressiu... les poblacions estan, amb raó, enfadades i decebudes, tenen por (per ells i sobretot pels seus fills). Ja no creuen, pel que veuen i viuen, que el creixement vagi acompanyat d'un avenç social. La globalització i els grans canvis tecnològics són elements de progrés, però fins que tota la població no nota aquests efectes positius, en el seu dia a dia, passa molt temps i requereix acció. És un error creure que els avantatges de la globalització i del canvi tecnològic beneficien tothom i per igual, immediatament. Davant dels grans canvis, sempre allò que es nota primer és que hi ha perdedors. De fet, els grans canvis sempre han provocat inquietud i desil·lusió i, si no s'han gestionat bé socialment, no tan sols deceben les expectatives sinó que creen contrareaccions i rebuig. Cal gestionar la transició perquè sigui com menys dura possible si volem arribar a alguna banda amb un cert èxit.

I avui, la crisi ha aflorat que hi ha massa perdedors i molts més que s'hi veuen en el futur. I, això sí, se'n veuen d'altres que ja se n'han beneficiat i que no hi ha ningú que es preocupi de repartir els guanys i compensar els perdedors. Actualment, a escala europea, estem orfes d'opcions i lideratges polítics i, fins i tot, empresarials i intel·lectuals que adrecin aquests reptes.

La unió és l'única recepta perquè Europa pugui competir econòmicament al món?

Sí, sempre que entenguem la dinàmica per competir un xic diferent. En un món interconnectat es necessiten aliats, però, a la vegada de parlar de fortlesa, crec que cal recordar que els avantatges del mercat únic europeu han estat més grans quan més diferents han estat els productes i serveis que s'han comercialitzat. Des del punt de vista d'augmentar la competitivitat, crec que encara hi ha molt camí per recórrer en aixecar barreres, liberalitzar mercats, facilitar la integració, eli-

minar proteccionismes encoberts o promoure incentius per competir. Cal continuar amb una situació on parlem dels nous monopolis i deixem que els "campions nacionals europeus" abusin del poder enfadant els ciutadans i posant més costos a les empreses quan al mercat global es beneficien de les regles de la competència? Crec que avançaríem més amb un enfocament menys uniforme en canvi de marcar objectius centrals irreals i de difícil execució que es queden en retòrica. Val més que ens enfoquem a posar-nos d'acord en allò que no farem i més quan

Avui, a escala europea, estem orfes d'opcions i lideratges polítics i, fins i tot, empresarials i intel·lectuals



qui fa les reformes marca les prioritats i qui n'assumeix la responsabilitat són els Estats membres. L'estratègia 2020, que té algunes virtuts, té també el gran defecte de voler uniformar els objectius i les polítiques en lloc de donar incentius per millorar l'efectivitat de les reformes que facin els Estats membres. I a més, ja és l'hora de fer les reformes, en aquells temes que ja són competència de la Comissió. També haurien de formar part d'una veritable estratègia per la competitivitat aspectes com les compres públiques, la política antimonopolis, el mercat únic de serveis i de l'energia, la immigració de fora de la UE, el reconeixement del pes dels intangibles... enfocar-nos més a aconseguir canvis estructurals i incentius al creixement.

Parlem de la figura de l'economista. Quines característiques hauria de tenir?

Sobre aquest tema, només una consideració. És cert que els economistes hem perdut l'aura, si és que la teníem. Però en un moment en què davant de la falta d'alternatives a curt termini veiem una creixent demanda de lideratges salvadors –populismes– hi torna a haver espai –oportunitat, responsabilitat– per a l'economista entès com aquell qui, davant la complexitat i la incertesa de la revolució tecnològica i la globalització, ha de saber formular les preguntes correctes, que, com ja saben, ben formulades, inclouen la meitat de les respostes. I fer-ho entenent que per arribar a tenir els beneficis d'aquests canvis, que hi seran, cal donar molta importància a gestionar molt bé la transició: a les empreses, a les polítiques públiques, al món del treball, a les institucions supranacionals... L'èxit depèn d'una gestió social adequada. L'economista ha de tenir prou formació tècnica per entendre bé l'abast dels nous canvis tecnològics en la presa de decisions, siguin els algorismes en els processos de generar demanda, en la configuració dels nous models d'organització de les empreses o en el paper dels intangibles. I entendre que aquests grans canvis no afecten només la microeconomia, sinó també la macro. Cal més *political economy* i història.

Quin considera que ha de ser el paper dels col·legis professionals en la societat? Com veu la marxa del Col·legi d'Economistes de Catalunya?

Veig bé el Col·legi pel que fa a l'excel·lent servei que dona en termes de formació, coneixement, especialització, de suport a les normes sectorials, d'anàlisi de la realitat i estructura econòmica i empresarial... però crec que té la capacitat i l'oportunitat d'enfocar el debat sobre com orientem les solucions per gestionar els efectes socials, de política econòmica i industrial i de competitivitat per créixer i crear llocs de treball derivats de la globalització i del canvi tecnològic. No ens podem quedar amb el *business as usual* per molt bé que s'estigui fent. Pot ser un agent del canvi i de la innovació. Un agent pedagògic i de generació de coneixement. La importància dels intangibles, juntament amb el tema social, en serien uns bons exemples. Les empreses, els currículums de les escoles, de les universitats o les administracions públiques n'haurien de ser beneficiaris. I ser una organització que aprèn, ja que el repte és tan gran i transversal que necessita generar molt coneixement i debat sobre què funciona i què no aprenent dels errors amb la intervenció, col·laboració i cooperació d'altres institucions, agents i disciplines. En definitiva, aplicar-se la innovació oberta. ■

CERTIFICATS DIGITALS

PINS, NÚMEROS
SECRETS

URLs D'ACCÉS,
CLAUS DE PAS

AUTENTIFICACIÓ I
LOGIN EN 1 CLICK

COL·LEGIATS, GESTORIES, ASSESSORIES:

Entregui el
Certificat Digital
als seus clients
en format targeta

DISPONIBLE TAMBÉ PER A MÒBILS
ANDROID AMB NFC

PER A MÉS INFORMACIÓ:

MANEL TEJADA BALLESTEROS

☎ 902 445 556

@ clientsskc@akrocard.com

Memo-Conferència 2017. Experts Comptables France

El dia 18 de gener de 2017, els membres dels Consells dels Experts Comptables (Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables de la Région Paris Île-de-France i dels Auditors de Comptes de Paris-Conseil Régional des Commissaires aux comptes-Paris CRCC) van celebrar el seu seminari d'estudis a Barcelona.

L'acte es va desenvolupar en francès i els participants van ser els 30 nous membres electes del Consell d'Experts Comptables de l'Illa de França (www.oec-paris.fr/composition-et-fonctionnement---2269) i els 26 membres electes del Consell d'Auditors de Comptes de París (www.crcc-paris.fr/la-crccde-paris/gouvernance.html). El desenvolupament de l'acte va ser el següent:

- Introducció amb una presentació sintètica del paisatge europeu de l'assessorament comptable i de l'audit legal (per part d'Hugo López, consultor francès a Espanya, excap

de gabinet del president del Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables CSOEC 2013-2016, exdelegat general de la Federació d'Experts-Comptables et Commissaires aux Comptes de France ECF 2009-2013). Hugo López va fer una extensa presentació de l'evolució de les professions d'expert comptable i auditor als diferents països europeus, així com de la normativa que s'ha anat aprovant respecte a aquestes professions i la que actualment es troba en desenvolupament.

- Explicació del panorama a Espanya pel que fa a les actuacions professionals vinculades a l'assessorament fiscal i comptable. Xavier Subirats, en representació del Registre d'Experts Comptables, REC-Catalunya i del CEC, va exposar la situació de la pràctica professional en l'àmbit fiscal i comptable a Espanya. Va comentar la figura



de l'expert comptable acreditat a Espanya a partir de la iniciativa conjunta del Consell General d'Economistes i de l'Institut de Censors Jurats de Comptes d'Espanya del sistema d'acreditació del Registre d'Experts Comptables amb les seves tres vies d'accés al registre. Així mateix va respondre a les qüestions referents a les diferències respecte del model francès i aspectes determinats com l'acreditació, la deontologia, normes tècniques i les actuacions professionals que pot abastar l'expert comptable. Posteriorment també es va plantejar la situació de l'assessorament fiscal, les organitzacions professionals existents a Espanya, diferents qüestions relatives a figures impositives a Espanya i al procés de presentació de declaracions fiscals. També va explicar el ponent les funcions, serveis i his-

tòria del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

- Presentació de l'organització de l'audit legal a Espanya i de la transposició de la reforma europea de l'audit a Espanya per part de José Maria Bové, primer vicepresident de l'ICJCE, vicepresident de la FEE 2001-2010. El senyor Bové va comentar les organitzacions professionals dels auditors a Espanya, el seu funcionament, serveis, accés a la professió, així com la situació del mercat de serveis d'auditoria.

Es va encetar un ampli debat en relació amb diferents aspectes com els nous serveis demandats pels clients, els treballs que impliquen la participació d'empreses a França i Espanya i el futur de les professions d'expert-comptable i auditor a Europa. ■



Novetats OBEALIMENTÀRIA

L'Observatori d'Economia Agroalimentària suma Borges International Group com a patrocinador a més de Cajamar Caja Rural. Aquestes aportacions, junta-

ment amb el suport d'entitats col·laboradores com ara Mercabarna, la FCAC, la FECIC i la FAC estan permetent al nostre equip la consolidació d'un projecte que durant el passat mes

d'abril va rebre un total de 4.496 visites.

Pel que fa als continguts, volem destacar el nou format del *Quadre de Comandament*, que compta amb un format àgil on cada mes es presenten actualitzats els indicadors i les dades més rellevants de la dinàmica del sector agroalimentari.

Com a continguts específics, val la pena destacar els reportatges realitzats sobre el sector de l'ametlla i la radiografia que s'ha fet a dues explotacions agràries de secà, una de convencional i l'altra d'ecològica. Es tracta d'uns reportatges amb pocs precedents on, amb una gran generositat per la seva part, els pagesos ens expliquen les estratègies que fan servir per fer viables les seves explotacions.

Els continguts d'OBEALIMENTÀRIA es complementen amb les activitats de la Comissió d'Economia Agroalimentària. El darrer trimestre hem fet debats sobre el malbaratament alimentari, l'agricultura urbana i periurbana, les assegurances agràries, el model de l'empresa Nostrum. D'altra banda, atenent al fet que ens trobem en ple procés de revisió de la Política Agrària Comuna vam convidar el director general de Desenvolupament Rural, Oriol Anson, perquè ens expliqués la posició de la Generalitat sobre aquest tema.

Agraïrem totes les opinions i la vostra participació a OBEALIMENTÀRIA i a les activitats de la Comissió. Podeu seguir-nos al blog <https://obealimentaria.wordpress.com/> o bé a través de Facebook. ■

Sant Jordi al Col·legi d'Economistes de Catalunya

El Col·legi d'Economistes de Catalunya va organitzar el passat dia 20 d'abril, amb motiu de la celebració de Sant Jordi, una jornada a la seu de Barcelona per tal de donar a conèixer una vintena de llibres publicats per economistes col·legiats, dels quals set van ser presentats pels seus autors. Al llarg de la tarda van tenir lloc les diverses presentacions i els autors van signar exemplars. Un Sant Jordi dedicat als col·legiats!

● Presentats

Empreses que menteixen, Oriol Amat.

Mariquita Tennant, Lluís Barbé.
'Mails'. Lo que ustedes me cuentan (y mis respuestas) acerca de lo que más les preocupa, Santiago Niño Becerra.

El llagut de les paraules, Joan Ma Pont.

Mandalas de mujer. El viaje que transformó a 30 empresarias, Àngels Roqueta.



Assistents a la presentació del llibre 'Mandalas de mujer'.



