

Empresa e iniciativa empreendedora (II)

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del "Copyright", bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

COLABORADORES

Redacción y edición de contenidos: **I.D.E.M., SL**

Rafael del Moral Lirola

Técnico Superior de Comercio Exterior

Diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad de Barcelona

Actualización de contenidos: **3.14 Servicios Editoriales, SL**

Josep Vila Coll

Profesor de Economía de Educación Secundaria y Bachillerato

Licenciado en Ciencias Económicas y Diplomado en Ciencias Empresariales

INICIATIVA Y COORDINACIÓN

Centro de Estudios Ceac

Supervisión editorial y metodológica:

Departamento de Creación de Planeta DeAgostini Formación

Supervisión técnica y pedagógica:

Departamento de Enseñanza de Planeta DeAgostini Formación

© Planeta DeAgostini Formación, S. L. U.

Barcelona (España), 2020

ISBN: 978-84-1300-430-3

Depósito legal: B9321-2020

Esquema de contenido

1. INTRODUCCIÓN

2. EL PLAN DE EMPRESA

2.1 Presentación del proyecto

2.2 El plan de marketing

2.3 El plan de producción

2.4 El plan de organización

2.5 El plan jurídico-fiscal

2.6 El plan económico-financiero

2.7 Valoración del proyecto

2.8 La redacción del plan de empresa

ESQUEMA RESUMEN

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Tras la decisión de poner en práctica una idea y crear un negocio, hay que valorar si el proyecto es realmente viable. Se tiene que hacer un estudio que no solo permita calcular los costes y los ingresos al inicio de la actividad, sino también los que se van a producir a medida que la empresa vaya avanzando y llegue a convertirse en un proyecto de éxito. Para realizar este estudio, lo más indicado es analizar las diferentes áreas de la empresa, planificando paso a paso las actuaciones a realizar y los medios que se van a necesitar. Para llevarlo a cabo existe una herramienta muy adecuada: el plan de empresa. Un buen plan de empresa debe tener las siguientes características:

- Es un documento creado y utilizado por los promotores.
- Concreta y desarrolla las ideas principales del proyecto empresarial.
- Permite una buena planificación antes del inicio de la actividad.
- Permite anticiparse a los problemas que puedan surgir y minimiza los imprevistos.
- Es la carta de presentación del promotor ante agentes externos.
- Facilita la defensa del proyecto ante los posibles inversores, entidades financieras e instituciones públicas.

El plan de empresa se compone de un conjunto de planes y otros apartados que, en su conjunto, forman una sola estructura. Son los siguientes:

- **Presentación del proyecto.** Describe la idea de negocio y las características de la empresa que se quiere crear, el producto o servicio que se quiere ofrecer y la presentación de los promotores.
- **Plan de marketing.** Establece, una vez realizado un estudio del mercado, las estrategias a seguir en cuanto a las variables del marketing mix: producto, precio, promoción y distribución.
- **Plan de producción.** Detalla todas las operaciones de la empresa en cada fase, desde el proceso de fabricación del producto o prestación del servicio, hasta los recursos materiales y tecnológicos necesarios para un funcionamiento eficaz y eficiente de dichas operaciones.

- **Plan de organización.** Presenta la estructura organizativa de la empresa y establece los recursos humanos necesarios para el adecuado desarrollo de la actividad empresarial y los procesos a seguir hasta conformar la plantilla.
- **Plan jurídico-fiscal.** Especifica la forma jurídica de la nueva empresa y todos aquellos aspectos legales relativos a su constitución. Incluye todos los requisitos relacionados con la legislación y la fiscalidad de acuerdo con el tipo de empresa y su actividad diaria.
- **Plan económico-financiero.** Evalúa el potencial económico del proyecto empresarial y analiza su viabilidad. Previamente es necesario haber completado el resto de apartados del plan de empresa.
- **Valoración del proyecto.** Destaca los aspectos más importantes del proyecto que hay que tener en cuenta a la hora de presentarlo a agentes externos.

2. EL PLAN DE EMPRESA

El plan de empresa es un instrumento de trabajo que permite desarrollar la idea de negocio, recogiendo y analizando todos los datos y objetivos de cada una de las áreas necesarias para el correcto desarrollo del proyecto.

2.1 Presentación del proyecto

En este primer apartado hay que presentar el proyecto. Esta presentación debe incluir los siguientes elementos:

- **Idea de negocio.** Origen y motivación para la creación de ese negocio, descripción del proyecto que se quiere llevar a cabo y de las oportunidades que tiene. Se trata de una descripción general que, posteriormente, en los siguientes apartados, se podrá explicar y detallar con más profundidad.
- **Descripción de la empresa.** Aquí se debe detallar en qué consiste el negocio, qué tipo de producto o servicio ofrece, una breve descripción de la actividad que se quiere llevar a cabo, el nombre comercial, el logotipo, la marca, etc.
- **Promotores.** En este punto hay que indicar los datos personales de los promotores. Su *curriculum vitae*, indicando su experiencia, habilidades, conocimiento del sector, formación general y formación específica del sector relacionado con el negocio.

La presentación del proyecto tiene que captar la atención de las personas interesadas en este (socios, inversores, entidades financieras, etc.). Es muy importante que la primera impresión sea buena para que estas personas sigan interesadas en el proyecto y continúen leyendo el plan.

2.2 El plan de marketing

El plan de marketing nos permitirá analizar si el proyecto es viable comercialmente. Para desarrollar un correcto plan de marketing hay que seguir tres pasos: el estudio de mercado, la estrategia de marketing y el plan de ventas.

Estudio de mercado

Con el estudio de mercado se busca conocer el perfil y el comportamiento del cliente objetivo, así como determinar el tamaño actual y futuro del mercado, anticipar las reacciones de la competencia y los proveedores e identificar posibles elementos que puedan llegar a transformar algún factor del entorno general. Las fases del estudio de mercado son las que quedan recogidas en la figura 5.1. Con los resultados y conclusiones obtenidos con el estudio de mercado, los promotores podrán planificar la acción comercial a desarrollar y la estrategia de marketing más adecuada. La información que interesa obtener a través del estudio de mercado es: entorno general, competencia, consumidores y localización.

Entorno general

Es importante conocer las características del entorno en que se desarrollará la empresa y, de manera especial, en los siguientes entornos:

- **Entorno social.** En este caso, el estudio de mercado nos dará información sobre los clientes potenciales: nivel de renta, hábitos de consumo, preferencias, etc.
- **Entorno económico.** También es importante conocer la situación económica del país o zona en donde se implementará el negocio, así como su posible evolución a futuro.

- **Entorno legal.** El estudio de mercado también debe recoger las regulaciones legales que puedan afectar al negocio o actividad, desde normativas locales hasta las de carácter nacional o internacional.
- **Entorno tecnológico.** Es necesario tener conocimiento de la tecnología existente en el entorno donde se va a desarrollar el negocio para que este sea competitivo.

Competencia

Es vital saber quiénes son los competidores y sus características: localización, productos y servicios que ofrecen, cuota de mercado, precio, estrategias de promoción utilizadas, medios a su alcance, tecnología utilizada, etc. Una vez obtenida esta información, se tiene que contrastar con las características del negocio y analizar los puntos fuertes y débiles para poder encontrar algún elemento diferenciador que pueda suponer una ventaja competitiva.

Consumidor

El estudio de mercado debe, también, analizar el consumidor y posible cliente del producto o servicio que se ofrece, obtener información sobre quién es y por qué está interesado en la compra o consumo y conocer sus hábitos:

- **Quién compra el producto.** En este punto hay que tener en cuenta que no siempre coinciden el comprador y el consumidor final. En otras palabras, es necesario saber a quién se le va a vender el producto.
- **Dónde compra.** Saber en qué tipo de establecimiento compra el cliente potencial de nuestro producto nos dará información útil para decidir dónde ofrecer el producto.
- **Por qué compra.** También en este momento debemos conocer cuál es la motivación que lleva al consumidor al acto de la compra.
- **Cuánto compra.** Es importante saber la cantidad de producto que compra.

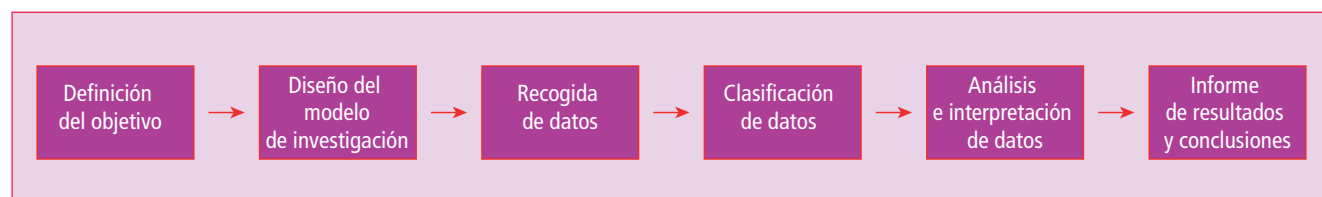


Figura 5.1

- **Cuándo compra.** Finalmente, también hay que conocer si se da un hábito de consumo diario, consumo estacional, consumo periódico, etc.

Localización

Dependiendo del tipo de negocio, la localización física tiene más o menos importancia. Una vez estudiadas las posibles ubicaciones, es necesario analizar las ventajas e inconvenientes de cada alternativa antes de decidirse.

El estudio de los cuatro componentes anteriores se puede complementar con una **matriz DAFO** (figura 5.2), un tipo de análisis que permite conocer las debilidades o fortalezas del negocio (factores internos) y las oportunidades o amenazas (factores externos).

Estrategia de marketing

El marketing es el conjunto de actividades que desarrolla una empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes y con el objetivo de obtener el máximo beneficio. Para llevar a cabo la estrategia de marketing, la empresa se centra en cuatro elementos que forman lo que se conoce como el marketing mix: producto, precio, promoción y distribución.

Producto

El producto o servicio es lo que satisface las necesidades del consumidor. El plan de empresa debe incluir una clara y precisa descripción de lo que se va a vender, y destacar los atributos principales, como: diseño, calidad, marca, envase, tiempo de entrega, etc. Si la empresa va a ofrecer más de un producto o servicio hay que describir cada uno de ellos.

Precio

Para decidir el precio del producto o servicio hay que tener en cuenta varios factores, ya que el precio es uno de los criterios principales en la decisión de compra del consumidor y condiciona el tipo de cliente al que se dirige el producto. El precio tiene una incidencia directa sobre las ventas y es determinante para el beneficio que se vaya a obtener.

