



Javier López y García de la Serrana
Director de HispaColex

Nuevas ideas, nuevos mercados

Sumario



LA CLAVE

- 4** Nueva Ley de medidas de fomento y agilización del alquiler

DE ACTUALIDAD

- 6** La reforma laboral: Empezar la casa por el tejado

INVERTIR EN LA EMPRESA

- 8** Facturación irregular: Consecuencias en el ámbito penal y administrativo

ENTREVISTA

- 10** José Torres Hurtado

A TENER EN CUENTA

- 13** El nuevo marco legal de las operaciones vinculadas

JURISPRUDENCIA

- 16** Sentencias

NOTICIAS

- 18** HispaColex participa en las jornadas económico-jurídicas de DEYCO en Kiev. HispaColex estará presente en el parque empresarial más grande de Marruecos.

España saldrá fortalecida de esta crisis y con la lección muy bien aprendida de que cualquier medida debe de estar adaptada a la nueva economía globalizada. En conclusión, ya no volveremos a estructurar nuestras empresas pensando en un mercado nacional. Estas dos frases, que bien pudieran ser de un diario de ayer, formaban parte de la editorial de esta Gaceta Jurídica de enero de 2009. Hace por tanto año y medio de las mismas y no sólo no han perdido vigencia, sino que se hacen más presentes cada día.

La empresa siempre necesita nuevas ideas y nuevos mercados, pero ahora más que nunca necesita cruzar las fronteras de la innovación. Nuevos procesos, nuevos productos y nuevos modelos de negocio son imperativos para mantenerse a flote en el mercado actual. Además de ello, emprender un proceso de internacionalización puede ser una excelente manera de expandir las fronteras de la innovación.

La experiencia de los últimos años indica que los procesos de internacionalización de la empresa crean magníficas oportunidades para generar ideas innovadoras. Salir a los mercados globales es la mejor manera de conocer de primera mano lo que está sucediendo en el mundo, para impulsar el desarrollo de productos y modelos de negocio nuevos. También la internacionalización hacia países en vías de desarrollo constituye una gran oportunidad para innovar.

Hay que ampliar el horizonte de mira, evaluar nuevos mercados. Quizá una empresa no tenga futuro en Granada, pero sí en Málaga o en Murcia. Tal vez sea ya difícil colocar nuestro producto en nuestro país y sea más fácil hacerlo en el mercado del Este o en Sudamérica. Conquistar nuevos mercados es posible si estandarizamos nuestros productos, fomentamos alianzas, compramos en origen, etc. En definitiva, independientemente del sector donde opere la empresa y del país de origen o de destino, existen grandes oportunidades para generar ideas innovadoras a partir de la experiencia internacional.



EDITA: HISPACOLEX Servicios Jurídicos S.L.P. CIF: B-18682419
Trajano nº 8 - 1^ª 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