El Col·legiat de Mèrit Lluís Barbé signa un exemplar del seu llibre.

Keynesianismos. Una inmersión rápida, Miquel Rubirola.
Els llops ja no viuen als boscos, Teresa Saborit.

● Promocionats

Eficiencia y transparencia del sistema judicial español en el contexto europeo: análisis comparativo y propuestas de mejora, Jaume Alonso-Cuevillas.

Como cangilones de noria, Vicente Buruaga.

Emprendiendo la excelencia en el 'retail', Joaquim Deulofeu.

La gran burbuja del fútbol, José M.^a Gay de Liébana.

La venta de la unidad productiva en sede concursal, Juan Lloret Villota.

L'empresari proactiu, Oriol López Villena.

Tréboles de cuatro hojas, Àngel Pes Guixa.

Responsabilidad social competitiva, Cristian Rovira.

200 muses i El superheroï esguerrat i altres contes, Teresa Saborit.

Productivity Accounting.

The Economics of Business Performance, E. Grifell-Tatjé i C. A. Knox Lovell.

Preferentes y subordinadas: una tragedia española, Antoni Serra Ramoneda.

Práctica fiscal y contable en el impuesto de sociedades, Josep Sotelo.

L'Europa que han fet fracassar, Ramon Tremosa. ■

Collegiada 16.000

“**S**óc la Blanca Vicens, de 25 anys, col·legiada 16.000, graduada en Economia per la Universitat Pompeu Fabra i especialitzada en l'assessoria fiscal, que ha cursat el Màster de Tributació i Assessoria Fiscal del Centre d'Estudis Financers.

Des que vaig acabar els estudis he estat profunditzant i fent pràctiques en l'àmbit fiscal, el qual requereix estar constantment actualitzant i consolidant coneixements dia rere dia, i actualment treballo com a júnior al Departament Fiscal de Garrigues.

Considero que és clau per al bon desenvolupament estar envoltada de bons professionals, aprendre d'ells i amb ells, no deixar mai de tenir ganes de conèixer i adquirir nous coneixements.

Què opines del Grau en Economia que has cursat, ara que ja estàs incorporada en el món professional?

El Grau d'Economia de la Pompeu Fabra m'ha aportat una visió tant teòrica com pràctica de l'actualitat econòmica, m'ha ajudat a entendre la interrelació entre economia i societat. Ha estat aquesta interrelació la que em va motivar per aprofundir en un tema molt present al dia a dia de tots nosaltres, com són els impostos.

El Grau d'Economia t'ofereix endinsar-te en diferents àrees de l'economia de manera que acabes obtenint una visió global però a la vegada específica de cadascuna de les branques de la ciència (finances, macroeconomia, microeconomia, fiscalitat, etcètera). D'altra banda, a través de les pràctiques d'empresa que et proporciona el grau i la universitat, consolides els coneixements adquirits al llarg dels estudis, i això et permet conèixer quina és l'àrea de l'economia en què et vols especialitzar. En el meu cas, gràcies a les assignatures optatives

enfocades a la fiscalitat, així com a les pràctiques que vaig tenir l'oportunitat de realitzar en un despatx d'advocats i economistes, vaig conèixer l'apassionant i canviant món de la fiscalitat.

Què t'agradiria que el Col·legi d'Economistes de Catalunya t'ofereixi?

Seria interessant que les conferències i seminaris, o xerrades d'actualització de temes fiscals, també es fessin en horaris de divendres tarda o caps de setmana de manera que les persones que treballen durant la setmana també tinguessin l'oportunitat d'anar-hi.

El Col·legi m'informa diàriament, a través del correu electrònic, de cursos de l'àmbit tributari que em resulten molt interessants i que, de ben segur, enriqueixen els meus coneixements i em serien de gran utilitat i aplicables al món laboral. Tanmateix, en la mesura que la majoria dels cursos es fan en horaris de dilluns a divendres, no em resulta possible assistir-hi. En aquest sentit, estic convençuda que, si hi hagués l'opció d'assistir a aquests cursos algun divendres tarda o dissabtes, més d'un els aprofitaria. Per descomptat, jo m'hi apuntaria segur. ■

Blanca Vicens.



Relació d'altres col·legials del març al maig del 2017

Alfaras Feliu, Núria
Aulet Prieto, Jordi
Badia Llach, Josep Rafael
Barnés Encinas, Lorena
Blasco Gràcia, Xavier
Cabré Esteban, Rosa
Claros Palacios, Yolanda
Cortés Brunet, Adrià Ramon
Cristóbal Fransi, Eduardo Marcos
Descarrega Ferrer, Laia
Duarte Hernández, José Luis
Duran Viñeta, Oriol
Fernández Martínez, Enric
Fondarella Barreda, Maria Cinta
Fuentes Jiménez, Míriam

Garcia Gasulla, Gemma
García Sarabia, Raúl
García-Milà Llobera, Maria
Gato Ruiz, Noelia
Giménez Romero, Carlos
González Guzmán, Noelia
González Gracia, Rebeka
Hernández Delgado, Javier
Herrador Colás, Leonardo
Jiménez Torres, Sergi
Keller Pradera, Hermann
Llongueras Vilardell, Xavier
Llorens Decesaris, Robert
Marco Villellas, Francisca
Martínez Losas, Sílvia

Martínez Rosell, María Nieves
Medina Català, Albert
Meneses Núñez, Javier
Navarro Ojeda, Lluís
Oliveras Villanueva, Marc
Pardos Ruiz, Núria
Pérez Horno, Marta
Pizzi Freyre, Silvia Marcela
Puertas Viñés, Guillermo
Querol Gómez, Josep Manuel
Rabassa Castro, Ferran
Reixach Matamoros, Guillem
Río Robledo, Santiago
Riudalbàs Codina, Concepción
Ruiz Portolés, María Gabriela

Ruiz Pujol, Bernardo Manuel
Salavedra Sabater, Josep
Sánchez Chumillas, Ernesto
Sánchez Del Collado
Fernández-Baillo, Luis
Santiago Torelló, Albert
Santiso Lorén, Alfonso Antonio
Sas Sabaté, Laia
Segarra Llaó, David
Sepúlveda Oliver, Oriol
Tenesa Sospedra, Marcos
Torrent Mateus, Francesc Ramon
Vicens Novell, Blanca

Concessionari
BMW



Barcelona Premium

T'agrada conduir?

BMW MAI NO HAVIA ESTAT TAN A PROP

BARCELONA PREMIUM

Barcelona Premium

Diagonal

Carrer d'Entença, 332
Barcelona

Plaça Cerdà

Ctra. El Prat, 8-14
Barcelona

Ronda de Dalt

C. Esteve Terrades, 77-79
Barcelona

Ronda Litoral

Ronda Litoral, Sortida 30
C. Joan d'Àustria, 1
Sant Adrià de Besòs

Sant Boi

Ctra. del Prat, 15
Sant Boi de Llobregat

Tel.: 933 31 98 00

www.barcelonapremium.bmw.es

SEU TERRITORIAL A LLEIDA

Activitats singulars del Col·legi a Lleida



La solidaritat i l'apropament al futur potencial dels universitaris han estat els motors de les iniciatives que la nostra entitat ha impulsat recentment a les Terres de Ponent

JOAN PICANYOL I TARRÉS

Secretari de la Junta Territorial CEC



L'activitat de la seu territorial de Lleida aquests mesos s'ha centrat en iniciatives que han promogut la presència del Col·legi en la societat i que han mostrat el costat més humà dels col·legiats i també el més professional.

Pàdel Solidari

Sovint avui una pilota de pàdel identifica quelcom més que la pràctica d'un esport molt cosmopolita i sociable. Al meu parer, el pàdel també pot ser una bona corretja transmissora de valors i també de fer Col·legi. I ho dic perquè des de fa quatre anys a les Terres de Ponent en tenim un exemple ben proper amb el Pàdel Solidari.

En un dia ben assolellat i unes instal·lacions esportives en perfectes condicions, hi ha ben equipada una nodrida representació de jugadores i jugadors, tots amb vinculació al Col·legi d'Economistes de Lleida. Una vegada fetes les parelles pertinents, tothom té ganes d'entrar de seguida a les pistes

Visita de les autoritats locals i universitàries a l'estand del Col·legi durant la fira.

adjudicades per començar a gaudir del torneig especial d'aquesta nova edició.

Si per un moment deixem a un costat l'aspecte purament esportiu, el del joc, us descobrirem que sempre hi ha hagut un objectiu impulsor de la trobada: la solidaritat amb el servei d'aliments Lo Cistell d'Alcarràs. Es tracta d'un servei d'aliments per a persones en risc d'exclusió social o que, a causa de l'atur i de la crisi econòmica actual, no poden fer front a les necessitats més elementals. És una iniciativa promoguda per l'Ajuntament d'Alcarràs que compta amb la col·laboració de Càritas, del Consell Comarcal del Segrià i d'una xarxa de voluntaris de la mateixa localitat. Treballen de forma conjunta, tant per recollir com per distribuir aliments.

El fons econòmic recaptat aquest dia per mitjà de totes les inscripcions al torneig de pàdel, més les donacions fetes durant el

torneig, es van transferir íntegrament a aquest centre. Amb aquesta nova participació en la Jornada de Pàdel Solidari d'Economistes de Lleida ja ens hem convertit de manera individualitzada en col·laboradors habituals d'aquest servei d'aliments. Aquest dia tots els assistents ens adonem que la solidaritat es converteix en bellesa i emoció. I no pas pels resultats. Durant la competició, es guanya o es perd el partit, a tothom se'l veu content. Tots, els qui juguen el torneig, els qui s'ho miren i els fermes organitzadors de la jornada. És una autèntica trobada solidària amb un ritme de joc en el qual ningú no pot estar gaires minuts aturat. Ha començat a les 10 del matí i fins passades les 2 de la tarda no s'ha parat. Després d'una bona dutxa, un còctel de germanor i un excel·lent i copios refrigeri, gentilesa de Lo Cistell, va posar un distès i animat punt final a un enfrontament esportiu i del tot solidari, que deixa tothom satisfet.

Crec que no m'equivoco si aquest dia el vull qualificar del tot profitós. No sols per haver tornat a col·laborar en aquest centre, sinó perquè és potser un dels pocs dies de l'any en el qual les col·legiades i col·legiats poden fer relacions personals i amistoses d'una manera agradable i relaxada, sense que la fiscalitat o la comptabilitat o les finances fossin una vegada més les acostumades i úniques protagonistes.

Quarta Edició de la Fira UdL Treball a Lleida

El passat mes de maig, el Col·legi d'Economistes de Catalunya a Lleida ha estat present per quart any consecutiu a la Fira UdL Treball a Lleida. L'Associació de Col·legis Professionals de Lleida, que presideix Xavier Ticó, hi ha tingut una presència activa amb estands i personal qualificat per poder atendre els alumnes i els titulats universitaris, interessats a conèixer els seus serveis de primera mà.

Com ja explicava a l'*Informatiu* en l'edició anterior d'aquesta fira, l'objectiu que es persegueix és doble. D'una banda, vol ser

un punt de referència anual a la ciutat que impulsi i faciliti al teixit empresarial d'aquestes terres la captació del millor talent que es genera a la Universitat de Lleida. Per l'altra, la promoció de contactes entre alumnes o titulats i empreses, així com el coneixement per part dels estudiants de les activitats i serveis que proporcionen els prop de la dotzena de Col·legis professionals que aquest any s'hi aplegaven amb estand propi. No cal dir que entre ells hi havia el nostre.