Para determinar el precio del producto se pueden utilizar diferentes estrategias:

- **Precio basado en los costes.** Consiste en añadir un margen de beneficio al coste del producto.
- **Precio según la competencia.** Con este criterio se debe optar por una de las siguientes opciones: **pre-**



Figura 5.2

cio igual al de la competencia (cuando la empresa y el producto de la competencia tienen características muy parecidas al producto que ofrecemos), **precio por debajo del de la competencia** (cuando se pone un precio inferior al de la competencia con la idea de aumentar los clientes y en consecuencia las ventas), **precio por encima del de la competencia** (cuando el producto tiene unos atributos que lo diferencian del resto y el comprador está dispuesto a pagarlo para obtener el producto o servicio).

Promoción

La promoción consiste en comunicar el producto al cliente, resaltando sus atributos principales, para lograr que este lo consuma. Las principales formas de promoción son:

- **Publicidad.** Consiste en promocionar el producto o servicio utilizando los medios de comunicación (Internet, televisión, radio, prensa, etc.).
- **Promoción de las ventas.** Son las acciones comerciales para estimular las ventas con incentivos (premios, regalos, muestras, descuentos [3 x 2, segunda unidad al 50%], etc.).
- **Venta personal.** Se establece un contacto directo con el cliente para informarle y tratar de convencerle de que compre el producto (venta a domicilio, estands, etc.).
- **Relaciones públicas.** Acciones que realiza la empresa para crear o mejorar la imagen corporativa (patrocinios, eventos, etc.).

Distribución

Conjunto de procesos que hacen que el producto llegue al consumidor. Hay que determinar cuál va a ser el canal de distribución del producto o servicio: canal directo, corto o largo dependiendo de los intermediarios que se necesiten en el proceso de distribución. Estos pueden ser mayoristas, minoristas, venta por Internet, máquinas expendedoras, etc.

Plan de ventas

Finalmente, es necesario realizar una previsión de ventas; de esta manera se puede estimar cuáles serán los ingresos futuros. Para la realización de este plan de ventas deben contemplarse como mínimo dos escenarios posibles: el esperado (se cumplen las ventas previstas) y el pesimista (solo se alcanza el 60% de las ventas del escenario esperado).

2.3 El plan de producción

El plan de producción tiene en cuenta todos los recursos necesarios y los aspectos relacionados con la elaboración del producto o la prestación del servicio. Dependiendo del tipo de negocio (empresa comercial, de servicios o empresa productora), los recursos necesarios pueden ser muy diferentes.

El plan de producción debe contener los siguientes aspectos:

Proceso productivo

En el caso de una empresa productora, es necesaria la descripción detallada del proceso productivo para la fabricación del producto o la prestación del servicio y determinar, también, los costes. Dentro de este apartado hay que incluir la descripción de los sistemas de control de calidad.

Recursos materiales

Detalle y descripción de todos los recursos materiales necesarios: maquinaria, equipos informáticos, mobiliario, etc. También hay que incluir las existencias necesarias para llevar a cabo el proceso de fabricación y todos los aspectos relacionados con la logística y la gestión de inventario.

2.4 El plan de organización

El plan de organización implica, por una parte, determinar qué recursos humanos son necesarios y, por otra, cómo se organizará el trabajo. Por tanto, en este capítulo hay que definir todo lo relacionado con la gestión del personal.

Recursos humanos

Planificar la estructura organizativa de la empresa indicando las personas necesarias para que esta lleve a cabo su cometido: descripción de las necesidades actuales y futuras de personal, funciones y responsabilidad de cada puesto y organigrama de la empresa.

Gestión del personal

En este punto hay que recoger los siguientes aspectos: proceso y criterios para la selección del personal, perfil de cada puesto de trabajo, contratación y tipos de vínculos del personal con la empresa y, finalmente, escala salarial de la empresa.

2.5 El plan jurídico-fiscal

El plan jurídico-fiscal incluye los siguientes aspectos: determinación de la forma jurídica, trámites documentales y obligaciones fiscales.

Determinación de la forma jurídica

Es necesario decidir, en primer lugar, la forma jurídica que tendrá la empresa y explicar las razones que han motivado esa elección. Existen diferentes formas jurídicas, por lo que la elección de una u otra deberá hacerse después de analizar las ventajas e inconvenientes de cada una de ellas en función de las características y necesidades del futuro negocio. Los aspectos más importantes que hay que tener en cuenta son:

- **Responsabilidad.** Es el riesgo que se asume ante terceros. Puede ser limitada (solo se asume el riesgo sobre el capital aportado) o ilimitada (se asume el riesgo sobre todo el patrimonio personal de los socios).
- **Capital necesario.** Según la forma jurídica, puede ser necesaria la aportación obligatoria de un capital mínimo por parte de los socios de la empresa.
- **Número de socios.** Algunas formas jurídicas imponen un número mínimo de socios.
- **Tributación.** Según la forma jurídica, hay empresas que tributan con el impuesto de sociedades y otras con el IRPF.

Una vez que se ha determinado la forma jurídica, habrá que legalizarla. Será necesario realizar una serie de trámites y asumir un coste por la constitución de la sociedad, que variará en función de la forma escogida.

Trámites documentales

Por orden cronológico es necesario realizar los siguientes trámites administrativos y documentales:

- **Certificado negativo del nombre de la sociedad.**
- **Otorgamiento de la escritura de constitución.**
- **Trámites en la Hacienda pública.** Obtención del número de identificación fiscal (NIF), alta en el impuesto sobre actividades económicas (IAE), legalización de los libros oficiales obligatorios y declaración censal de inicio de actividad.

- **Trámites en la Seguridad Social.** Inscripción de la empresa y los trabajadores.
- **Trámites en la Administración local (ayuntamientos).** Solicitud de licencia de actividad.

Obligaciones fiscales

Es necesario conocer todas las obligaciones fiscales de la empresa y hacer una relación de todos esos tributos. Esta relación permitirá programar los pagos a realizar y cuantificarlos con el fin de realizar una buena planificación económica y evitar imprevistos.

2.6 El plan económico-financiero

El plan económico-financiero debe incluir: un plan de inversiones y financiación y otro de viabilidad económica y financiera.

Plan de inversiones y financiación

Este plan debe recoger los siguientes conceptos correctamente cuantificados:

- Relación de todas las **inversiones y gastos** necesarios para iniciar la actividad desglosados por conceptos: maquinaria, local, instalaciones, equipos informáticos, mobiliario, etc.
- **Recursos financieros** utilizados para atender a las inversiones iniciales: capital aportado por los socios, préstamos y créditos bancarios, proveedores, etc.

Viabilidad económica y financiera

Viabilidad económica

Con la información de todos los apartados anteriores se puede determinar la viabilidad económica del proyecto. Esta nos permite comprobar si el proyecto generará beneficios, y determinará el umbral de la rentabilidad o punto muerto; es decir, la cantidad de producción vendida a partir de la cual se empieza a obtener beneficio. Se calcula con esta fórmula:

$$Q^* = CF / (P - CV_u)$$

Donde: **Q*** es la ratio del umbral de rentabilidad o punto muerto, **CF** son los costes fijos, **P** es el precio de venta y **CV_u** es el coste variable unitario.

Viabilidad financiera

Consiste en la realización de la previsión de los estados contables (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) y del plan de tesorería:

- **Balance de situación.** Cuenta anual que refleja la situación patrimonial de la empresa y en la que se muestran los bienes, los derechos y las obligaciones.
- **Cuenta de pérdidas y ganancias.** Cuenta anual que incluye todos los ingresos y gastos realizados por la empresa durante el ejercicio para calcular el resultado obtenido por la empresa.
- **Plan de tesorería.** Registro periódico de las previsiones de cobros y pagos de la empresa para poder prever las situaciones de déficit en la tesorería de la empresa.

Para determinar la viabilidad financiera de la empresa, la previsión de los estados contables se complementará con el análisis mediante las ratios financieras y el cálculo de rentabilidades.

2.7 Valoración del proyecto

El último apartado del plan de empresa es la valoración del proyecto empresarial realizado. El plan de empresa es un documento que se tendrá que presentar ante diversos agentes externos para poder obtener financiación de los bancos, atraer a posibles socios e inversores, contratar buenos profesionales para trabajar en la empresa, conseguir que los proveedores ofrezcan buenas condiciones, etc. En definitiva, para poder lograr la colaboración de todos estos agentes es necesario convencerles con argumentos consistentes. En esta valoración se deben analizar los puntos fuertes del negocio y resaltar sus aspectos positivos. También es importante conocer los puntos débiles y las limitaciones del proyecto para poder prevenir los posibles problemas o encontrar soluciones.

Para valorar el proyecto hay que analizar los siguientes aspectos: claves del posible éxito del negocio, puntos fuertes del plan de empresa y cómo potenciarlos, puntos débiles del proyecto y cómo minimizarlos, oportunidades externas y cómo aprovecharlas, amenazas externas y cómo hacerles frente.

2.8 La redacción del plan de empresa

Una vez que dispones de toda la información que debe recoger el plan de empresa, ha llegado el momento de redactarlo. El documento con toda esa información debe ser breve, completo, realista y con los contenidos bien

estructurados. Su presentación deberá ser sobria y agradable a la vista; conviene evitar un uso exagerado del color y garantizar que todos los contenidos pueden localizarse con rapidez y comodidad.

El plan debe ser elaborado por el emprendedor o el equipo fundador. De esta forma se implican en el lanzamiento y el desarrollo de la empresa, a la vez que conocen todas sus particularidades, debilidades y fortalezas (figura 5.3). Las características de este documento deben ser:

- **Claridad y pulcritud.** El plan de empresa es la tarjeta de presentación del emprendedor o del equipo fundador al exterior.
- **Información de calidad.** Los datos deben ser reales y estar actualizados y contrastados. No es conveniente expresar demasiadas opiniones personales.
- **Brevedad y fácil lectura.** En otras palabras, se debe ir al grano y reflejar esa información en párrafos cortos y de fácil lectura.
- **Debe estar bien estructurado, ser claro y directo.**
- **Imagen gráfica.** Se debe utilizar, sin abusar, el color (hay que evitar que parezca un *collage*). También deben aparecer imágenes y gráficos explicativos que ayuden a entender la información reflejada en el documento.

