



Javier López y García de la Serrana  
Director de HispaColex

# Frente a la crisis, continuar con la Empresa

## Sumario



### LA CLAVE

- 4** La incidencia del seguro obligatorio en los alumnos de autoescuela

### DE ACTUALIDAD

- 6** Sin margen de beneficio

### INVERTIR EN LA EMPRESA

- 8** El uso sindical del correo electrónico en el trabajo

### ENTREVISTA

- 10** Juan Antonio Xiol Ríos

### A TENER EN CUENTA

- 13** La empresa familiar: El protocolo familiar

### JURISPRUDENCIA

- 16** Sentencias

### NOTICIAS

- 18** Hispajuris celebra su asamblea anual  
HispaColex renueva su certificación Aenor

**A**unque a veces parece que las empresas tienen su propia vida, realmente no son nada sin el aliento de las personas que las dirigen. Por tanto, las acciones concretas para actuar contra la crisis deben partir de aquellos que sienten la empresa, que luchan por ella, es decir, de los empresarios, no de la Administración. Y es que el obstáculo más difícil de sortear es la propia idea de estar en crisis, pues esta no es meramente económica, sino que también es una crisis de ideas, de proyectos y de iniciativas. Guardar la ropa y dejar de nadar es el escollo más peligroso de esta crisis, que insisto, no es sólo económica.

Se debe salir de la idea de crisis desde dentro de cada individuo, contagiando al entorno con la emoción y el gusto por el riesgo de abrir la vida a lo desconocido, es decir a la vida misma, pues una empresa con futuro nunca podrá ser una empresa que se aferre a las seguridades. Hay que conseguir dar con las ideas que desarrollen de nuevo la actividad y mantengan a su vez la identidad para la empresa, para ello tenemos que sentir que podemos salir de esta situación, que existen muchas oportunidades en el mercado actual.

Todos podemos actuar contra la crisis, empezando por crear nuestro propio discurso, y no repetir los mismos mensajes negativos que se nos trasmiten. Tenemos que contagiar confianza, empezando por nuestro entorno, nuestros socios y nuestros trabajadores, recordándoles las decisiones que nos llevaron a los pequeños y grandes éxitos que hemos conseguido en nuestra carrera empresarial, y asegurarles que podemos volver a hacerlo.

La clave del éxito, con o sin crisis, sigue siendo la misma: diferenciarte, innovar, buscar oportunidades, creer en ti, en tu empresa y en tu equipo. Hoy más que nunca hay que pensar en cómo adaptar nuestros servicios, productos o mensajes para ayudar a nuestros clientes. El objetivo no es que todo siga igual empeñándonos en viejos hábitos, sino que es el momento de asumir el cambio como objetivo, no como estrategia. No es la primera vez que nos enfrentamos a un reto, debemos recordar que ya lo hicimos cuando empezamos, y a lo largo de estos años hemos superado muchos obstáculos, por eso hoy más que nunca hay que unir esfuerzos, señalar el camino y repetir nuestra visión.

  
**HispaColex**  
 

EDITA: HISPACOLEX Servicios Jurídicos S.L.P. CIF: B-18682419  
Trajano nº 8 - 1<sup>a</sup> Planta • Oficinas B, C, D, E, H, I, J y K • 18002 Granada  
e-mail: info@hispacolex.com / www.hispacolex.com

DIRECTOR: Javier López y García de la Serrana  
COORDINADORA: María Jesús Gilabert Romero  
CREATIVIDAD, DISEÑO E IMPRESIÓN: Aeroprint Producciones S.L.  
DEP. LEGAL: 1023/2006