En l'edició d'enguany la fira ha hagut d'ampliar l'espai per exposar, ja que ha gaudit de la presència de 20 empreses més que en l'edició anterior, a més dels col·legis professionals, el Servei d'Ocupació de Catalunya, l'Agència Catalana de Turisme, la Cambra de Comerç de Lleida i diferents serveis propis de la universitat. Les empreses eren en la major part de Lleida i província, si bé no hi han faltat empreses de Barcelona, Saragossa i València. Els principals sectors representats han estat el tecnològic, l'agroalimentari, l'enginyeria, les assegurances i consultories, el turisme, el transport i la construcció. La inauguració va estar presidida pel paer en cap de la ciutat, Àngel Ros, i la vicerectora d'Estudiants de la

UdL, Neus Vila. Va comptar també amb l'assistència del tinent d'alcalde de la ciutat, Rafel Peris. Per part de l'Associació de Col·legis Professionals de Lleida hi va assistir el president, Xavier Ticó, i en representació del Col·legi d'Economistes de Catalunya, el president territorial, Joan Turmo. De les 80 empreses presents a la Fira de l'Ocupació, fins a un total de 20 van oferir treball a una vuitantena d'estudiants. Els perfils més festejats van ser els de programador informàtic, desenvolupadors web, graduats en Direcció i Administració d'Empreses (ADE) i enginyeries, com la industrial i l'agrònoma.

Unes altres deu empreses presents a la fira van oferir 30 llocs on poguessin fer pràctiques els estudiants i titulats de la UdL. I, encara més, l'Agència Catalana de Turisme va oferir set beques a titulats per fer estades durant dos anys en alguna de les seves oficines a l'estranger. No es pot negar, doncs, que enguany ha estat tot un èxit complet, tant de participació d'empreses, de presència d'estudiants i titulats com de propostes laborals. És tradició que cada any s'hagin anat millorant els resultats obtinguts en el certamen anterior, però enguany s'han superat àmpliament les

previsiones més optimistes. Només cal que ens fixem exclusivament en les dades objectives obtingudes en aquesta fira.

Definitivament podem afirmar que es tracta de la consolidació d'un veritable punt de trobada entre el nombrós alumnat de la Universitat de Lleida, les empreses i els col·legis professionals presents a la fira amb uns resultats que podem qualificar de sorprenents per haver esdevingut tan excel·lents a tots els nivells. Sens dubte l'objectiu de consolidar el programa d'ocupabilitat de la Universitat de Lleida s'ha vist plenament reforçat amb aquesta nova edició de la fira. La progressió en l'assoliment de les fites marcades era possiblement impensable en els inicis.

A més, ha estat una profitosa jornada de relacions entre el Col·legi d'Economistes, els universitaris de la UdL, les empreses i la resta dels col·legis presents. La Fira UdL Treball ens ha permès donar-nos a conèixer de prop i millor a l'hora de poder explicar en directe tot el que el Col·legi ofereix als estudiants i graduats per al seu desenvolupament i actualització permanent en coneixements de cara a la seva futura realització professional. ■



Economista.cloud

Trabaja con total libertad, donde y cuando quieras.



Integramos en la nube todo el Hardware, Software y Soporte que tu empresa necesita.



Trabajarás con todos tus programas y aplicaciones habituales y sin servidores dentro de la oficina.



Tus datos siempre disponibles en un entorno seguro en cumplimiento de LOPD.



Continuidad de sistemas garantizada por contrato, las 24 horas, los 7 días de la semana.



Ahorrarás costes sin ninguna inversión inicial, sin sorpresas y con una tarifa de pago por uso.

LAN

Economista.cloud

902 112 150
www.economista.cloud



Inauguració de la Jornada de Comptabilitat i Auditoria.



D'esquerra a dreta: Ernest Plana, Esteve Gibert i Mireia Santamaria.

SEU TERRITORIAL A GIRONA

El Col·legi,
més a prop

La presència del president territorial, Esteve Gibert, a programes televisius gironins i la presentació d'un informe del CEC acosten la nostra entitat a la societat

A la seu territorial de Girona, l'activitat del Col·legi els darrers mesos ha passat per una presència mediàtica per al públic en general i una de més corporativa.

Entrevista a TV Olot

El 5 d'abril Esteve Gibert, president de la seu territorial de Girona del Col·legi d'Economistes de Catalunya, juntament amb el vicepresident, Lluís Bigas, van tenir una entrevista a la Televisió d'Olot dins del programa *Pros i contres*. En aquesta entrevista, i basant-se en els resultats de l'Enquesta de situació econòmica d'hivern del CEC, es va analitzar si realment la situació econòmica està millorant i es va fer un estudi de les perspectives en el terreny laboral fent incidència en la problemàtica de la precarietat laboral i la incidència que aquesta pot tenir en el creixement econòmic. Es pot visionar a <http://olottv.xiptv.cat/pros-i-contres/capitol/estev-gibert-president-de-la-seu-a-girona-del-collegi-deconomistes-de-catalunya-i-al-vicepresident-loloti-luis-bigas>.

Esteve Gibert també va ser entrevistat dilluns 8 de maig per Televisió de Girona en el programa *L'entrevista*. En aquest acte es van comentar les novetats i qüestions pràctiques al

volant de la campanya de la renda 2016, així com la situació econòmica actual a Catalunya en general i a Girona en particular. Es pot veure a <http://tvgirona.xiptv.cat/lentrevista/capitol/l-entrevista-del-08-05-2017>.

Nou informe del CEC

El dia 9 de maig s'ha presentat, a la seu de la FOEG, un nou informe del Col·legi d'Economistes de Catalunya on es posa de manifest que la majoria d'economistes estan a favor del baixador a l'aeroport. El Ministeri de Foment ha tardat sis anys a donar llum verda a aquest projecte, proposat per la Generalitat l'any 2011. La FOEG enviarà una carta a la Generalitat per demanar quins terminis es preveuen d'execució. L'informe del Col·legi d'Economistes de Catalunya s'ha fet a partir d'una enquesta a uns 1.200 dels 8.000 col·legiats que té el col·lectiu. El treball recull de nou l'opinió dels economistes sobre el context actual i les perspectives de futur per al territori. L'informe inclou dades percentuals que posen de manifest algunes de les tendències econòmiques i marca línies i recomanacions.

L'acte de presentació de l'informe, que es va dur a terme a la seu de la FOEG, va anar a càrrec del president territorial de Girona del

Col·legi d'Economistes de Catalunya, Esteve Gibert, i va comptar amb la presència de la gerent de la patronal, Mireia Santamaria.

Jornada de Comptabilitat i Auditoria (12 de maig de 2017)

El 12 de maig, la vigília del Temps de Flors gironí (del 13 al 21 de maig), es va fer una Jornada de Comptabilitat i Auditoria. Celebrada a la seu territorial de Girona del Col·legi d'Economistes de Catalunya, en la inauguració va comptar amb la presència de l'alcalde de Girona, Marta Madrenas; el degà del Col·legi d'Economistes de Catalunya, Joan B. Casas; el president de l'Institut de Comptabilitat i Auditoria de Comptes (ICAC), Enrique Rubio; el president del REA+REGA, Carles Puig de Travy, i el president territorial a Girona del Col·legi d'Economistes de Catalunya, Esteve Gibert.

Aquesta jornada va ser un èxit d'assistència i va tenir un gran ressò en els mitjans de comunicació gironins. Van participar-hi com a ponent el president de l'ICAC, E. Rubio; el president de l'ECE-CGE i del REC (Registre d'Experts Comptables), F. J. Gracia; el membre del Comitè de Coordinació i del Consell Directiu del REA+REGA, M. Bolu-mar; el vicepresident de la Comissió de Comptabilitat del CEC, M. Garcia; el vicepresident de la Comissió d'Auditors de Comptes | REA+REGA Catalunya, F. Garreta; l'economista, auditor i acadèmic numerari de la Reial Acadèmia de Doctors, E. Gironella, i el doctor en Ciències Econòmiques i membre de l'ACCID, Joaquim Rabaseda. La clausura de la Jornada va anar a càrrec del president del Consell General d'Economistes, Valentí Pich; el president de la Comissió d'Auditors de Comptes | REA+REGA, Emilio Álvarez, i el president territorial a Girona del Col·legi d'Economistes de Catalunya, Esteve Gibert. ■

SEU TERRITORIAL A TARRAGONA

Posem l'economia a l'abast de tots



L'impacte econòmic del BCN World, un col·loqui amb representants de l'AEAT i una trobada amb joves economistes han estat les principals actuacions del CEC a Tarragona

ARNAU FARRÉ
Economista

Més enllà dels habituals cursos i jornades de formació que es realitzen a la seu territorial de Tarragona, amb especial incidència als cursos de caire tributari –que van tenir una programació molt interessant i variada durant els mesos de febrer i març en diferents continguts i formats: les obligades jornades referents a novetats fiscals, formacions especialitzades o jornades no tan habituals, però molt interessants com la del 14 de febrer, *Alguns aspectes fiscals controvertits*, en què els ponents van repassar els últims criteris administratius i judicials de temes de controvèrsia habituals–, durant aquest primer trimestre del 2017, s'han fet altres actes, dels quals creiem oportú destacar els següents:

● **Estudi d'impacte econòmic i turístic del Pla director urbanístic del Centre Recreatiu Turístic de Vila-seca i Salou sobre el territori, 9 de març.** En aquesta presentació, organitzada per la Comissió d'Economistes en Economia Territorial i Urbana, a càrrec de Juan Antonio Duro i Maria Llop, catedràtic i professora del Departament d'Economia de la URV, es van donar a conèixer les dades relatives a l'impacte econòmic que tindrà, segons aquest estudi, el macrocomplex conegut com a BCN World. Com a dades que cal destacar, per valorar el volum d'aquesta macroinversió, es va informar que l'impacte econòmic estimat durant el període de construcció del complex (que es preveu que sigui aquest estiu vinent), és d'uns 1.500 milions d'euros/any i una generació d'ocupació d'uns 4.000 llocs de treball.

Sens perjudici del que precedeix, com és d'esperar, les dades encara són més optimistes una vegada s'iniciï l'explotació eco-

nòmica del complex, ja que l'impacte econòmic previst és d'uns 3.900 a 5.400 milions d'euros anuals, amb la creació de fins a 48.000 llocs de treball, entre directes i indirectes, dades que expliquen la magnitud i la importància d'aquesta inversió per a l'economia del territori.

● **Cafè col·loqui entre els economistes i els representants de l'Agència Tributària.** En concret, hi van participar Joaquin Albisu, delegat de l'AEAT a Tarragona, German Puerto i Jaime Estrada, caps de la Dependència d'Informàtica i la Dependència de Recaptació, respectivament, de l'AEAT de Tarragona. En aquest acte, que va tenir lloc divendres 24 de març i va estar presidit per Pere Segarra, president territorial de la seu del CEC de Tarragona, va començar amb una exposició per part dels representants de l'Administració tributària respecte al control tributari 2017, el Sistema Immediat d'Informació (IVA), les notificacions electròniques i els fraccionaments/ajornaments dels deutes tributaris i, seguidament, es va obrir un torn de preguntes, en les

quals els economistes van exposar els dubtes i les inquietuds, amb especial atenció a la novetat més rellevant d'aquest any: el SII en l'IVA.

● **Joves Economistes, i Trobada a Tarragona.** El passat 30 de març, l'agrupació de Joves Economistes de Tarragona va fer una trobada en la qual es van reunir joves col·legiats adherits a la seu territorial, amb la intenció de donar a conèixer els motius i els objectius que han portat a tirar endavant aquesta agrupació i recopilar noves idees tot convidant els nous col·legiats a sumar-se a aquest grup per poder potenciar les sinergies entre els associats. Cal recordar que aquesta agrupació va celebrar l'acte inaugural i de presentació tot just fa un any i des de llavors s'ha continuat reunint amb l'objectiu de poder aportar idees de valor al Col·legi i potenciar l'entrada dels nous col·legiats, donant valor afegit als joves economistes. Així, en la recent reunió del dia 30 de març, es va decidir fixar trobades mensuals periòdiques i informals per tal de facilitar l'entrada dels nous col·legiats a l'agrupació i als actes col·legials, i es va remarcar, com a objectius a curt termini, la proposta i realització de jornades de formació, trobades amb altres col·legis i agrupacions i la potenciació del grup a través de les xarxes socials. ■

Un moment del cafè col·loqui.