La portada y el índice poseen una importancia fundamental. Recuerda que el plan de empresa es una tarjeta de presentación, por lo que una adecuada imagen en la portada y un índice bien estructurado que permita la localización ágil y rápida de la información son dos herramientas muy útiles para ofrecer una primera impresión positiva.

- **Portada.** En ella se debe reflejar el nombre comercial del negocio, el nombre fiscal de la empresa y los nombres de los autores del plan de empresa. Conviene emplear en la portada una tipografía que resulte acorde con la línea de negocio que se está presentando (figura 5.4).
- **Índice.** Es la herramienta que permite al lector poder localizar rápidamente los datos que contiene el plan. Debe contener todos los apartados, grupos y secciones y su presentación debe ser ordenada y pulcra. En el índice no conviene abusar del uso de los colores, pero sí es interesante emplear las viñetas y los tabuladores de forma correcta para favorecer la lectura y permitir un acceso rápido a la información (figura 5.5).



Figura 5.3

Ahora voy

Tres son tres, SL

Azucena Martínez
Berta Sostres
Marcos Coscolla

Figura 5.4

Índice

1. Presentación del proyecto	5
2. El plan de marketing	7
2.1. Estudio de mercado	9
2.2. Estrategia de marketing	13
2.3. Plan de ventas	17
3. El plan de producción	19
3.1. Proceso productivo	21
3.2. Estrategia de marketing	25
4. El plan de organización	27
4.1. Recursos humanos	29
4.2. Gestión del personal	33
5. El plan jurídico-fiscal	35
5.1. Determinación de la forma jurídica	37
5.2. Trámites documentales	39
5.3. Obligaciones fiscales	41
6. El plan económico-financiero	43
6.1. Plan de inversiones y financiación	47
6.2. Viabilidad económica y financiera	51
7. Valoración del proyecto	53

Figura 5.5

ESQUEMA RESUMEN: EL PLAN DE EMPRESA

ESTRUCTURA DEL PLAN DE EMPRESA

- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
- PLAN DE MARKETING
- PLAN DE PRODUCCIÓN
- PLAN DE ORGANIZACIÓN
- PLAN JURÍDICO-FISCAL
- PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO
- VALORACIÓN DEL PROYECTO

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

- IDEA DEL NEGOCIO
- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA
- PROMOTORES

PLAN DE MARKETING

- ESTUDIO DE MERCADO
ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR
- MARKETING MIX
PRODUCTO
PRECIO
PROMOCIÓN
- PREVISIÓN DE VENTAS

PLAN DE PRODUCCIÓN

- PROCESO PRODUCTIVO
- RECURSOS MATERIALES

PLAN DE ORGANIZACIÓN

- RECURSOS HUMANOS
- GESTIÓN DEL PERSONAL

PLAN JURÍDICO-FISCAL

- FORMA JURÍDICA
- TRÁMITES DOCUMENTALES
- OBLIGACIONES FISCALES

PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

- PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN
- VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

VALORACIÓN DEL PROYECTO

- FACTORES INTERNOS
PUNTOS FUERTES
PUNTOS DÉBILES
- FACTORES EXTERNOS
OPORTUNIDADES
AMENAZAS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Responde a las siguientes preguntas tipo test marcando la opción correcta.

5.1 El plan de marketing contiene:

- a) La política de producto o servicio.
- b) La política de distribución.
- c) Las dos respuestas anteriores son correctas.

5.2 Los costes laborales derivados de la contratación se deben especificar, dentro del plan de empresa, en:

- a) El plan jurídico-fiscal.
- b) El plan de organización.
- c) El plan de operaciones.

5.3 En el plan de empresa, el organigrama forma parte del:

- a) Plan de producción.
- b) Plan jurídico-fiscal.
- c) Plan de organización.

Responde a las siguientes cuestiones.

5.4 ¿Qué elementos se deben analizar en un estudio de mercado?

5.5 ¿Cómo se analiza la competencia en el plan de empresa?

5.6 Indica qué contenido se ha de desarrollar en el plan de producción.

5.7 Una empresa dedicada a la fabricación de relojes con material reciclable y que se venden a un precio unitario de 60 euros tiene un coste fijo de producción de 40.000 euros y un coste variable unitario de 20. De acuerdo con estos datos, calcula cuál sería el punto de equilibrio y explica el significado del resultado.

5.8 La empresa Rolls, S.A. es una empresa de comercio electrónico que vende *sushi* a domicilio. La empresa está realizando en estos momentos una campaña publicitaria de su producto por redes sociales, ofreciendo un producto de alta calidad a un precio asequible y con promociones exclusivas. Según las características descritas, explica qué políticas en cuanto al producto, la comunicación, la distribución y el precio se tendrían que detallar en el plan de empresa y en qué apartado de este estarían incluidas.

Cuando acabes estos ejercicios, realiza el caso práctico que encontrarás en la página 76. Al final del libro tienes las soluciones a estos ejercicios y, también, al caso práctico. Si has cometido errores, repasa de nuevo el capítulo antes de seguir con el estudio.

Esquema de contenido

1. INTRODUCCIÓN

2. NOCIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD

2.1 Plan General de Contabilidad

2.2 Plan General de Contabilidad para las pyme

2.3 Metodología contable

2.4 Cuentas anuales

3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE

3.1 Fondo de maniobra

3.2 Análisis de las ratios financieras

3.3 Análisis de la rentabilidad

4. EL SISTEMA TRIBUTARIO

4.1 Elementos del impuesto

4.2 Principales tributos de la actividad empresarial

5. EL CALENDARIO FISCAL

ESQUEMA RESUMEN

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

La supervivencia de una empresa depende en buena parte del modo en que se lleva a cabo su gestión. La ampliación de los mercados y la internacionalización han multiplicado las oportunidades de negocio, pero también el número de competidores. Este nuevo escenario obliga a los responsables de las empresas a no bajar la guardia ni un instante.

En este capítulo nos centraremos en diversas cuestiones que atañen a las obligaciones que establece la ley y, en el siguiente, en los procesos administrativos.

Aunque a primera vista pueda parecer una materia abstrusa y muy especializada, todo emprendedor debería conocer en qué consisten dichas obligaciones, tanto por lo que se refiere a la gestión propiamente dicha como a los procedimientos de tratamiento de la documentación, ya que representan una parte importante de la inversión que se tiene que llevar a cabo en recursos humanos, materiales y económicos.

La actividad contable es, sin duda, la piedra angular de una empresa, ya que proporciona los mecanismos necesarios para que el empresario conozca de inmediato y con precisión la situación económica de la empresa.

En los apartados siguientes aprenderás qué es el contexto contable de una empresa, conocerás las obligaciones fiscales que esta debe afrontar y el modo en que debe gestionarse. De este modo, podrás comprender por qué es tan importante cumplirlas y qué beneficios aportan tanto a la empresa como a la sociedad en la que esta lleva a cabo su actividad.

2. NOCIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD

La gestión de una empresa precisa disponer de información actualizada de todas las operaciones relacionadas con los procesos de producción y comercialización. La contabilidad proporciona un método para ordenar la documentación que se genera a diario y recuperarla de manera inmediata en aquellos casos en que deba consultarse.

La contabilidad es un sistema de registro que, mediante rutinas de clasificación, resúmenes y análisis muestra el estado de las operaciones y las transacciones que realiza la entidad en intervalos determinados de tiempo. De esta forma, el empresario posee información actualizada que

le permite tomar decisiones financieras y económicas con el apoyo de los datos disponibles.

Otra finalidad de la contabilidad es la del **control legal**, ya que se la considera una fuente fidedigna de información objetiva, probatoria y necesaria, hasta tal punto que, en determinados modelos de empresa, se establece como elemento de obligado cumplimiento y, también, de prueba registral.

La contabilidad de una empresa debe ser:

- **Ordenada.** Se tiene que seguir un orden cronológico, permitiendo ver detalladamente cada uno de los movimientos que realiza la empresa.
- **Adecuada.** Debe estar adaptada a las características de la empresa tanto por tamaño como por la actividad que lleva a cabo.
- **Objetiva.** Los datos que ofrece tienen que ser relevantes y reflejar la realidad. De esta forma permitirá la toma de decisiones de forma coherente.
- **Rigurosa.** No pueden existir retrasos ni errores, se tiene que llevar al día. La información tiene que estar disponible y ser de calidad.
- **Normalizada.** La contabilidad debe ser accesible y comprensible para todo aquel que desee consultarla. De este modo, pueden compararse los datos o estados contables correspondientes a varios momentos o incluso a varias empresas distintas. Para conseguirlo, debe aplicarse un sistema estandarizado conocido como Plan General de Contabilidad, en el que se establecen las normas de anotación y gestión de la información.

Las empresas deben escoger el modelo de contabilidad más adecuado a sus actividades, volumen de negocio, forma jurídica y tamaño, cumpliendo con lo establecido en el Código de Comercio, que en su artículo 25 especifica lo siguiente:

«Todo empresario debe llevar una contabilidad ordenada, adecuada a la actividad de su empresa que permita un seguimiento cronológico de todas las operaciones, así como la elaboración periódica de balances e inventarios.»

2.1 Plan General de Contabilidad

El Plan General de Contabilidad (PGC) es el texto legal que regula la contabilidad de las sociedades españolas; en otras palabras, podría definirse como el manual de referencia que cualquier contable debe tener sobre su mesa de trabajo para consultar cualquier duda que le pueda surgir.

Fue aprobado por el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre.

El Plan General de Contabilidad está compuesto de cinco grandes apartados de los que ahora hablamos con más detalle. Los tres primeros son de cumplimiento obligado por parte de las empresas, mientras que el cuarto y el quinto tienen carácter voluntario.

- **Marco conceptual.** En este primer apartado se establecen las bases de la contabilidad y se definen los conceptos básicos, sobre los que se sustenta la contabilidad de cualquier empresa. Entre estos podemos destacar los conceptos de imagen fiel, principios contables, cuentas anuales, valor razonable, activos, pasivos, gastos, etc. Todos estos conceptos nos ayudarán a entender el resto de elementos del Plan General de Contabilidad.
- **Normas de registro y valoración.** Constituyen un conjunto de reglas de obligada aplicación en el registro contable de las operaciones realizadas por la empresa, de tal modo que dicho registro se encuentre normalizado y por tanto pueda compararse en todo momento la información contable de una empresa con la de otra. Entre dichas normas figuran el inmovilizado material, las inversiones inmobiliarias, el inmovilizado intangible, los arrendamientos y similares, etc.
- **Cuentas anuales.** Recogen las normas de las cuentas anuales, los modelos normales y abreviados de los documentos, incluido el contenido de la memoria. El balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria.
- **Cuadro de cuentas.** Contiene todas las cuentas que deben aplicarse en las operaciones de contabilidad, codificadas según el criterio decimal y organizadas en diez grupos.
- **Definiciones y relaciones contables.** Indican los conceptos correspondientes a cada cuenta y el tipo de relación que tiene con las demás.