Formació del Col·legi D'ECONOMISTES DE CATALUNYA DURANT EL 2016

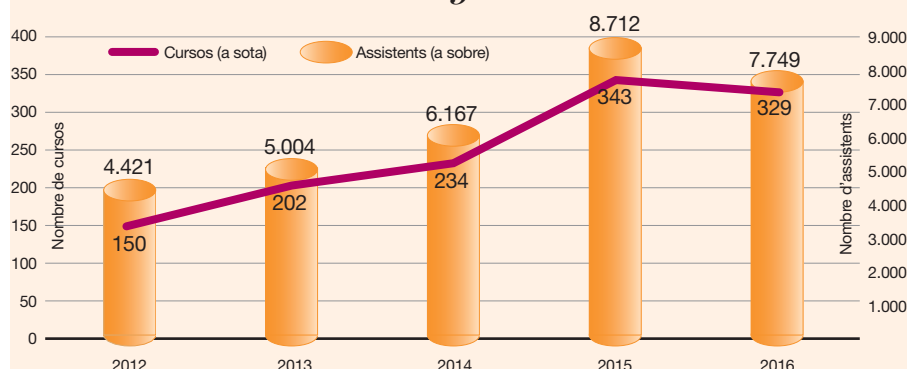
329 cursos i 3.328 hores de formació impartides a 7.749 persones són les dades del balanç de l'Aula d'Economia al llarg de l'exercici passat que porten a fer una valoració positiva de la feina feta

Un dels objectius principals del Col·legi d'Economistes de Catalunya és la formació continuada destinada als economistes amb la finalitat de mantenir els coneixements actualitzats i impulsar la seva capacitat i competència professional. En aquesta línia, el Col·legi ve fent amb regularitat, mitjançant l'Aula d'Economia, una intensa i extensa quantitat d'activitats formatives d'ampli espectre.

Concretament, l'exercici 2016 va finalitzar positivament per a l'activitat formativa que desenvolupa el Col·legi. Es van dur a terme un total de 329 cursos, amb 3.328 hores de formació impartides, i van assistir als cursos un global de 7.749 persones. Els darrers anys el nombre de cursos, d'hores i d'assistents han seguit una progressió ascendent. Així, per exemple, la inauguració de la nova seu el mes de juliol del 2013 i la fusió amb els col·legis de titulats mercantils l'octubre del 2014, d'una banda, juntament amb una oferta més gran i més diversa de cursos, de l'altra, han impulsat les activitats formatives en el temps.

Com és habitual, la majoria de la formació realitzada es va concentrar el 2016 en la seu de Barcelona, on es van impartir 260 cursos, amb gairebé 3.000 hores impartides i 5.594 assistents. Li va seguir Girona, amb 27 activitats formatives i 1.138 persones, i, a més distància, Tarragona (22 cursos i 343 inscrits) i Lleida (20 cursos i 674 assistents). Durant el 2016 l'àrea professional amb més activitat formativa del Col·legi va ser, a l'igual que anys anteriors, la fiscal, que va concen-

Evolució de l'activitat formativa del Col·legi d'Economistes de Catalunya. 2012-2016



trar 113 cursos i 3.818 assistents. A distància, es van situar la comptabilitat, amb 52 cursos i 933 persones, i, posteriorment, l'auditoria (36 activitats i 789 assistents), l'economia financera (24 cursos i 267 persones), la mercantil (21 cursos i 785 assistents) i la gestió d'empreses (21 activitats i 318 persones).

Cal remarcar que els darrers anys l'Aula d'Economia ha realitzat esforços principalment en dos àmbits. D'una banda, en la intensificació de l'activitat formativa desenvolupada, prestant una especial atenció a l'actualització de la qualificació dels col·legiats, sobretot associada als canvis normatius. I, de l'altra, en la diversificació dels camps abordats, ampliant especialitzacions l'objecte de formació, especialment pel que fa a nous àmbits, com la mediació, el *compliance*, les noves tecnologies i el *big data*, la responsabilitat jurídica, l'expert comptable, les competències i habilitats digitals o la gestió de despatxos.

Les activitats formatives que realitza l'Aula es caracteritzen pel gran component pràctic i aplicatiu dels coneixements que s'imparteixen, clarament adreçats al bon exercici de la professió d'economista des d'una perspectiva àmplia i en totes les seves vessants. Això es garanteix amb la participació d'un equip de professors de gran qualitat, que combina alts funcionaris (inspectors d'Hisenda, jutges, fiscals...), acadèmics i professionals. L'any 2016 el Col·legi va comptar amb més de 150 professors. S'ha d'afegir que l'acollida de les temàtiques i dels professors és molt bona per part dels assistents, atès l'alta valoració que reben els cursos. L'any 2016 es va valorar amb un 8,07 sobre 10,00 els professors, nota similar al 7,97 de l'exercici anterior.

Formació professionalitzadora per al curs acadèmic 2017-2018

Entre la formació que ofereix l'Aula d'Economia de cara al curs acadèmic 2017-2018 destaca, en primer lloc, el **Màster d'Espe-**

cialització Tributària, programa de referència i de gran prestigi en el camp de la consultoria fiscal, que el curs 2017-2018 arriba a la 29a edició. Va dirigit a aquelles persones que volen especialitzar-se en l'assessorament fiscal, ja siguin estudiants i recents titulats universitaris o bé persones que volen reorientar la seva activitat professional. L'equip docent és d'una alta qualitat i combina experts en fiscalitat, inspectors d'Hisenda i assessors experimentats. Inclou un programa de pràctiques que pot donar accés a treballar en un dels despatxos vinculats al Col·legi. Fins al moment han assistit més de 500 alumnes al màster, la gairebé totalitat dels quals treballa actualment com a assessors fiscals.



En l'àmbit de l'auditoria de comptes i de la comptabilitat s'ha d'esmentar el **Màster Oficial en Comptabilitat Superior i Auditoria**, que s'imparteix conjuntament amb la Universitat Autònoma de Barcelona. Compta amb un equip docent configurat per professors universitaris i professionals en actiu en el món de l'auditoria, i està homologat per l'Institut de Comptabilitat i Auditoria de Comptes (ICAC) per alliberar de la realització de la part teòrica de l'examen d'accés al Registre Oficial d'Auditors de Comptes (ROAC). S'imparteix presencialment al Campus de Sabadell de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Dins del camp específic de l'auditoria de comptes, cal apuntar que, de cara a l'**examen pràctic d'aptitud professional d'accés al Registre d'Auditors de Comptes (ROAC)**, que està previst per a mitjan mes de desembre del 2017, el Col·legi ofereix, com és tradicional, un curs de preparació de sis sessions.

Un altre programa especial de l'Aula d'Economia és el relatiu a **Expert en Mediació en Economia i Empresa**, que el

Col·legi imparteix en col·laboració amb la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Es tracta de la quarta edició i té per objectiu formar titulats superiors en mediació de conflictes en el camp de l'economia i l'empresa, dotant-los de les aptituds i de les capacitats necessàries. Dóna opció a inscriure's en els registres de mediació tant de la Generalitat de Catalunya (Centre de Mediació de Dret Privat de Catalunya) com del Ministeri de Justícia (Mediació General i Mediació Concursal). El programa es desenvolupa en la modalitat de semipresencialitat i inclou cinc sessions pràctiques per part d'experts.

També s'ha de mencionar el **Curs Superior d'Especialització en Tributació i Assessoria Fiscal**, que té per finalitat actualitzar els coneixements dels professionals en matèria tributària, focalitzant l'atenció en els aspectes més importants. Es tracta de la 25a edició del curs, que sota una perspectiva eminentment pràctica és impartit per un professorat altament qualificat, integrat per professionals en actiu de reconegut prestigi, de l'Administració pública i del món acadèmic.

La formació continuada dels economistes és un dels objectius del Col·legi.

Orientats a la formació del personal de despatxos, el Col·legi ofereix dos programes formatius pràctics. D'una banda, el **Programa de formació per a júnors de firmes d'auditoria**, destinat a persones que inicien la seva carrera professional o que tenen una experiència reduïda com a assistents d'auditoria i necessiten una immersió intensa i molt pràctica. Consta de 13 mòduls d'una durada de quatre hores cadascun. I, de l'altra, el **Programa de formació per a assessors fiscals júnors**, dirigit a persones que s'inicien com a consultors tributaris, als quals es facilita el procés d'incorporació formatiu i experimental a una firma especialitzada.

Finalment, com els darrers anys, s'ha de ressenyar el programa de **Direcció i gestió de fundacions i altres entitats no lucratives**, dirigit a persones que volen introduir-se i actualitzar els seus coneixements en un ventall ampli de temàtiques relacionades amb el món de les fundacions i entitats sense ànim de lucre (jurídic, comptable, fiscal, gestió, responsabilitat...). ■

Programes	Àrees	Durada (hores)	Inici	Finalització
Màster d'Especialització Tributària	Fiscal	300	17 octubre 2017	finals de maig 2018
Màster Oficial en Comptabilitat Superior i Auditoria	Auditoria	420	3 octubre 2017	juliol 2018
Curs de preparació de la segona fase pràctica de l'examen d'aptitud professional d'accés al ROAC	Auditoria	39	6 octubre 2017	17 novembre 2017
Expert en Mediació en Economia i Empresa	Mercantil	170	18 octubre 2017	20 març 2018
Curs Superior d'Especialització en Tributació i Assessoria Fiscal	Fiscal	171	24 octubre 2017	maig 2018
Programa de formació per a júnors de firmes d'auditoria	Auditoria	52	29 setembre 2017	15 desembre 2017
Programa de formació per a assessors fiscals júnors	Fiscal	24	6 octubre 2017	17 novembre 2017
Direcció i gestió de fundacions i altres entitats no lucratives	Jurídic	42	7 novembre 2017	19 desembre 2017

ANTONIO TERCEÑO, DEGÀ DE LA FACULTAT D'ECONOMIA I EMPRESA DE LA URV

“La formació continuada és clau”

Catedràtic d'Economia Financera per la Universitat Rovira i Virgili (URV) i doctor en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Barcelona, Antonio Terceño és expert en economia financera

CLARA BASSOLS, periodista
Departament de Comunicació del Col·legi d'Economistes de Catalunya
cecpremsa@coleccionistes.cat



Antonio Terceño, degà de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV des del 2015, ha estat també membre de l'equip de govern de la URV com a vicerector de diferents àrees, així com president de la seu del Col·legi d'Economistes de Catalunya a Tarragona i vocal de la Cambra de Comerç i Indústria de Reus.

Com definiria els estudis d'ADE i Economia que s'ofereixen a la Universitat Rovira i Virgili?

A la facultat apostem per una formació molt sòlida amb coneixements adaptats contínuament a la realitat social i econòmica però amb una formació integral amb la qual volem que els estudiants surtin amb experièn-

cia laboral, amb capacitat de moure's en un món globalitzat, amb facilitat per adaptar-se als canvis i amb els instruments per poder ser capaços d'aprendre per ells mateixos. A més tenim un tret diferencial únic dins del sistema universitari català: som la primera i única facultat del sistema públic que ha acreditat la implantació del seu Sistema Intern de Garantia de la Qualitat.

Quines competències diferencien els economistes formats a la URV?