Preceptos contables

El Plan General de Contabilidad, en su marco conceptual, establece los preceptos siguientes:

- **Cuentas anuales.** Son la imagen fiel de la empresa. Deben redactarse con claridad, de forma que la información sea comprensible y útil para quien acceda a ella y para la toma de decisiones. Muestran el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la empresa en cumplimiento a la legalidad.
- **Contenido de información de las cuentas anuales.** Debe ser relevante y fiable, y mostrar adecuadamente los registros de la empresa para dar una imagen fiel de su situación. La relevancia se refiere a la posibilidad de evaluar situaciones pasadas, presentes y futuras, realizar correcciones de evaluaciones anteriores y mostrar los riesgos ante los que se puede encontrar la empresa. Para que esta información sea completamente fiable, es indispensable garantizar la ausencia de errores y de interpretaciones particulares.
- **Principios contables.** La contabilidad de la empresa se realizará de acuerdo con los principios siguientes:
 - **Gestión en funcionamiento.** Atañe a la gestión que continuará en el futuro, por lo que la aplicación de los principios y criterios de la contabilidad no se realizan para determinar el patrimonio a efectos de transmisiones o casos de liquidación, sino que constituyen una actividad regular y diaria.
 - **Devengo.** Las transacciones o hechos económicos se anotarán cuando ocurran, con independencia de la fecha de cobro o pago.
 - **Uniformidad.** Los criterios, dentro de las alternativas permitidas, se mantendrán en el tiempo y su aplicación será uniforme.
 - **Prudencia.** Las estimaciones que se realicen en condiciones de incertidumbre deberán ser cautas.
 - **No compensación.** No es posible compensar partidas de activo, de pasivo, de gastos y de ingresos. Los elementos integrantes de las cuentas anuales se valorarán separadamente.
 - **Importancia relativa.** Se admite la no aplicación estricta de algunos principios y criterios contables cuando su importancia –en términos cuantitativos o cualitativos– sea escasamente significativa.

PLAZO	NÚMERO DE GRUPO	NOMBRE	CONTENIDO
LARGO	1	FINANCIACIÓN BÁSICA	El patrimonio neto y la financiación ajena a largo plazo, destinados, de forma general, a financiar el activo no corriente y una parte razonable del corriente. Incluye las situaciones transitorias de financiación.
	2	ACTIVO NO CORRIENTE	Activo destinado a servir de forma duradera en las actividades que realice la empresa, incluyendo las inversiones financieras, cuyo vencimiento, enajenación o realización se produzca en plazos superiores al ejercicio.
CORTO	3	EXISTENCIAS	Activos que posee la empresa para su venta en el ejercicio de la explotación, en proceso de producción o en forma de materiales y suministros que han de ser consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.
	4	ACREEDORES Y DEUDORES POR OPERACIONES COMERCIALES	Cuentas que tienen su origen en el tráfico de la empresa, se incluyen las cuentas con las Administraciones Públicas, incluyendo las que tengan plazos superiores a un año.
	5	CUENTAS FINANCIERAS	Instrumentos financieros por operaciones no comerciales, es decir, por operaciones ajenas al tráfico con vencimiento, enajenación o realización se espera que no se produzcan en periodos superiores al año. Se incluyen los medios líquidos disponibles.
GESTIÓN	6	COMPRAS Y GASTOS	Aprovisionamiento de bienes y mercaderías que la empresa adquiere para la reventa, sea con alteración o no de la forma y sustancia. Comprende los gastos de ejercicio, incluyendo las adquisiciones de servicios y materiales consumibles, la variación en las existencias y otros gastos o pérdidas del ejercicio.
	7	VENTAS E INGRESOS	Enajenación de bienes y prestaciones de servicios que son objeto del tráfico de la empresa, se incluyen otros ingresos, variaciones de existencias y beneficios del ejercicio.
	8	GASTOS IMPUTADOS AL PATRIMONIO	Gastos que se crean por operaciones que recaen directamente sobre el patrimonio neto de la empresa.
	9	INGRESOS IMPUTADOS AL PATRIMONIO	Ingresos generados en operaciones que recaen directamente en el patrimonio neto de la empresa.

Figura 6.1

Distribución de cuentas

Según el Plan General de Contabilidad, las cuentas son:

«Cada uno de los elementos patrimoniales de la empresa, así como de los gastos e ingresos con las variaciones que se producen en cada hecho contable y que permiten determinar el saldo en cada momento.»

El plan estructura el contenido de las cuentas en cuatro niveles:

- **Grupo.** Indica la función general de las cuentas.
- **Subgrupo.** Señala los conceptos de las cuentas basándose en la función general que viene indicada en el grupo.
- **Cuenta.** Refleja los elementos patrimoniales, ingresos y gastos específicos que se dan en cada subgrupo.
- **Subcuenta.** Adapta las cuentas a las situaciones reales que existen en cada empresa.

La distribución y el orden de los grupos de cuentas están ordenados en función del plazo de financiación del concepto que engloban. Así, el lugar que ocupan va en función de su distribución en el balance, como muestra la figura 6.1. La forma de llevar la contabilidad de la empresa de acuerdo con el Plan General de Contabilidad debe ser teniendo en cuenta el contenido del RD 1514/2007 que hace referencia a la forma de aplicar la contabilidad.

2.2 Plan General de Contabilidad para las pyme

La reforma realizada en 2007 ha proporcionado la existencia de un Plan General de Contabilidad específico para las pequeñas y medianas empresas que facilita la gestión

contable de este tipo de negocios. Se encuentra regulado mediante el Real Decreto 1515/2007 de 16 de noviembre, que establece este plan y aporta además criterios contables específicos para las microempresas.

Para poder conocer su aplicación es necesario el criterio de definición que el Real Decreto hace de la pyme, estableciendo la siguiente definición para las pequeñas y medianas empresas:

«Todas las empresas, cualquiera que sea su forma jurídica, individual o societaria, que durante dos ejercicios consecutivos reúnan, a la fecha de cierre de cada uno de ellos, al menos dos de las circunstancias que aquí se detallan:

- Que el total de las partidas de activo no supere los dos millones ochocientos cincuenta mil euros.
- Que el importe neto de su cifra anual de negocios no supere los cinco millones setecientos mil euros.
- Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio no sea superior a cincuenta.»

Las empresas que cumpliendo con el requisito anterior, se encuentren en algunas de las situaciones que se ofrecen a continuación, no podrán aplicar el modelo de contabilidad del plan que nos ocupa.

- Las que hayan emitido valores admitidos a negociación en mercados regulados o sistemas multilaterales de negociación de cualquier estado miembro de la Unión Europea.
- Las que forman parte de un grupo de sociedades que formule o debiera haber formulado cuentas anuales consolidadas.

Ejemplo 6.1

La forma en la que se distribuye un grupo del Plan General de Contabilidad se basa en los niveles de clasificación que se han explicado. Por ejemplo, el grupo 6 es el que hace referencia a las compras y gastos, dentro de él existe el subgrupo 60 que corresponde a las compras, y el subgrupo 61 que corresponde a las ventas. El subgrupo 60 de compras se encuentra dividido en la cuenta 600 que corresponde a mercancías, que a su vez se encuentra dividido en la subcuenta 60000001, que se atribuye, un producto concreto –por ejemplo, ordenadores personales– y, de forma correlativa se numerarían cuentas sucesivas que incluirían cada una de productos que tiene la empresa.

- Las que su moneda de funcionamiento habitual sea distinta al euro.
- Las entidades financieras que capten fondos del público asumiendo obligaciones respecto a los mismos y las entidades que asumen la gestión de las anteriores.

Una vez la empresa se ha acogido a la realización de la contabilidad mediante esta modalidad de plan, debe mantenerla, como mínimo, durante el plazo de tres años, a no ser que, con anterioridad a la finalización del plazo, la empresa pierda la capacidad de realizarlo.

Aun compartiendo una estructura formal idéntica y la misma mecánica contable, los dos planes de contabilidad, tienen diferencias fundamentales, que se concretan en los puntos que se ofrecen a continuación.

- En el PGC para pyme desaparecen las normas relativas a la valoración y el registro de las operaciones que apenas tienen incidencia en este tipo de empresas, según la relación que viene establecida en el RD 1515/2007.
- Las normas de valoración del PGC para pyme se han simplificado en lo que respecta a la aplicación en los activos financieros disponibles para la venta.
- Las empresas que adopten el PGC para pyme no tendrán que realizar de forma obligatoria el estado de flujos de efectivo.
- Los modelos de cuentas anuales a realizar en el PGC para pyme son los mismos que los establecidos en el PGC como abreviados y que figuran en su tercera parte.
- En el PGC para pyme no se aplican, en los grupos 8 y 9, los gastos e ingresos registrados directamente en el patrimonio neto. El movimiento establecido para las subvenciones, donaciones y legados recibidos de terceros que constituyen ingresos imputados directamente al patrimonio neto, refleja tanto la obtención y el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias como el efecto impositivo asociado a las citadas subvenciones, donaciones y legados.

- En el PGC para pyme se establecen criterios contables específicos para las microempresas que tienen que cumplir con dos de los requisitos siguientes:
 - Que el total de partidas de activo no supere el millón de euros.
 - Que el importe neto de su cifra anual de negocio no supere los dos millones de euros.
 - Que el número medio de trabajadores empleados en el ejercicio no supere la cifra de diez.

2.3 Metodología contable

La aplicación de la metodología establecida en contabilidad con la finalidad de realizar el objetivo del cumplimiento de las normas establecidas en el plan se denomina metodología contable. Se representa mediante las siguientes premisas:

- **Principio de partida doble.** En toda situación contable existen dos elementos que se ponen en movimiento, concretamente, dos cuentas que interactúan entre ellas por el mismo importe y que una abona a la otra.
- **Principio de valoración monetaria.** La contabilidad pretende ofrecer una información fiable, objetiva, normalizada y actualizada del patrimonio de la empresa. Las operaciones que se reflejan en ella tienen que valorarse en moneda y, en nuestro caso, en euros.
- **Principio de representación.** El lenguaje utilizado debe ser común y entendible. En la actualidad tiene que ajustarse al convenio de cargo y abono en cuentas que consiste en que cuando se realiza un **asiento contable** se deben realizar dos apuntes; el que tiene que constar en la columna del **Debe** que es un cargo y el de la columna del **Haber** que es un abono.