Amb el nostre projecte educatiu, les competències que adquireixen els estudiants van més enllà d'una formació de grau estàndard, ja que el currículum incorpora una experiència professional de gairebé 600 hores de pràctiques obligatòries en més 200

empreses o institucions. A més, el concepte d'internacionalització està present en el seu bagatge amb una oferta superior a les 200 places en universitats dels cinc continents i amb un ajut addicional als estàndards gràcies a la Fundació Reddis, que atorga cada any beques específiques per als estudiants. A més, l'estudiant pot cursar gairebé la meitat dels estudis en anglès sense sortir de la facultat.

La reforma educativa aprovada el 2015 preveu la convivència de graus de tres anys amb graus de quatre anys, fet que implica múltiples combinacions amb màsters i postgraus. Com ho valora?

La flexibilitat en la legislació i l'autonomia de les universitats són, en principi, dues qüestions que cal valorar positivament. En qualsevol cas, en qüestions molt importants com l'àmbit pressupostari i el de la contractació de professorat, les administracions no estan donant mostres ni de flexibilitat ni de confiança en les universitats. Nosaltres intentem inculcar als estudiants que la seva fita ha de ser una formació completa, és a dir, grau més màster. Més enllà de la discussió 4+1 o 3+2, intentem que pensin en cinc anys de formació.

Com preveu que puguin evolucionar en el futur els estudis d'ADE i Economia?

La principal evolució, que de fet ja hem fet, és donar més importància a les capacitats i competències i no fonamentar-se únicament en els coneixements. Els nostres estudis són profundament transversals i un economista en sentit ampli té un ventall enorme de possibilitats de desenvolupament professional, però aquests passen per tenir una gran capacitat d'adaptació i d'aprendre de manera continuada, un concepte clau. El concepte de formació continuada és el pilar d'aquesta evolució. Per això insistim tant en la formació de postgrau.

Quines noves tècniques ha introduït la universitat en les formacions que siguin d'especial interès per als economistes en actiu?

D'entrada cal aclarir que no s'ha de confondre l'instrument amb la metodologia. La formació ha de transmetre els coneixements inherents a l'àmbit que li correspon i aquests han d'estar actualitzats i adaptats a la realitat. Els estudiants han de veure la seva aplicació al món real per incentivar-los, però sense oblidar els fonaments teòrics, els quals són imprescindibles per poder aportar noves solucions als nous problemes que de ben segur apareixeran. ■

Millora el correu @economistes

El Col·legi d'Economistes de Catalunya ofereix a tots els col·legiats la possibilitat d'adquirir un correu electrònic @economistes amb més capacitat i màxima sincronització

XAVIER FERNÁNDEZ,
Responsable d'IT del Col·legi
d'Economistes de Catalunya
xfernandez@colegieconomistes.cat

Quan el 1998 el Col·legi d'Economistes de Catalunya va posar en marxa el servei Connecta't, que donava de manera gratuïta accés a Internet i una adreça de correu electrònic, ho va fer amb la finalitat de facilitar l'accés als col·legiats a la nova tecnologia i que poguessin identificar-se com a economistes a la xarxa. S'ha evolucionat molt en aquests quasi 20 anys. Avui dia, pràcticament tothom té accés a Internet i el correu electrònic ha evolucionat cap a un mitjà de comunicació professional, per aquest motiu el Col·legi ofereix dos tipus de correu electrònic sota el domini economistes.cat o economistes.com.

El primer és el correu **@economistes estàndard**, un correu electrònic bàsic i gratuït per a tots els col·legiats i està orientat a usuaris que en facin un ús moderat. Actualment aquest correu treballa sota la llicència Kiosk de Microsoft i té una capacitat de 2 GB d'emmagatzematge. Es pot consultar des de qualsevol dispositiu a través del *weboffice* i ofereix la possibilitat de configurar-lo com a POP3 a portàtils i ordinadors i com a Exchange en dispositius mòbils i tauletes. La sincronització POP3

només sincronitza la bústia d'entrada del correu electrònic mentre que la sincronització Exchange permet la sincronització completa del correu, els contactes i el calendari.

@economistes estàndard

Capacitat	2 GB
Sincronització ordinador	
● Tipus	POP3
● Correu	bústia d'entrada
● Calendari	no
● Contactes	no
Sincronització mòbil	
● Tipus	Exchange

Els col·legiats que vulguin un correu electrònic gratuït amb domini economistes.com o economistes.cat ho poden sol·licitar a través de www.colegieconomistes.cat/correu.

Per als col·legiats que fan un ús més gran del correu electrònic, el Col·legi posa a la seva disposició el servei de correu electrònic **@economistes avançat** amb més capacitat d'emmagatzematge i que millora la possibilitat de sincronització entre dispositius. Aquest correu treballa sota la llicència Exchange Online de Microsoft, ofereix una capacitat d'emmagatzematge de 50 GB i configurar el correu com a Exchange a tots els dispositius, tant portàtils i ordinadors com dispositius mòbils o tauletes. D'aquesta manera, el

correu amb totes les seves carpetes, el calendari i els contactes quedaran sincronitzats a tots els dispositius. El correu **@economistes avançat**, per l'alta capacitat d'emmagatzematge i per la màxima sincronització entre dispositius, permet fer-ne un ús professional i mantenir l'històric de correus al núvol sense importar el volum i el pes d'aquests. Aquest servei té un cost per al col·legiat de 40,80 euros + IVA anuals.

Els col·legiats que ja disposin d'un correu economistes.com o economistes.cat poden sol·licitar la millora del correu a www.colegieconomistes.cat/milloracorreu. Amb la millora de llicència no es perd cap correu electrònic, ja que la bústia continua sent la mateixa però amb més capacitat (de 2 GB a 50 GB). Els col·legiats que encara no disposin de correu electrònic poden sol·licitar el correu electrònic **@economistes avançat** també a www.colegieconomistes.cat/correu. ■

@economistes avançat

Capacitat	50 GB
Sincronització ordinador/mòbil	
● Tipus	Exchange
● Correu	sí (totes les carpetes)
● Calendari	sí
● Contactes	sí

SC club
SÁNCHEZ-CASAL

UN CLUB PARA TODA LA FAMILIA

Tenis, Pádel, Fitness, Piscina,
CAMPUS VERANO y Restaurante.

CONSULTA TUS CONDICIONES
COMO COLEGIADO

•INFO: CLUB@SANCHEZ-CASAL.COM | TEL. 93 479 16 16



Què hem fet?

Activitats del Col·legi d'Economistes de Catalunya entre l'1 de març i el 31 de maig

BARCELONA Comissió d'Economia Agroalimentària



'Activitat econòmica al voltant de les ciutats. El cas de l'agricultura periurbana'

Conferència amb la participació de Josep Maria Pujol-Busquets, gerent del Celler Alta Alella (Tiana/Alella-Maresme) i de David Mas, gerent de Can Perol, explotació agrària de productes ecològics (Sant Vicenç dels Horts-Baix Llobregat). Va estar moderada per Xavier Recasens, enginyer agrònom i màster en sistemes agrícoles periurbans. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'El sistema d'assegurances agràries, principal eina d'estabilització de renda agrària'

Debat agroalimentari a càrrec de Ramon Augé, responsable nacional d'Assegurances Agràries de la Unió de Pagesos i membre de la Comissió d'Economia Agroalimentària.



'La nova indústria alimentària i l'alimentació. El cas de l'empresa Nostrum'

Conferència a càrrec de Quirze Salomó, CEO de l'empresa Nostrum. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'La revisió de la Política Agrària Comuna (PAC), la visió des de Catalunya'

Conferència a càrrec d'Oriol Anson, director general de Desenvolupament Rural de la Generalitat de Catalunya. Va presentar i moderar Ramon Augé, empresari agrícola i membre de la Comissió d'Economia. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona. Vídeo disponible a youtube.com/economistescat.*

Grup de Treball d'Economia de la Igualtat i la Diversitat



'El finançament en projectes de dones'

Col·loqui amb Mireia Mata, directora general d'Igualtat de la Generalitat de Catalunya; M.^a José Blanco, responsable de Programes d'Emprenedoria de Barcelona Activa; Clémence Campillo, directora de Comunicació de la xarxa de *business angels* SWAN; Begoña Castro, consellera executiva d'ANCHOR i presidenta del GT EAFI del Col·legi.

Comissió d'Economia Financera



Fòrum inversor Economistes BAN, edició XXIV

Organitzat per Business Angels Economistes BAN del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.



'Alternatives de finançament per a l'empresa'

A càrrec del ponent Jesús Muela, sotsdirector general de GVC Gaesco Beka i responsable de negoci de Corporate Finance. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.*



Fòrum inversor Economistes BAN, edició XXV

Organitzat per Business Angels Economistes BAN del Col·legi d'Economistes de Catalunya. Videoconferència amb la seu de Girona.*

Comissió d'Assessors Fiscals



'Aspectes informàtics destacats del SII i les notificacions electròniques'

Sessió temàtica amb la participació de Jaume Saura, cap de la Dependència Regional d'Informàtica de l'AEAT de Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



Debats fiscals

Dirigits per Míriam Jiménez-Ridruejo, assessora fiscal a Jiménez-Ridruejo y Asociados, SLP; Josep Sotelo, assessor fiscal a Audiconsult-

* Documentació a disposició dels interessats al web del Col·legi.

res Advocats i Economistes, SLP, i Pedro Villar, Gabinet Assessor Fernández, SL. Els debats oberts de consultoria fiscal van tenir lloc el mateix dia, una hora i mitja abans de la sessió temàtica.



'La nova vigència de l'art. 348 bis de la Llei de societats de capital'

Sessió temàtica amb la participació de Silvia Sorribas, advocada i sòcia de Telam Global Partners. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'El nou sistema de subministrament immediat d'informació de l'IVA entra en vigor (Ordre HFP/417/2017, de 12 de maig). Aspectes més destacats'

Sessió informativa a càrrec dels ponents Lorena Echeverría, cap adjunta de la Dependència Regional de Gestió Tributària de l'AEAT a Catalunya, i Jaume Saura, cap de la Dependència Regional d'Informàtica de l'AEAT a Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona i Lleida.*



Novetats i qüestions pràctiques

Presentació de la campanya de la renda 2016 amb la participació de Gonzalo García de Castro, delegat especial de l'Agència Estatal d'Administració Tributària a Catalunya, i Francisca Cardador Guijo, cap de la Dependència Regional de Gestió Tributària de l'AEAT a Catalunya. Videoconferències amb les seus de Lleida i Tarragona.*



'Actuacions davant el delictes fiscal'

Sessió temàtica amb la participació de Marta Pérez, inspectora d'Hisenda de l'Estat. Cap d'Equip de Delictes Fiscal. Delegació AEAT Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'Aspectes fiscals de la dissolució del condomini'

Sessió temàtica a càrrec de Carme Jover, economista i membre de la Comissió d'Assessors Fiscals del Col·legi d'Economistes de Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'Imposició energètica i fiscalitat mediambiental'

Jornada organitzada conjuntament amb Fide Asesores Legales y Tributarios, SL. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'L'intercanvi automàtic d'informació bancària'

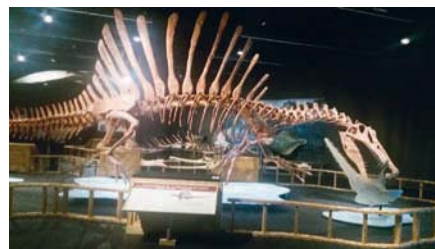
Sessió temàtica a càrrec de José María Alfin, advocat, soci de Cases & Lacambra. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'Ajornaments, qüestions concursals i directrius del pla de control en matèria de recaptació'

Conferència amb la participació de Soledad García López, directora del Departament de Recaptació de l'AEAT, i Gonzalo García de Castro, delegat especial de l'Agència Estatal d'Administració Tributària a Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*

Grup de Treball dels Economistes Sèniors



Visita guiada al Museu Blau de Barcelona



'El futur és sènior. La revolució demogràfica i el futur professional dels treballadors sèniors'

Conferència amb la participació de Laura Rosillo, màster en RH per ESADE. *Coach digital independent* a l'Observatorio del Aprendizaje en la Madurez-Red Sénior Carisma. Videoconferències amb la seu de Lleida. Video disponible a [youtube.com/economistescat](https://www.youtube.com/economistescat).*



'Podem frenar l'escalfament de la Terra per reduir el canvi climàtic?'