Funcionamiento de las cuentas

La forma de representación gráfica de las cuentas se realiza en forma de «T». Tal y como muestra la figura 6.2, la parte izquierda representa al debe y la parte derecha, al haber.

Ejemplo 6.2

En el momento de realización de un asiento (anotación contable) se debe utilizar el sistema de partida doble, es decir que una cuenta quedará abonada por otra. Así, en el caso de una adquisición, en el debe constará la compra por su importe (sin IVA) y en el haber se especificará el medio de pago, por ejemplo el banco.

Existen varios conceptos que atañen a la actividad contable por lo que se refiere a las cuentas. Se trata de los siguientes:

- **Abrir una cuenta.** Consiste en determinar cuál es el código que le corresponde y especificar en ella su título. Normalmente en las subcuentas se suelen utilizar 8 dígitos. Los grupos, subgrupos y cuentas tienen un código asignado en el plan.
- **Determinar saldo y liquidar.** Cuando se quiere conocer el saldo de una cuenta se realiza la diferencia entre el debe y el haber, de forma que el resultado que se obtiene corresponde a tres posibilidades:
 - **Saldo deudor:** cuando el debe es mayor que el haber.
 - **Saldo acreedor:** cuando el haber es mayor que el debe.
 - **Saldo nulo:** cuando el debe y el haber son iguales.
- **Saldar una cuenta.** Consiste en la anotación del saldo en la cantidad que sea menor, de forma que consigamos un saldo nulo.
- **Cierre de una cuenta.** Se suman las dos partes una vez se ha saldado la cuenta.
- **Reabrir una cuenta.** Se vuelve a iniciar con el saldo que existía previo al cierre.

Los asientos contables deben ir numerados de forma correlativa y cronológica no pudiendo realizarse correcciones ni

REPRESENTACIÓN DE CUENTA CONTABLE			
COMPRAS 60			
01/03	500,00	323,00	11/03
15/04	243,21	243,21	22/05
23/05	301,33		

Figura 6.2

tachaduras. Para corregir un error en los asientos, la forma de subsanarlo es mediante un asiento posterior que regularice la situación.

El ciclo contable

Se considera el ciclo contable como las operaciones que se realizan, a nivel contable, durante un **ejercicio económico**, es decir, desde que se inicia un ciclo hasta el cierre con las cuentas anuales. Consta de las siguientes fases:

Apertura

Se realiza al inicio del Ejercicio económico, que suele coincidir con el año natural, realizándose dos operaciones, el inventario inicial y el asiento de apertura.

- **Inventario inicial:** se realiza una relación exhaustiva y detallada de los bienes existentes en la empresa,

Ejemplo 6.3

En el debe figuran las cantidades deudoras y en el haber, las acreedoras, de todas las cuentas.

Todo depende del tipo de cuenta que sea. En el debe, va el activo que aumenta y el pasivo que disminuye.

Para que nunca se te olvide, piensa que al debe, va todo «lo bueno», es decir, los clientes que aumentan, el dinero que nos entra, las cosas que entran a formar parte del patrimonio de la empresa (inmovilizado) y también lo malo que disminuye (que también es bueno), las deudas cuando las pagamos, etc. Al haber va todo «lo malo»: las facturas que debemos, el dinero que pagamos, el inmovilizado que disminuye... La excepción son las cuentas de gastos e ingresos, en las que los gastos, van al debe, pero piensa un poco en un asiento de gastos: tienes un gasto y una factura que debes, la factura que debes es «malo» y va al haber (cuenta de proveedores o dinero que sale), luego en el otro lado (el debe) pones el gasto. Cuando tienes un ingreso, tienes una factura que te deben (bueno) va al debe, luego el ingreso va al otro lado (al haber).

Piensa en un asiento del pago de una factura: tienes una deuda que disminuye (bueno, al debe), cuenta de proveedores y por el otro lado dinero que sale (malo, al haber), cuenta de tesorería.

Si no existieran las columnas del Debe y el Haber, y solo fuera una columna, el debe serían las cantidades en positivo (que suman) y el haber serían las cantidades en negativo (que restan) de cada cuenta.

Ejemplo 6.4

Una forma de agrupar los tecnicismos utilizados sobre las cuentas corresponde a la clasificación por operaciones y anotaciones, según se especifica a continuación:

TECNICISMOS CONTABLES RELACIONADOS CON LAS CUENTAS

Operaciones sobre una cuenta

Débito de una cuenta: suma de las anotaciones en el debe.

Crédito de una cuenta: suma de las anotaciones en el haber.

Saldo de una cuenta: calcula la diferencia entre la suma de las anotaciones hechas en el debe (débito) y las anotaciones hechas en el haber (crédito).

Cerrar una cuenta: dar por terminadas las operaciones, después de haber sido saldada la cuenta, expresando la suma igual en las dos partes (debe y haber).

Anotaciones en una cuenta

Abrir una cuenta: asignar el título y realizar la primera anotación.

Cargar, adeudar o debitar una cuenta: hacer una anotación en el debe.

Abonar o acreditar una cuenta: hacer una anotación en el haber.

Liquidar una cuenta: realizar las anotaciones pendientes para hallar el saldo.

Saldar una cuenta: anotar su saldo en la parte con suma menor para dejar su saldo a cero.

Reapertura de una cuenta: anotar el saldo en la parte opuesta donde se anotó para saldarla.

tomando como referencia el **balance de situación** del ejercicio anterior.

- **Asiento de apertura:** se realiza la anotación de cargo en las cuentas de activo y un abono en las de pasivo.

Registro de operaciones

La empresa anota las acciones realizadas de forma contable diariamente y de forma periódica.

- **Cada día:** se anotan los asientos de operaciones del día en el **libro diario**, reflejando los hechos que se han dado y los movimientos de cuentas en el **libro mayor**.
- **De forma periódica:** comprobación de la situación contable mediante anotaciones en el libro mayor.

Cierre de ejercicio

Cuando finaliza el ejercicio económico de la empresa (normalmente a final de año) se procede al cierre contable:

- **Listado de registros:** se realiza un listado de todos los registros que se han generado en el ejercicio.

- **Cierre de cuentas:** se cierran todas las cuentas y los saldos de cada una de ellas, construyéndose el balance de sumas y saldo del ejercicio económico.
- **Ajustes:** se realizan las operaciones de ajuste de las cuentas que modifican el resultado, como son las existencias, amortizaciones, etc.
- **Cálculo de beneficio:** se calcula el beneficio obtenido y los tributos que correspondan en función del modelo de empresa elegido.
- **Cuentas anuales:** se elaboran las denominadas cuentas anuales, que son la representación del ejercicio al completo con los resultados obtenidos de las cifras distribuidas según los principios establecidos en la normativa contable.

Los asientos

La forma en que se representan cada uno de los hechos contables que reflejan las acciones que se llevan a cabo en la empresa es lo que se denomina un asiento contable.

Las anotaciones de dichos asientos se realizan en el libro diario, respetando los criterios y aplicando los métodos de contabilidad que han sido descritos con anterioridad en este capítulo.

La forma en la que se representa un asiento contable tiene una estructura y forma estandarizadas, que es la que puedes apreciar, de forma esquemática, en la figura 6.3.

2.4 Cuentas anuales

La creación de una empresa por parte de un emprendedor suele concluir en la aparición de una microempresa o una pyme. Por ello nos vamos a centrar en lo que se establece en el PGC para pyme, que prevé un total de cuatro cuentas anuales: balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de cambio del patrimonio neto y memoria.

Nº	Debe	Cuentas	Haber
1		_____ Fecha 1 _____	
2		_____ (Explicación) _____ Fecha 2	
		_____ (Explicación) _____ Fecha 3	

Figura 6.3

Ejemplo 6.5

En la empresa RADEL S.A. se produce el 20 de enero de 2020 la venta de 100 ordenadores a una empresa cliente suya por un precio total de factura de 60.500 euros, de los que 50.000,00 euros son la base imponible y 10.500,00 euros es el importe del IVA. El asiento contable que debería realizarse es el siguiente:

20 de enero de 2020			
Nº	Debe	Cuentas	Haber
101	60.500,00	430 Clientes	
		a	
		Ventas de mercancías 700	50.000,00
		H.P. IVA repercutido 477	10.500,00

Como puedes observar se han realizado las siguientes anotaciones en el libro diario:

- Se ha identificado el número correlativo de asiento, el 101 (por lo que se deduce que en el diario existen 100 asientos anteriores).
- Se ha especificado en el debe el importe total de la factura que se debe cobrar al cliente, indicando en la columna de cuentas que corresponde a la cuenta contable 430 denominada Clientes.
- Se anotan los importes en el haber correspondiente a cada concepto de cuenta. Se especifica que la base imponible (valor de la mercancía) son 50.000,00 euros que corresponden a la cuenta nº 700 de «Ventas de mercancías» y 10.500,00 euros es el impuesto que tiene que cobrarse al cliente y que, posteriormente, se ingresará en la Agencia Tributaria en concepto de IVA, que corresponde a la cuenta n.º 477 con el nombre de «H.P. IVA repercutido». En la columna de cuentas se refleja el término «a», que indica la referencia a la contrapartida, y a continuación se reflejan el nombre de la cuenta y sus códigos.

De esa forma se ha realizado el asiento de la operación siguiendo las especificaciones establecidas por el PGC.

El balance

Representa el activo, el pasivo y el patrimonio neto de la empresa, agrupados en masas patrimoniales. Las masas patrimoniales son grupos de elementos homogéneos que poseen la misma función económica o financiera. En contabilidad, las tres grandes masas patrimoniales son el neto, el activo y el pasivo (estos dos últimos, a su vez, se dividen en corriente y no corriente).

En la figura 6.4 puedes comprobar la forma y contenido que incluye el balance abreviado que propone el Plan General de Contabilidad para las pequeñas y medianas empresas.

El patrimonio neto

Son aquellos recursos que la empresa no debe a ningún acreedor, por ejemplo, las aportaciones de los propietarios.

El activo corriente

Se agrupan en esta masa patrimonial los bienes que están sometidos a un ciclo continuo de renovación:

- **Existencias.** Son los artículos que están destinados a la venta o al consumo como fruto de la actividad productiva o comercial. Por ejemplo, los productos de alimentación de un supermercado.

MODELO ABREVIADO DEL BALANCE PARA PYMES (CIERRE DE EJERCICIO)	
ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO
A) ACTIVO NO CORRIENTE	A) PATRIMONIO NETO
I. Inmovilizado intangible. II. Inmovilizado material. III. Inversiones inmobiliarias. IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo. V. Activos por impuestos diferidos.	A-1 Fondos propios I. Capital. II. Prima de emisión. III. Reservas. IV. Participaciones en patrimonio propio. V. Resultados de ejercicio anteriores. VI. Otras aportaciones de socios. VII. Resultado del ejercicio. VIII. Dividendo a cuenta. A-2 Subvenciones
B) ACTIVO CORRIENTE	B) PASIVO NO CORRIENTE
I. Existencias. II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo. IV. Inversiones financieras a corto plazo. V. Periodificaciones a corto plazo. VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes.	I. Provisiones a largo plazo. II. Deudas a largo plazo. III. Deudas con empresas del grupo y asociadas. IV. Pasivos por impuestos diferidos. V. Periodificaciones a largo plazo.
	C) PASIVO CORRIENTE
	I. Provisiones a corto plazo. II. Deudas a corto plazo. III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo. IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar V. Periodificaciones a corto plazo.
TOTAL ACTIVO = A+B	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO = A+B+C

Figura 6.4

- **Deudores.** Deudas que un cliente pueda haber contraído con la empresa.
- **Disponible.** Es el dinero en efectivo disponible en la caja de la empresa o en cuentas corrientes bancarias.

El activo no corriente

Son las inversiones realizadas por la empresa cuyos efectos se proyectan a lo largo de más de un ejercicio económico, es decir, los bienes y derechos destinados a servir de forma duradera en la empresa o al menos por un período superior a doce meses. En otras palabras, son los elementos patrimoniales que sirven a la empresa de una manera duradera en el tiempo: terrenos, vehículos...

Pasivo corriente

En esta masa patrimonial se recogen las deudas cuyo vencimiento es inferior o igual a un año.

Pasivo no corriente

Se recogen aquí todos los recursos sobre los que existe un compromiso de devolución en un plazo superior a un año.

Cuenta de pérdidas y ganancias

Recoge el resultado del ejercicio económico de la empresa, teniendo en cuenta los ingresos generados y los gastos acontecidos, exceptuando los casos en los que el hecho deba ser imputado al patrimonio neto, según las normas de valoración establecidas.

Para determinar la forma en que se está desarrollando, es decir, para ver la marcha de la empresa, se tiene que comparar con las cuentas de pérdidas y ganancias realizadas en ejercicios anteriores.

En el momento de su elaboración se debe tener en cuenta que la clasificación de los ingresos y los gastos se realizará de acuerdo con su naturaleza y que los importes correspondientes a las ventas, prestaciones de servicios y otros ingresos que se produzcan por la explotación se reflejarán por el importe neto de devoluciones y descuentos.

La cuenta de pérdidas y ganancias no solo debe proporcionar información en relación con el volumen del resultado de la empresa, sino también sobre las causas de este resultado. Para ello se separarán los diferentes ingresos y gastos en función de la causa que los motiva. Distinguiremos entre:

- **Resultados de explotación.** Los resultados de explotación son los originados por el desarrollo de las actividades ordinarias de la empresa.
- **Resultados financieros.** Los resultados financieros son los originados por las inversiones financieras de la empresa, y por la financiación ajena de la empresa.
- **Resultados extraordinarios.** Generados por actividades de la empresa ajenas a su actividad habitual.

La forma de representar la cuenta mediante la modalidad simplificada sería utilizando el modelo que puedes ver en la siguiente página.

El estado de cambios en el patrimonio neto

El estado de cambios en el patrimonio neto presenta dos partes: el estado de ingresos y gastos reconocidos y el estado total de cambios en el patrimonio neto.

Estado de ingresos y gastos reconocidos

En este apartado quedan recogidos los cambios en el patrimonio neto que resultan de:

- El resultado del ejercicio de la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Los ingresos y gastos que, según lo requerido por las normas de registro y valoración, deban imputarse directamente al patrimonio neto de la empresa.
- Las transferencias realizadas a la cuenta de pérdidas y ganancias según lo dispuesto por el propio PGC para pymes.

Estado total de cambios en el patrimonio neto

Este apartado informa de todos los cambios existentes en el patrimonio neto derivados de:

- El saldo total de los ingresos y gastos reconocidos.
- Las variaciones originadas en el patrimonio neto por operaciones con los socios o propietarios de la empresa.
- Las restantes variaciones que se produzcan en el patrimonio neto.
- Los ajustes en el patrimonio neto debidos a cambios criterios contables y correcciones de errores. Cuando

N.º DE CUENTA	DEBE	EJER. N.º	EJER. N.º 1
60, 61, 71	A) GASTOS		
640, 641	1. Consumos de explotación		
642, 643, 649	2. Gastos de personal		
68	a) Sueldos, salarios y asimilados		
650, 693, 694, 695, (793), (794), (795)	b) Cargas sociales		
62,	3. Dotaciones para amortizaciones de inmovilizado		
631, 634, (636), 650, 694, (794), (639), 651, 659, 690	4. Variación de provisiones de tráfico y pérdidas. de créditos incobrables		
	5. Otros gastos de explotación		
	I. Beneficios de explotación (B1-A1-A2-A3-A4-A5)		
6610, 6615, 6620, 6630, 6640, 6650	6. Gastos financieros y asimilados		
6611, 6616, 6621, 6631, 6641, 6651	a) Por deudas con empresas grupo		
6613, 6618, 6622, 6623, 6632, 6633, 6643, 6653, 669	b) Por deudas con empresas asociadas		
666, 667	c) Por otras deudas		
6963, 6965, 6966, 697, 698, 699, (7963), (7965), (7966), (797), (798), (799)	d) Pérdidas inversiones financieras		
668	7. Variación de provisiones de inversiones financieras		
	8. Diferencias negativas de cambio		
	II. Resultados financieros positivos (B2+B3-A6-A7-A8)		
	III. Beneficios de las actividades ordinarias (AI+AII-BI-BII)		
691, 692, 6960, 6961, (791), (792), (7960), (7961)	9. Variación de provisiones de inmovilizado inmaterial, material y cartera de control		
670, 671, 672, 673	10. Pérdidas procedentes del inmovilizado material, inmaterial y cartera de control		
674	11. Pérdidas por operaciones con acciones y obligaciones propias		
678	12. Gastos extraordinarios		
679	13. Gastos y pérdidas de otros ejercicios		
	IV. Resultados extraordinarios positivos (B4+B5+B6+B7+B8-A8-A9-A10-A11-A12-A13)		
	V. Beneficios antes de impuestos (AIII+AIV-BIII-BIV)		
630*, 633, (638)	14. Impuesto sobre sociedades		
	15. Otros impuestos		
	VI. Resultados del ejercicio (Beneficios) (AV-A15-A16)		

* Esta cuenta puede tener saldo acreedor y, por tanto, la partida A15 puede tener signo negativo.

N.º CUENTAS	HABER	EJER. N.º	EJER. N.º 1
70 73, 74, 75, 790	B) INGRESOS 1. Ingresos de explotación a) Importe neto de la cifra de negocios b) Otros ingresos de explotación I. Pérdidas de explotación (A1+A2+A3+A4+A5-B1) 2. Ingresos financieros a) En empresas del grupo b) En empresas asociadas c) En empresas fuera del grupo d) Beneficios en inversiones financieras 3. Diferencias positivas de cambio II. Resultados financieros negativos (A6+A7+A8-B2-B3) III. Pérdidas de las actividades ordinarias (BI+BII-AI-AII) 4. Beneficios en enajenación de inmovilizado material, inmaterial y cartera de control 5. Beneficios en operaciones con acciones y obligaciones propias 6. Subvenciones de capital transferidas al resultado del ejercicio 7. Ingresos extraordinarios 8. Ingresos y beneficios de otros ejercicios IV. Resultados extraordinarios negativos (A9+A10+A11+A13-B4-B5-B6-B7-B8) V. Pérdidas antes de impuestos (BIII+BIV-AIII-AIV) VI. Resultados del ejercicio (Pérdidas) (BV+A14+A15)		
7600, 7610, 7620, 7630, 7650 7601, 7611, 7621, 7631, 7651 7603, 7613, 7623, 7633, 7653, 769 766 768			
770, 771, 772, 773			
774			
775			
778 779			

se advierta un error en ejercicio al que se refieren las cuentas anuales correspondiente a un ejercicio anterior al comparativo, se informará en la memoria e incluirá el correspondiente ajuste en el epígrafe A.II. del Estado total de cambios en el patrimonio neto, de forma que el patrimonio inicial de dicho ejercicio comparativo será objeto de modificación en aras de recoger la rectificación del error. Si el error corresponde al ejercicio comparativo, dicho ajuste se incluirá en el epígrafe C.II. del Estado total de cambios en el patrimonio neto.

La memoria

Constituye un componente más de las cuentas anuales de la empresa que no se deriva de los libros de contabilidad y que proporciona información de diversa índole. Su contenido es muy flexible, de carácter preferentemente financiero, aunque puede incorporar datos de otro tipo, siempre que estén relacionados de alguna forma con los componentes propiamente contables de los estados financieros.

Al no tener la memoria una forma de presentación rígida o determinada, y poseer un contenido informativo extenso y diverso, es conveniente presentar dicha información de forma organizada y recogerla con claridad y concisión. No obstante, conviene proceder con cautela: si se aporta más información de la precisa o bien si se presenta de manera confusa y desordenada, el resultado puede ser negativo e incluso perjudicial cuando se trata de aportar una imagen fiel de la situación de la empresa.

Para realizarla deben tenerse en cuenta las precisiones siguientes:

- El modelo de memoria recogerá la información mínima a cumplimentar si es significativa.
- Hay que indicar la información no incluida en el modelo, que sirva para aclarar y comprender la actividad de la empresa en el ejercicio.
- Se incorporará la información exigida en otras normativas de forma complementaria.
- La información corresponderá al ejercicio de referencia, en caso de realizar información comparativa incluirá información del ejercicio precedente.
- Se representará de modo claro y sintetizado.