Conferència amb la participació de Josep A. Poch, doctor en Farmàcia. Videoconferències

amb les seus de Girona i Tarragona. Vídeo disponible a [youtube.com/economistescat](https://www.youtube.com/economistescat).*



'Visita cultural guiada a Sant Cugat del Vallès'

Visita al monestir (església, claustre i museu) i ruta modernista i noucentista.



Projecció i debat del documental

'Barcelona, abans que el temps ho esborri'

Cinefòrum Sèniors amb la participació de la directora, Mireia Ros, i la productora, Marta Figueras.



Visita al conjunt monumental del Turó de la Seu Vella de Lleida

Guiada per Joan Ramon González, que és president de l'Associació Amics de la Seu Vella i cap de la secció d'Arqueologia de l'IEI.



'Reflexions i consideracions per a una gestió de l'aigua per al segle XXI'

Conferència a càrrec d'Antoni Freixes, doctor en Ciències de la Terra (Hidrologia Subterrània) per la Facultat de Ciències de la Terra de la Universitat de Barcelona. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.

Comissió Gestora



'Guía práctica para el recobro de deudas. Cómo obtener porcentajes de recobro más elevados y hacer juego mate a los morosos'

Presentació del llibre a càrrec de Pere Brachfield, autor del llibre, i Mariano Domingo, representant d'FC Editorial, que ha publicat el llibre. Va presentar i moderar Jordi Goula, economista i periodista. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.



Assemblea de col·legiats

Per a l'aprovació dels estats financers i els comptes anuals de l'exercici 2016.



Sant Jordi al Col·legi

Celebració de la festivitat de Sant Jordi a la seu de Barcelona del Col·legi.



Benvinguda als nous col·legiats

Amb la participació del degà, Joan B. Casas, i del gerent del Col·legi d'Economistes de Catalunya, Maurici Olivé, que van lliurar el carnet i els diplomes als nous col·legiats dels mesos de gener a abril del 2017.



'Els set hàbits de l'empresari proactiu'

Conferència amb la intervenció d'Oriol López Villena, economista, assessor fiscal i auditor de comptes. Autor del llibre.



'Agbar, un model de futur: gestió sostenible i impacte econòmic'

Conferència a càrrec de Josep Bagué, director general d'Agbar. Va moderar Joan Ràfols, president de la Comissió d'Economia i Sostenibilitat del Col·legi d'Economistes de Catalunya, i va donar la benvinguda Joan B. Casas, degà del Col·legi d'Economistes de Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.

Comissió d'Economia i Sostenibilitat



'¿Es sostenible el actual sistema tarifario español de la energía eléctrica?'

Taula rodona amb la participació de Xavier Corduncillo, enginyer industrial; Oriol Xalabarder, conseller delegat de l'Electra Caldense SA, i Xavier Massa, investigador de la Càtedra de Sostenibilitat Energètica de la Universitat de Barcelona. Va presentar Ana García, vicepresidenta de la Comissió d'Economia i Sostenibilitat del Col·legi d'Economistes de Catalunya, i va moderar Josep Ballart, enginyer superior de telecomunicacions. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona. Vídeo disponible a [youtube.com/economistescat](https://www.youtube.com/economistescat).*



Presentació del Tercer Informe sobre el Canvi Climàtic a Catalunya (TICCC): Riscos i oportunitat

Amb la participació d'Arnau Queralt Bassa, director del Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya (CADS), i del doctor Javier Martín Vide, climatòleg i catedràtic de Geografia Física de la UB. Acadèmic de la Reial Acadèmia de Ciències i Arts de Barcelona i membre de la corresponent de l'Académie Royale des Sciences d'Outre-Mer (Bèlgica) com a ponents.

Comissió d'Auditors de Comptes | REA+REGA Catalunya



'El dret de separació del soci en cas de falta de distribució de dividendes i l'auditor de comptes'

Sessió tècnica d'auditoria amb la participació de Beatriz Castelar, advocada i sòcia de Bufete Barrilero & Asociados, i Lluís E. Guerra, economista i auditor, soci-director d'Audítia i membre de la Comissió d'Auditors de Comptes | REA+REGA Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'Anàlisi de l'impost sobre societats 2016. Implicacions per a l'auditor de comptes'

Sessió tècnica d'auditoria a càrrec de José Manuel Lizanda, cap de la Unitat Regional d'Inspecció a la Delegació Especial de l'AEAT de Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.*

Comissió de Comptabilitat (comissió conjunta CEC-ACCID)



'Claus de la gestió del marge per maximitzar el benefici'

Conferència amb la participació de Francisco M. López, enginyer de Gestió, consultor-formador. Expert en la gestió orientada al marge. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona.*



'Els comptes anuals i la informació no financera'

Conferència a càrrec d'Antonio Somoza, doc-

tor en Ciències Econòmiques i Empresariales, i Luis Piacenza, enginyer industrial, MBA i MSc, soci-director general de Serveis Globals de Sostenibilitat de Crowe Horwath. Videoconferència amb la seu de Tarragona.

Comissió d'Economia i Finances de l'Esport



'Avaluació del pes econòmic de l'esport a la província de Barcelona'

Presentació de l'estudi a càrrec de Júlia Bosch, economista i autora de l'estudi, i Elisenda No-guera, cap de l'Oficina d'Activitats Esportives de la Diputació de Barcelona. Van donar la benvinguda Alfred Albiol, vicedegà del Col·legi d'Economistes de Catalunya, i Josep Salom, diputat delegat d'Esports de la Diputació de Barcelona. La introducció va anar a càrrec de José M.^a Gay de Liébana, president de la Comissió d'Economia i Finances de l'Esport. Vídeo disponible a youtube.com/economistescat.*



'Impacte econòmic, social i polític del dopatge en l'esport'

Conferència a càrrec de Fermín Morales, catedràtic de Dret Penal a la UAB i president del Comitè Antidopatge de la Reial Federació Espanyola de Tennis, i Enrique Gómez-Bastida, exdirector de l'Agència Espanyola de Protec-



ció de la Salut en l'Esport (AEPSAD). Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona. Vídeo disponible a youtube.com/economistescat.

Comissió d'Economia de la Salut



'Ajustos presupostaris a la sanitat catalana: el període 2009-2013'

Dinar-col·loqui a càrrec de Lluís Bohigas, economista i doctor en Ciències Econòmiques.*

Comissió d'Economia Internacional i Unió Europea



'L'impacte de la marca empresarial a Europa'

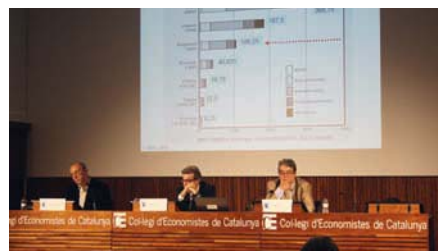
Conferència amb la participació de Mercedes Collantes, sòcia de Vallejo & Asociados, *headhunter* i experta en desenvolupament de marca personal en organitzacions, i Humberto Salerno, periodista i *strategy manager* de Krowten, agència especialitzada en marques. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.*



'Pime global'

Taula rodona a càrrec dels ponents Joan Díaz, economista, director general de JDA i vicepresident de la xarxa internacional SFAI, i Pep García, economista i director general de Maxchief Europe.

Comissió d'Economia del Turisme



'Reflexions sobre l'energia, el canvi climàtic i el turisme. D'on venim, on som i... cap on podríem anar?'

Conferència a càrrec de Mariano Marzo, catedràtic d'Estratigrafia de la Universitat de Barcelona. Col·legiat d'Honor del Col·legi d'Economistes de Catalunya. Videoconferències amb les seus de Girona, Lleida i Tarragona. Vídeo disponible a youtube.com/economistescat.*



'El restaurant 7 Portes.

Records del passat, empresa d'avui'

Debat a càrrec de Francesc Solé Parellada, economista i enginyer industrial. Catedràtic d'Economia de la UPC. Propietari del restaurant 7 Portes.

Comissió Mercantil, Concursal i d'Experts Judicials



'Nuevo método de inversión.

La subasta concursal electrónica (código 52)'

Presentació del llibre a càrrec de Rafael Huerta, lletrat de l'Administració de Justícia del Jutjat Mercantil núm. 7 de Barcelona i autor del llibre. Va donar la benvinguda Alfred Albiol, vicedegà del Col·legi d'Economistes de Catalunya i president del REFOR del Consell General d'Economistes, i va presentar Juan Garnica, president de la secció 15 de l'Audiència Provincial de Barcelona. Videoconferències amb les seus de Girona i Tarragona.

TARRAGONA



'Estudi d'impacte econòmic i turístic del PDU del Centre Recreatiu Turístic de Vila-seca i Salou sobre el territori'

Acte de presentació amb la participació de Juan Antonio Duro, coordinador de l'estudi i catedràtic d'Economia del Departament d'Economia de la URV, i amb Maria Llop, professora titular del Departament d'Economia de la URV.



Primera reunió del Grup de Joves Economistes de Tarragona



'Obligacions tributàries 2017'

Cafè col·loqui entre membres de la seu de Tarragona del Col·legi d'Economistes de Catalunya i membres de l'Agència Estatal d'Administració Tributària de Tarragona, amb la participació de Joaquín Albisu, delegat d'Hisenda a Tarragona; Jaime Estrada, cap de Pecapació de l'AEAT de Tarragona, i German Puerto, cap de la Dependència d'Informàtica de l'AEAT de Tarragona.



Participació en el Fòrum de l'Ocupació Universitària de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV



I Sessió de formació sobre el compte de resultats i anàlisi del programa CONSOLIDA'T

Amb el suport de la Generalitat de Catalunya i que va comptar amb la participació de Xavier Mas, assessor del programa.



Jornada Reempresa, l'alternativa a la creació d'una empresa

Amb la participació d'Albert Colomer, economista i director del Centre de Reempresa de Catalunya.



Acte de presentació del programa Reempresa-GLOBALLEIDA

Amb la intervenció d'Antoni Abad, president de la CECOT i del Centre de Reempresa de

Catalunya; d'Albert Colomer, director del Centre de Reempresa de Catalunya, i de Ramon Roca, president executiu de GLOBALLEIDA.



Altes i baixes de socis en les cooperatives. El seu context societari, econòmic i laboral

Taller dinamitzat per experts en economia social i cooperativa.



Participació del Col·legi en la Fira UdL Treball



Aconseguir més d'un 35% de descompte en la contractació del producte vLex Assessor.



Oferta col·legiat

65€/mes

Pràctic de regal



L'OPINIÓ DELS EXPERTS

Deu temes clau per a Catalunya

Durant el curs 2015-2016, la Comissió d'Economia Catalana, presidida per Modest Guinjoan, ha fet un cicle de conferències amb el nom 'Deu temes clau per a Catalunya', que analitza la situació de l'economia catalana i els escenaris de futur

DAVID ROS SERRA, membre de la Comissió d'Economia Catalana del Col·legi d'Economistes de Catalunya
davidros@economistes.cat

El futur de l'economia d'una Catalunya independent ha estat objecte d'una profunda anàlisi a les conferències organitzades per la Comissió d'Economia Catalana del CEC.