El contenido del modelo abreviado de la memoria es el siguiente:

Actividad de la empresa

En este apartado se describirá el objeto social de la empresa y la actividad o actividades a que se dedique:

- Domicilio y forma legal de la empresa, así como el lugar donde desarrolle las actividades, si fuese diferente de la sede social.
- Una descripción de la naturaleza de la explotación de la empresa, así como de las principales actividades que se llevan a cabo.
- En el caso de pertenecer a un grupo de sociedades en los términos previstos en el artículo 42 del Código de Comercio incluso cuando la sociedad dominante esté domiciliada fuera del territorio español, se informará sobre su nombre así como el de la sociedad dominante directa y de la dominante última del grupo, la residencia de estas sociedades y el Registro Mercantil donde estén depositadas las cuentas anuales consolidadas, la fecha

de formulación de las mismas o, si procediera, las circunstancias que eximan de la obligación de hacerlo.

- Cuando exista una moneda funcional distinta de la habitual (el euro), se pondrá de manifiesto esta circunstancia, indicando los criterios tenidos en cuenta para su determinación.

Bases de presentación de las cuentas anuales

Declaración de que las cuentas reflejan la imagen fiel de la empresa: principios contables no obligados que se aplican, criterios de valoración que se utilizan, comparación con los ejercicios anteriores, cambios de criterios contables y corrección de errores.

Normas de registro y valoración

Los criterios que se siguen para valorar son estos: inmovilizado intangible, inmovilizado material, terrenos y construcciones, permutas, instrumentos financieros, impuesto, ingresos y gastos, provisiones y contingencias, subvenciones, negocios conjuntos y operaciones vinculadas.

Inmovilizado material, intangible, inversiones inmobiliarias

Análisis de los movimientos durante el ejercicio.

Activos financieros

Análisis de los movimientos durante el ejercicio.

Pasivos financieros

Análisis de los movimientos durante el ejercicio.

Fondos propios

Valor de las acciones. Especificación de las reservas.

Situación fiscal

Impuesto sobre beneficios y otros impuestos.

Operaciones con partes vinculadas

Identificación de las partes, detalle y cuantificación de las operaciones y naturaleza de vinculación.

Otra información

Número medio de empleados y naturaleza y propósito del negocio de los acuerdos que no figuran en el balance.

3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE

Un objetivo importante de la contabilidad es aportar información sobre la situación económica y financiera de la empresa.

Los datos aportados deben ser analizados para poder realizar un diagnóstico de la situación actual de esta y del estado del cumplimiento de los objetivos fijados por el empresario.

Este diagnóstico se realiza, principalmente, analizando los estados contables (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) a través de los siguientes tres aspectos: fondo de maniobra, análisis de ratios financieras y análisis de la rentabilidad.

Por otra parte, el análisis contable se puede realizar desde dos puntos de vista:

- **Análisis interno.** Es el realizado por la propia empresa para poder tomar las mejores decisiones.
- **Análisis externo.** Es el realizado por agentes externos, como entidades financieras, accionistas, proveedores, etc., que quieren conocer la situación actual de la empresa y poder prever la evolución de esta en un futuro.

3.1 Fondo de maniobra

El fondo de maniobra se define como la parte del activo corriente (inversiones a corto plazo) que se financia con el patrimonio neto y pasivo no corriente (financiación a largo plazo).

Fondo de maniobra = Activo corriente – Pasivo corriente

El fondo de maniobra también se puede plantear como la diferencia entre el patrimonio neto y el pasivo no corriente con el activo no corriente (inversiones a largo plazo), es decir:

Fondo de maniobra = (Patrimonio neto + Patrimonio no corriente) – Activo no corriente

El resultado del cálculo del fondo de maniobra puede ser un valor positivo, un valor negativo o cero.

- **Fondo de maniobra positivo.** El activo corriente es superior al pasivo corriente, lo que nos indica que la empresa tiene capacidad para devolver las deudas a corto plazo y que parte del activo corriente, o lo que es lo mismo, de las inversiones a corto plazo, está financiado a largo plazo; es decir, con el pasivo no corriente o el patrimonio neto. Generalmente, esta parte del activo corriente tiene la consideración de inversión a largo plazo, lo que da a la empresa un margen de seguridad. Podemos citar como ejemplos el *stock* de seguridad de las existencias de la empresa o, también, la parte mínima de los saldos bancarios que la empresa tiene que poder disponer para hacer frente a situaciones que requieren liquidez inmediata (hacer frente a pequeños pagos o reembolsos inesperados).
- **Fondo de maniobra negativo.** Nos indica que la empresa está financiando a corto plazo una parte de las inversiones a largo plazo con el pasivo corriente, y que deberá devolver en el corto plazo una cantidad de dinero superior a la que puede generar en el mismo período de tiempo. Si esta situación no varía, la empresa puede entrar en una situación de suspensión de pagos.

Hay que tener en cuenta que la necesidad de que el fondo de maniobra sea mayor o menor varía en función de la actividad económica a la que se dedique la empresa en cuestión.

Algunas empresas pueden funcionar con un fondo de maniobra muy pequeño o negativo; como por ejemplo aquellas en las que hay una importante rotación de existencias (los supermercados, las grandes superficies, etc.) y cuyo plazo de cobro es inferior al plazo de pago a los proveedores.

3.2 Análisis de las ratios financieras

Podemos definir la ratio como la relación entre dos magnitudes que permite la obtención de información económica y financiera relevante para analizar cuál es la situación de la empresa.

Estas ratios pueden medir la capacidad que tiene la empresa de liquidar sus deudas y suelen complementarse con el análisis del fondo de maniobra. Las ratios financieras más importantes son:

- **Disponibilidad.** Señala la posibilidad de la empresa de responder a sus obligaciones a corto plazo. El valor óptimo se sitúa entre 0,3 y 0,4. Un valor menor podría indicar problemas para hacer frente a los pagos, mientras que uno más alto podría sugerir que la empresa está perdiendo rentabilidad de sus activos.

$$\text{Ratio de disponibilidad} = \frac{\text{Disponible}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Tesorería.** Nos indica la capacidad que tiene la empresa de pagar las deudas a corto plazo. Este valor tiene que ser cercano a 1. Si la ratio es inferior a 1, indica que con los recursos a corto plazo no se pueden devolver las deudas a corto plazo. Si la ratio es superior a 1, señala que la empresa tiene un exceso de liquidez y podría estar perdiendo rentabilidad de sus activos.

$$\text{Ratio de tesorería} = \frac{(\text{Realizable} + \text{Disponible})}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Liquidez.** Indica la capacidad para hacer frente a las obligaciones a corto plazo. El valor ideal de esta ratio se sitúa entre 1,5 y 2. En todo caso, es recomendable que supere el valor de 1, ya que valores inferiores indican que la empresa está en riesgo de suspensión de pagos.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

- **Solvencia o garantía.** Mide el total de inversiones de la empresa en relación con sus deudas. Es decir, mide la capacidad total de la empresa para hacer frente a sus deudas. El valor óptimo ha de ser superior a 1 y cercano a 2. Cuanto más cerca se sitúe del 1, mayor es el riesgo que corre la empresa de llegar a un concurso de acreedores.

$$\text{Ratio de solvencia} = \frac{\text{Activo}}{\text{Pasivo}}$$

- **Endeudamiento.** Indica la relación de las deudas de la empresa (pasivo corriente y pasivo no corriente) con el total del patrimonio neto y pasivo; es decir, en qué proporción el endeudamiento de la empresa proviene de la financiación externa. El valor ideal de esta ratio debería situarse entre 0,4 y 0,6.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Total patrimonio neto y pasivo}}$$

- **Estructura de la deuda.** Indica la proporción de deudas a corto plazo respecto al total de deudas de la empresa. El valor óptimo debería situarse entre 0,2 y 0,5, aunque cuanto más bajo sea, mejor.

$$\text{Ratio de estructura de la deuda} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Pasivo}}$$

Ejemplo 6.6

Una empresa muestra la siguiente situación (importe en miles de euros):

ACTIVO		PASIVO	
Activo no corriente	8.000	Patrimonio neto (*)	4.000
Activo corriente	7.000	Pasivo no corriente	6.000
		Pasivo corriente	5.000
Total activo	15.000	Total pasivo	15.000
(*) Resultado del ejercicio = 1.000 euros			

Queremos conocer el fondo de maniobra, la ratio de endeudamiento y la rentabilidad financiera.

$$\text{Fondo de maniobra} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente} = 7.000 - 5.000 = 2.000$$

El fondo de maniobra nos da un resultado positivo (mayor que cero), lo que indica que la empresa no tiene problemas para hacer frente a sus deudas a corto plazo y, por otro lado, que una parte de las inversiones a corto plazo están financiadas a largo plazo.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \text{Pasivo} / \text{Total patrimonio neto y pasivo} = 11.000 / 15.000 = 0,73$$

La ratio nos indica la proporción de endeudamiento externo en relación con el endeudamiento total. El valor óptimo sería un valor entre 0,4 y 0,6. Podemos decir que la empresa presenta un excesivo endeudamiento externo.

$$\text{Rentabilidad financiera} = \text{Beneficio neto} / \text{Patrimonio neto} = 1.000 / 4.000 = 0,25$$

El resultado nos indica que, por cada euro invertido, los accionistas obtienen un beneficio de 0,25 euros.

3.3 Análisis de la rentabilidad

El análisis de la rentabilidad de la empresa es el estudio de la relación que existe entre los beneficios obtenidos por esta y las inversiones realizadas. En otras palabras, la rentabilidad es el beneficio obtenido por la empresa en términos relativos.

Podemos distinguir entre dos tipos principales de rentabilidad:

- **Rentabilidad económica.** Es la relación entre el beneficio antes de impuestos y el activo total. También se llama **rentabilidad del activo**; es decir, de las inversiones de la empresa. Esta relación nos indica el rendimiento obtenido por la empresa de cada unidad invertida. Cuanto más grande sea la relación, mayor será el beneficio.

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{Beneficios antes de impuestos}}{\text{Activo total}}$$

- **Rentabilidad financiera.** Es la relación entre el beneficio neto (con intereses e impuestos descontados) y los recursos propios (capital y reservas) de la empresa. También se llama **rentabilidad del capital**, ya que indica el beneficio generado por la empresa en relación con el capital aportado por el socio. Esta relación nos indica el rendimiento obtenido por el socio por cada unidad invertida. Cuanto más grande sea la relación, mayor será el beneficio.