El punt de partida, el finançament de Catalunya

Albert Carreras va analitzar el dèficit fiscal de Catalunya, d'entre un 8 i el 5% del PIB segons el càlcul de les balances fiscals fet per l'Estat, corroborat per un estudi de la Cambra de Comerç de Barcelona. Per a Carreras, Catalunya surt desfavorida per una actitud netament hostil de l'Estat, que accepta privilegis de finançament per a tots, uns per ser especials, d'altres per ser capital i d'altres per ser més pobres, que paguen catalans, balears i valencians. Catalunya, que pateix també una sotsinversió pública crònica respecte del PIB i la població, va intentar corregir el dèficit amb un nou Estatut d'autonomia que garantís durant set anys (2007-2013) que la inversió estatal en infraestructures fos en la mateixa proporció que el pes del PIB català en l'espanyol. No més es va complir el primer any. La manca d'una política econòmica coherent fa de la discrecionalitat norma; l'Estat té clares les

prioritats: Madrid, mai Barcelona. Carreras va recordar que en els pitjors moments de la crisi, els recursos fiscals generats per Catalunya van ser suficients per atendre les seves despeses i ho serien per atendre les d'un Estat independent.

En el debat *Catalunya Estat: viabilitat econòmica i costos de transició*, **Antoni Castells**, exconseller d'Economia i catedràtic d'economia de la UB, i **Miquel Puig**, doctor en Economia, coincidien en la viabilitat econòmica d'una Catalunya independent. Segons Puig, aquesta viabilitat no hauria de generar debat, ja que compleix els requisits

Catalunya va intentar corregir el dèficit amb un nou Estatut que equilibrés la inversió estatal en infraestructures amb el pes del PIB català en l'espanyol

indispensables de qualsevol Estat: un saldo positiu en la balança per compte corrent, un equilibri fiscal suficient i unes perspectives pel cobrament de les pensions millors que les de l'Estat espanyol.

Disposar dels recursos econòmics i gestionar-los

Lluís Salvadó, secretari d'Hisenda, va explicar que en un any es tindran desplegades del tot les competències pròpies d'una Hisenda autonòmica, com són la recaptació executiva i la liquidació dels impostos propis i cedits, mentre es van construint les estructures d'una nova Hisenda per a la gestió de les duanes i el cadastre. Sobre les pensions, **Concepció Patxot**, professora d'Economia, va dir que es pot reproduir un sistema català de Seguretat Social per pagar les pensions i l'atur.

Natàlia Mas, directora general d'Anàlisi Econòmica i execonomista d'Estabilitat Financera del BCE, va considerar dos grans escenaris: una solució pactada amb l'Estat espanyol amb readhesió automàtica a la UE o un desacord i veto d'Espanya, "altament improbable per motius econòmics". En cas de desacord, el manteniment de l'euro està garantit i apuntava la importància que Catalunya signi un acord monetari amb el BCE com Andorra, Mònaco, San Marino o el Va-

ticà. Això garantiria l'accés directe a la liquiditat del BCE, així com a la infraestructura europea de pagaments interbancaris i de liquidació de valors. Mas va subratllar que l'acord portaria a l'acceptació dels actius financers emesos a Catalunya i la creació d'un banc central català aportaria beneficis nets per a l'economia catalana.

Jaume Terribas, economista i exinspector del Banc d'Espanya, va assegurar que amb la independència hi haurà poques alteracions en un sistema bancari que únicament busca el negoci. **Antoni Serra Ramoneda**, catedràtic emèrit de la UAB, va explicar que l'operativitat dels bancs seria la mateixa. I **Jordi Molins**, expert en banca, va destacar que, com que les institucions europees actuen de manera preventiva, actuarien abans que hi hagués cap terratrèmol. Respecte del deute, els economistes **David Ros** i **Pere Miret** van concloure que el que suporten els catalans pel fet de formar part de l'Estat és superior al que tindrien en una Catalunya independent. Aquesta naixeria amb un endeutament situat entre el 50 i el 75% del PIB, molt per sota de la mitjana de la UE, comparat amb el de la Catalunya autonòmica, superior al 105% del PIB considerant la suma del deute propi i del deute net de l'Estat espanyol que es paga a través de l'esforç fiscal. Catalunya no seria un Estat especialment endeutat i podria començar la seva vida amb una economia sanejada. Mentre, l'operador de bons **Robert Casajuana** va destacar el paper que podrien tenir socis comercials internacionals com a potencials tenedors dels bons de Catalunya. Va subratllar la importància que tindria la difusió

“L'economia catalana necessita unes infraestructures al servei de l'exportació”

de les característiques de l'economia catalana, que seria clau per reforçar la imatge de la solvència a escala internacional entre els inversors de les principals places mundials.

Poder decidir. Disposar d'una regulació pròpia

● **Pensions.** Patxot va afirmar que per millorar el sistema de pensions d'una Catalunya Estat caldria completar la contributivitat del sistema abans d'aplicar criteris de sostenibilitat. D'aquí set o vuit anys veurem les conseqüències de l'envelliment de la població quan una generació nombrosa, longeva i amb pocs fills arribi a la jubilació i es doni un augment de la taxa de dependència. Una situació que només es pot solucionar recuperant actius, apostant pels nens, les dones i els immigrants i retardant la jubilació.

Sobre la sostenibilitat de les pensions, deia, una Catalunya independent garantiria les pensions millor que l'Estat espanyol, atès que Catalunya genera més ingressos a la Seguretat Social en relació amb el PIB, té una ocupació i una cotització mitjana superiors, compta amb més persones que cotitzen, té menys envelliment de la població i hi ha més productivitat i uns salaris més alts.

● **Energia.** **Assumpta Farran**, directora de l'Institut Català de l'Energia; **Ramon Garriga**, expresident de l'Institut Català de Tecnologia, i **Joan Vila**, professor de la Universitat de Girona, van coincidir que una Catalunya Estat no tindria problemes de subministrament energètic. Van subratllar la importància d'apostar per les renovables i per adaptar les xarxes a l'autoconsum. Per a Farran, el gran repte és encaixar la transició energètica cap a un model horitzontal, en què participin els ciutadans, que posi sobre la taula l'autoconsum i on puguin autogestionar les xarxes energètiques. Garriga va dir que estariem més confortables amb un impuls a les renovables a Catalunya i caldrà que les xarxes s'hi adequin. Vila va subratllar la necessitat de crear un model energètic que tingui com a base la productivitat i l'eficiència. I va destacar que Catalunya té una gran oportunitat d'implantar un model altament flexible que prescindi de l'energia nuclear i que aposti per una tecnologia d'energies renovables molt més eficient que fa uns anys: “El cost de l'electricitat seria un 33% inferior” amb un estalvi de 1.000 milions d'euros anuals.

● **Infraestructures.** **Ricard Font**, secretari d'Infraestructures del Departament de Territori i Sostenibilitat, va explicar que el model espanyol sempre ha donat resposta a una

3. **Modest Guinjoan, Joan Ràfols i Amadeu Altafaj.**

4. **Albert Carreras i Modest Guinjoan.**

5. **Concepció Patxot, Joan B. Casas (degà) i Modest Guinjoan.**

6. **Robert Casajuana, Modest Guinjoan i David Ros.**





7. Jaume Terribas, Natàlia Mas, Modest Guinjoan, Antoni Serra Ramoneda i Jordi Molins.

8. J. Angusto, Joan B. Casas (degà), Lluís Salvadó i Modest Guinjoan.

9. Ramon Garriga, Assumpta Farran, Modest Guinjoan i Joan Vila.

10. Ricard Font, Joan B. Casas (degà) i Modest Guinjoan.

economia basada en la proximitat als centres de poder de la capital, mentre que a Catalunya l'economia necessita unes infraestructures al servei de l'exportació. Hi ha la necessitat d'invertir en el corredor Mediterrani, en la xarxa de Rodalies, els desdoblaments pendents a l'N-340 a Tarragona o a l'N-II a Girona i la manca de gestió individualitzada de ports i aeroports. I va apuntar la necessitat de planificar d'una manera integrada el conjunt de les infraestructures. També una aposta clara per un model de transport públic eficient amb especial èmfasi en la xarxa de Rodalies contribuiria a la millora de la qualitat de l'aire. L'única manera de posar en marxa palanques autèntiques de modernització imprescindibles per a l'economia catalana és construint un Estat nou, va explicar.

● **Política de creixement.** Amadeu Altafaj, representant permanent de la Generalitat davant la UE, va comentar que la resposta de Catalunya a la crisi s'alinea amb les iniciatives de creixement de la UE i per això s'ha creat un pla basat en les reformes econòmiques, el sanejament pressupostari i les mesures de suport al creixement per consolidar l'economia de Catalunya, la regió amb millors resultats en la captació d'inversió estrangera.

Transició

Castells va dir que no es poden minimitzar els costos de la transició, si el procés no és pactat, mentre que Puig va considerar que, amb una solució acordada, "si la independència és pacífica i ordenada, els costos són pràcticament nuls". Ambdós van subratllar que el conflicte polític que planteja la independència només es pot resoldre a través d'un referen-

dum. Per a Castells és evident que una Catalunya independent seria viable econòmicament, però amb unes conseqüències econòmiques innegables del conflicte polític si queda fora de la UE i de l'euro. En canvi, per a Puig, "si la independència és pacífica i ordenada aquests són pràcticament nuls".

● **Unió Europea i euro.** Puig, dins dels possibles escenaris, no descartava la possibilitat de sortir de la UE i de l'euro, tanmateix expressava el seu convenciment que els creditors d'Espanya i del BCE pressionarien perquè s'arribés a un acord. Altafaj va explicar que des d'Europa es veu el procés català amb pragmatisme, i que la continuïtat de Catalunya dins la UE i l'euro hauria de ser un interès prioritari i superior a tots els participants, el primer d'ells Espanya. Per la seva banda, Mas va afirmar que Catalunya formarà part de la UE i de la zona euro i que, en el pitjor dels casos, es podria crear un acord monetari que assegurés la continuïtat de facto del sistema monetari i financer actual formant part de l'Espai Econòmic Europeu.

● **El repartiment d'actius i passius.** Jordi Angusto va exposar que el marc legal de separació d'Estats és el dret internacional i

Cal transmetre la percepció que construirem un país més digne i millor amb una Administració més eficient

en particular la Convenció de Viena del 1983. No hi ha cap precedent de secessió amb un deute públic tan gran com l'espanyol ni amb un dèficit fiscal tan gran com el català. Aquestes particularitats fan singular el nostre cas. L'Estat té a Catalunya el 2,6 % dels immobles, que representa l'1% de metres quadrats, fet que reflecteix els serveis que presta (policia, ensenyament, sanitat...). La separació dels actius i dels passius tindria una altra singularitat, l'import del forat patrimonial de l'Estat, molt superior als 300.000 milions d'euros, que farà que els negociadors catalans es pensin molt bé la part dels actius no territorialitzats que vulguin assumir.

Un país més digne i millor

Salvadó va afirmar que cal convèncer i transmetre la percepció que no canviarem banderes sinó que construirem un país més digne i millor amb una Administració més eficient i propera. Els primers passos els desenvolupa el Parlament de Catalunya en tres paquets de lleis (transitorietat, codi tributari i protecció social) entre els quals el codi tributari articularà el conjunt de matèries legislatives per regular les administracions tributàries i el règim fiscal de manera que en el moment de la desconexió estarà preparat allò imprescindible per funcionar i després es perfeccionarà. ■

FRANCESC REGUANT, VICEPRESIDENT DE LA COMISSIÓ D'ECONOMIA AGROALIMENTÀRIA DEL COL·LEGI D'ECONOMISTES DE CATALUNYA

“OBEALIMENTÀRIA és una eina de gestió del coneixement del sector”

Francesc Reguant dirigeix l'Observatori de l'Economia Agroalimentària que ha impulsat la Comissió d'Economia Agroalimentària del Col·legi d'Economistes de Catalunya, de la qual és el vicepresident

CLARA BASSOLS, periodista
Departament de Comunicació del Col·legi d'Economistes de Catalunya
cecpremsa@coleconomistes.cat

Llicenciat en Ciències Econòmiques per la UB, MBA en Funció Directiva per l'Escola d'Administració Pública de Catalunya i expert en el sector agroalimentari, Reguant ha estat director d'Administració i Sistemes d'Informació de l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA) i cap del Gabinet Tècnic del Departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya.

El juny del 2016 es va publicar la primera edició de l'OBEALIMENTÀRIA, un observatori de l'economia agroalimentària que es pot consultar on-line i que té una periodicitat mensual. Quin tipus de continguts s'hi poden trobar?

Iniciem cada OBEALIMENTÀRIA mensual amb un reportatge-entrevista sobre un tema d'actualitat o de preocupació per al sector. Alhora disposem d'un espai per a opinions d'experts. El *Quadre de Comandament* presenta els indicadors i les estadístiques més rellevants actualitzats del sector agroalimentari en un format ordenat i sintètic. A més hi ha un espai per a documents sobre la dinàmica dels subsectors agroalimentaris, sobre fets empresarials rellevants o sobre eines específiques per a l'agroalimentació. Finalment disposem de l'espai *Agrofòrum 2050*, que compartim amb altres entitats sobre temes que ens marquen el futur a llarg termini (innovació, canvi climàtic, bioeconomia, etcètera).



Quin és el seu principal objectiu?

OBEALIMENTÀRIA és una eina de gestió del coneixement sobre el sector agroalimentari. D'una banda, pretén aportar informació objectiva i eines per facilitar la gestió del primer sector manufacturer de Catalunya. En segon lloc, donar visibilitat al món agroalimentari entre els economistes i la societat en general. L'agroalimentació compta amb unes dinàmiques pròpies derivades d'un conjunt de característiques com la peribilitat de la producció, l'alta dependència de factors externs de

caire climàtic i sanitari, una molt alta volatilitat o el fet de ser un sector anticíclic. Millorar el coneixement sobre aquest sector pot afavorir l'adopció de decisions més encertades.

El Col·legi compta amb la col·laboració d'altres entitats del sector per elaborar aquest observatori?

OBEALIMENTÀRIA compta amb el patrocini de Cajamar i del Grup Borges. A més, en són col·laboradors la Federació de Cooperatives Agroalimentàries de Catalunya (FCAC), la Federació Catalana d'Indústries de la Carn (FECIC), la Federació Avícola Catalana (FAC) i Mercabarna.

Quines altres activitats s'impulsen des de la Comissió d'Economia Agroalimentària?

Organitzem debats sobre temes que preocupen el sector, així com conferències per conèixer els principals actors del món agroalimentari o sobre temes innovadors. També impulsem visites per conèixer in situ empreses punteres. A més voldria aprofitar per recordar que la Comissió d'Economia Agroalimentària està oberta a la participació de tots els economistes que ho desitgin.

Quin paper poden desenvolupar els economistes en el sector agrari?

Hi ha un dada de la qual no dispo de confirmació estadística, però que trec de la mostra de l'entorn que conec, per la qual al sector agroalimentari els economistes s'han quedat en l'àmbit de la direcció financera i han deixat la direcció general a professions més vinculades al procés productiu com ara agrònoms o veterinaris. Penso que fóra bo que els economistes s'impliquessin més en la direcció de l'empresa amb tota la seva complexitat, la qual cosa aportaria una solidesa més gran en la gestió i més amplitud en la planificació estratègica. ■

Revista tècnica

DE LES COMISSIONS I GRUPS DE TREBALL

Resum dels continguts del tercer número de la 'Revista tècnica' corresponent al mes de maig del 2017 pel que fa a les Comissions i Grups de Treball



Impacte del 'big data' en el sector salut

Comissió d'Economia de la Salut

Bioinformàtica Barcelona (BIB) col·labora amb agents del sistema del sector salut i ciències de la vida i amb agents del sector del coneixement en l'entorn de tecnologies *big data* amb l'objectiu de facilitar l'execució de projectes que millorin la qualitat dels serveis de salut a tota la població.

Turisme i sistema

Comissió d'Economia del Turisme

El sistema econòmic actual i global és l'economia de mercat, que no és el mateix que l'economia amb mercat prèvia a la revolució industrial. A l'economia de mercat li calen nous productes per generar riquesa i ocupació. El turisme és sens dubte un dels més necessaris. I amb més futur.

Agricultura en els espais urbans i periurbans

Comissió d'Economia Agroalimentària

L'agricultura urbana té uns objectius socials i educatius, mentre que la periurbana té un fi productiu. A l'article es des-

criuen estratègies de com els agricultors periurbans s'adapten a la proximitat de les ciutats.

La felicitat també compta

Comissió d'Economia i Sostenibilitat

Les avaluacions subjectives directes es postulen com una bona eina per mesurar el benestar. El 5è Informe sobre la felicitat al món de la Xarxa de Solucions per al Desenvolupament Sostenible, vinculada a les Nacions Unides, va en aquesta direcció.

Com s'aborda el Reglament de la Llei d'auditoria

Comissió d'Economistes Auditors de Comptes

Les claus en l'elaboració del reglament són facilitar l'aplicació de la llei, proporcionar als auditors una normativa àgil, moderna i en línia amb els països del nostre entorn i que no perjudiqui els petits i mitjans auditors.

La gestió de la informació com a estratègia de creixement

Comissió d'Organització i Sistemes d'Informació

Com podem mantenir la continuïtat i la rendibilitat de les nostres empreses en un entorn tan dinàmic i complex com l'actual? Una part molt important de la resposta resideix en la gestió de la informació: han de ser aspectes fonamentals que cal tenir presents en l'estratègia de tota organització i són claus per a la seva competitivitat.

Anàlisi dels obstacles, suports i recomanacions a l'activitat emprenedora a Catalunya (II)

Grup de Treball d'Emprenedoria

Els tres principals obstacles a Catalunya el 2015 per impulsar l'activitat emprenedora són accés al finançament, polítiques públiques i capacitat emprenedora.

Nous impostos a Catalunya i modificacions

en els tributs cedits

Comissió d'Assessors Fiscals

Comentem les normes tributàries de la Llei 5/2017, de mesures fiscals, administratives, financeres i del sector públic i de creació de nous impostos a Catalunya, així com les normes tributàries dels pressupostos generals de l'Estat per al 2017.

La informació normalitzada a l'inversor minorista

en la comercialització dels fons d'inversió o IIC

Comissió d'Economia Financera/GT EAFI

La informació que, obligatòriament, s'ha de donar a l'inversor minorista, en relació amb els instruments d'inversió, ha augmentat significativament per fer la seva redacció més entenedora pel gran públic.

Les màximes de l'experiència als informes de l'economista

Comissió Mercantil, Concursal i d'Experts Judicials

Les màximes d'experiència diferencien els economistes als seus informes. La seva aplicació ha de facilitar la comprensió d'uns fets o situacions. Intentant arribar al convenciment dels fets contravenints, l'economista ha d'acudir a tota la ciència al seu abast... Sense confondre l'objecte del judici i el de l'informe proposat.

XXIII i XXIV fòrums d'inversió i projecte europeu Social Investment Ready (SIR)

Economistes BAN

Economistes BAN presenta al XXIII i al XXIV fòrum 14 *start-ups* de sectors diversificats, el projecte europeu Social Investment Ready (SIR), en què el CEC participa com a associat, i la ponència *Coinvertir amb inversors privats per impulsar el pla de negoci-préstecs participatius IFEM*. ■

Una cosa és dir que treballem en PRO dels professionals. Una altra és fer-ho:

Compte Expansió Plus PRO

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

T'abonem el 10% de la teva quota de col·legiat*

0

comissions d'administració i manteniment.

+ 1%

de devolució en els principals rebuts domiciliats i sobre les compres amb targeta de crèdit en comerços d'alimentació.¹

+

Remuneració fins a 3% TAE

Primer any fins a 2,74% TAE. Saldo màxim remunerable 10.000 euros.²

Truca'ns al 902 383 666, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

El compte Expansió Plus PRO requereix de la domiciliació d'una nòmina, pensió o ingrés regular mensual per un import mínim de 3.000 euros (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular). Així mateix, també cal haver-hi domiciliat 2 rebuts domèstics en els 2 últims mesos. Oferta vàlida, a partir del 6 de febrer de 2017.

*Fins a un màxim de 50 euros anuals per compte, amb la quota domiciliada. L'abonament es farà durant el mes de gener de l'any següent.

1. Rebuts domiciliats que corresponguin, com a emissor, a organitzacions no governamentals (ONG) registrades en l'Agència Espanyola de Cooperació i els rebuts de col·legis, escoles bressol i universitats carregats durant el mes. S'ha de tractar de centres docents espanyols (públics, privats i concertats) i en queden excloses les despeses d'acadèmies particulars, col·legis professionals o despeses diferents a les d'escolarització. Tampoc s'hi inclouen les despeses en concepte de postgraus, màsters i doctorats. Operacions de compra fetes a crèdit incloses en la liquidació del mes, amb les targetes modalitat Classic, Or, Premium, Platinum i Shopping Or el contracte de les quals estigui associat a aquest compte, en els establiments comercials d'alimentació inclosos, que es poden consultar en la pàgina www.bancsabadell.com/compteexpansioplus. Mínim de 5 euros i fins a 50 euros al mes.

2. Per tenir accés a aquesta retribució, els titulars han de tenir un saldo mitjà mensual en el banc superior a 30.000 euros en recursos, calculat com la suma de saldos del mes anterior de: comptes a la vista, dipòsits, renda fixa a venciment, assegurances de vida-estalvi, fons d'inversió, valors cotitzables i no cotitzables, plans de pensions, plans de previsió d'EPSV i BS Fons Gran Selecció. No es tindrà en compte per al càlcul del saldo mitjà el saldo existent en aquest Compte Expansió Plus PRO ni en cap altre de les mateixes característiques en què els titulars siguin intervinents. Sí que es tindrà en consideració el nombre de cotitulars, per la qual cosa el saldo mínim existent en l'entitat com a requisit serà el pres proporcionalment per a cada cotitular. No es remuneraran els saldos durant el primer mes de vida del Compte Expansió Plus PRO.

En cas que no s'assoleixi per part dels titulars el saldo mínim que dona dret a la retribució del Compte Expansió Plus PRO, la liquidació es farà al 0% per aquest concepte.

Rendibilitat primer any: per al tram de saldo diari que excedeixi els 10.000 euros: 0% TIN. Per al tram de saldo diari des de 0 fins a un màxim de 10.000 euros: 2,919% TIN, 1,8191% TAE (calculada tenint en compte els dos tipus d'interès per al supòsit de permanència del saldo mitjà diari durant un any complet des de l'alta del compte). Exemple de liquidació: saldo en compte de 15.000 euros diaris, saldo diari sobre el qual es remunera: 10.000 euros; freqüència mensual; interessos liquidats en l'any: 270,82 euros.

Rendibilitat resta anys: per al tram de saldo diari que excedeixi els 10.000 euros: 0% TIN. Per al tram de saldo diari des de 0 fins a un màxim de 10.000 euros: 2,919% TIN, 1,9910% TAE (calculada tenint en compte els dos tipus d'interès per al supòsit de permanència del saldo mitjà diari durant un any complet a partir del segon any del compte). Exemple de liquidació: saldo en compte de 15.000 euros diaris, saldo diari sobre el qual es remunera: 10.000 euros; freqüència mensual; interessos liquidats en l'any: 295,96 euros.

Pot fer extensiva aquesta oferta als seus empleats i familiars de primer grau.

sabadellprofessional.com

Captura el codi QR i coneix la nostra news 'Professional Informa'



Jornada dels **CE**conomistes 2017

**"Intel·ligència artificial i transformació digital 4.0
a l'economia, a les empreses i a la societat"**

#JornadaCEC2017

Barcelona, 27 d'octubre

Tarragona, 16 de novembre

Girona, 9 de novembre

Lleida, 23 de novembre