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Patrimonio neto}}$$

4. EL SISTEMA TRIBUTARIO

El sistema tributario va encaminado a adquirir los recursos necesarios para contribuir al sostenimiento de las cargas públicas que soportan las distintas administraciones, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 31 de la Constitución española: «Todos contribuirán al sostenimiento de los gastos públicos de acuerdo con su capacidad económica». Una característica del sistema tributario español es su complejidad debido a la existencia de varios sujetos públicos acreedores según el tipo de Estado diseñado por nuestra Constitución, lo que provoca que el administrado esté sometido a las haciendas estatal, autonómica y local o municipal.

Tanto las personas físicas como las jurídicas que obtienen beneficios han de cumplir con las obligaciones y los deberes que se originan por la aplicación de los tributos. Estos tributos pueden ser de tres tipos: impuestos, tasas y contribuciones especiales.

- **Impuestos.** Proporcionan al Estado la parte principal de la recaudación fiscal. Los impuestos se exigen sin contraprestación; hay que pagarlos de forma obligatoria en determinadas situaciones. Por un lado, se puede distinguir entre los **impuestos directos**, que recaen sobre una persona física o jurídica gravando la obtención de renta o capital (IRPF e impuesto de sociedades), y los **impuestos indirectos**, que son los que se aplican sobre las transacciones comerciales (IVA). Por otro lado, también es posible distinguir entre los **impuestos progresivos**, que se gravan más a aquellos que tienen más nivel de renta (IRPF), y los **impuestos proporcionales**, que aplican siempre el mismo porcentaje sin que influya la renta del sujeto (IVA).
- **Tasas.** Contrariamente a lo que ocurre con los impuestos, las tasas se aplican como **contraprestación** a un servicio prestado o a la realización de una actividad. Un ejemplo son las tasas por la recogida de basuras.
- **Contribuciones especiales.** Son aquellos tributos que se pagan por la obtención de un beneficio o por un aumento del valor de los bienes de un sujeto como consecuencia de una actuación de un organismo público.

4.1 Elementos del impuesto

Todos los impuestos constan de una serie de elementos, fijados todos ellos por la legislación correspondiente.

- **Hecho imponible.** Es la situación económica que origina la obligación tributaria principal.
- **Sujeto pasivo.** Es la persona física o jurídica sobre la que recae el pago del impuesto y quien tiene la obligación de realizar los trámites tributarios que correspondan.
- **Base imponible.** Corresponde a la cuantificación del hecho imponible.
- **Base liquidable.** Resulta de aplicar una serie de disminuciones o aumentos a la base imponible.
- **Tipo impositivo.** Es el coeficiente que se aplica sobre la base liquidable para obtener el importe total del tributo.
- **Cuota tributaria.** Es la cantidad que, finalmente, hay que pagar y que resulta de multiplicar el tipo impositivo por la base liquidable. En algunos impuestos, esta cuota tributaria es una cantidad fija.

MODELO DE EMPRESA	TRIBUTOS
Empresario individual	<ul style="list-style-type: none">• IVA (impuesto del valor añadido).• IRPF (impuesto de la renta de las personas físicas).• Tributos municipales que graven la actividad.
Comunidades de bienes	<ul style="list-style-type: none">• IVA.• Tributos municipales que graven la actividad.• IRPF de forma individual para cada uno de los integrantes de la comunidad incluyendo los ingresos propios y los de la actividad.
Sociedades mercantiles	<ul style="list-style-type: none">• IVA.• IS (impuesto sobre sociedades).• IAE aquellas que facturen más de 1.000.000/año.

Figura 6.5

4.2 Principales tributos de la actividad empresarial

En función del modelo de empresa, el sistema tributario español exige el pago de unos u otros tributos. De ellos, que aparecen resumidos de forma esquemática en la figura 6.5, vamos a hablar en detalle en este apartado.

Impuesto sobre sociedades (IS)

Es un impuesto que se aplica a las empresas que revisten la forma jurídica de sociedad. Los elementos que componen dicho impuesto son:

- **Hecho imponible.** La obtención de rentas por parte de sociedades que tengan domicilio en el territorio español.
- **Sujeto pasivo.** Personas jurídicas y otras entidades, normalmente empresas constituidas como sociedad.
- **Base imponible.** Las rentas obtenidas menos los gastos generados para obtenerlas. Se puede identificar la base imponible en el resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias antes de impuestos.
- **Tipo impositivo.** El tipo general es del 25%. Las sociedades de nueva creación tributarán al 15% en el primer período impositivo con base imponible positiva y en el siguiente. Existen otros tipos impositivos para determinadas entidades.
- **Deducciones.** Se contemplan deducciones por la creación de empleo para trabajadores con algún tipo de dis-

capacidad, por la realización de actividades de investigación, desarrollo e innovación, y por la creación de empleo mediante contrato de apoyo a los emprendedores.

Al igual que ocurre con el impuesto de la renta de las personas físicas, la empresa debe realizar una serie de pagos fraccionados a cuenta de este impuesto. Se efectúan tres pagos en los veinte primeros días de abril, octubre y diciembre.

El cálculo de la cuota es complejo, ya que se obtiene al restar al resultado de pérdidas y ganancias los resultados negativos de ejercicios anteriores. La cantidad final corresponde a la base imponible. Esta se multiplica por el tipo impositivo, para obtener la cuota íntegra, a la que se restan las deducciones, bonificaciones, retenciones y pagos fraccionados que dan como resultado la cuota diferencial a devolver o a ingresar (figura 6.6).

Impuesto sobre el valor añadido (IVA)

Es un tributo de carácter indirecto que grava el consumo interior, es decir, en el Estado español y en territorio comunitario (de la Unión Europea), así como en la compra de bienes a terceros (procedentes de países no pertenecientes a la Unión Europea).

Como se ha dicho, grava el consumo, es decir, las adquisiciones que se realizan con intención de consumir, por lo que las empresas, cuando adquieren o compran productos, lo que hacen es la gestión del impuesto, ya que, aunque lo pagan, posteriormente se lo deducen en la declaración correspondiente.

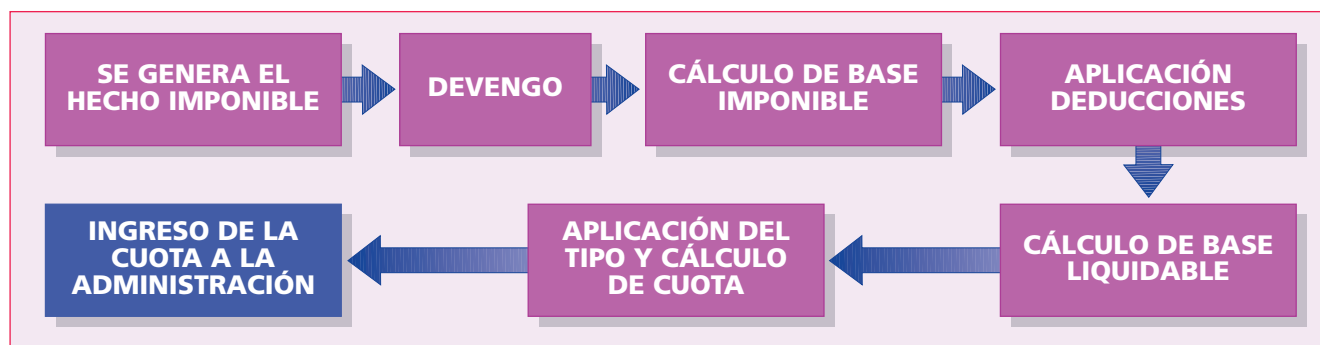


Figura 6.6

Los elementos que componen dicho impuesto son:

- **Hecho imponible.** Básicamente las entregas de bienes y la prestación de servicios.
- **Sujeto pasivo.** Son los empresarios (personas físicas o jurídicas) que venden bienes o que prestan servicios. Como más adelante veremos, eso no quiere decir que el impuesto recaiga sobre ellos.
- **Base imponible.** El precio o la contraprestación cobrada por la entrega del bien o servicio prestado.
- **Tipo impositivo.** En España existen tres tipos: el general, que es del 21%; el reducido, del 10% (se aplica a los alimentos en general, a las viviendas, en hostelería, a determinados medicamentos, a flores y plantas, etc.), y el superreducido, del 4% (que se aplica al pan, la leche, las frutas, las verduras, los libros, los periódicos, etc.).

IVA soportado e IVA repercutido

Al hablar del IVA, y de manera especial desde un enfoque dirigido a la empresa y los empresarios, conviene tener claros los conceptos de IVA soportado, el que pagan las empresas en sus operaciones de compra y que deben recuperar, e IVA repercutido, el que cobran las empresas en sus operaciones de venta a los clientes en las facturas emitidas y que es el que deben pagar a Hacienda. En lugar de hacer el ingreso por todo el IVA repercutido, la empresa descuenta el IVA soportado. Ese resultado puede ser positivo, en cuyo caso la empresa deberá pagar en Hacienda esa cantidad, o negativo, en cuyo caso puede reclamar la devolución de dicha cantidad.

Los regímenes de tributación del IVA

En España, los regímenes de tributación del IVA son tres: el general, los especiales y el especial del criterio de caja.

- **Régimen general.** Es el que se aplica cuando no procede aplicar ninguno de los regímenes especiales o, voluntariamente, se renuncia a ellos. Se repercutirá a los clientes el IVA que corresponda según el importe de la operación y el tipo aplicable (21%, 10% o 4%); los proveedores de bienes y servicios repercutirán igualmente el IVA correspondiente. Se deberá calcular, y en su caso ingresar la diferencia entre el IVA devengado, es decir, repercutido a clientes, y el IVA soportado deducible, el que repercuten los proveedores.

Las obligaciones formales de este régimen son:

- Expedir y entregar factura completa a sus clientes y conservar copia. No obstante, en determinadas operaciones, por ejemplo ventas al por menor, podrá emitirse un tique cuando el importe no exceda de 3.000 euros (IVA incluido).
 - Exigir factura de sus proveedores y conservarla para poder deducir el IVA soportado.
 - Llevar los libros de registro (de facturas expedidas, de facturas recibidas, de bienes de inversión, de determinadas operaciones intracomunitarias).
 - Presentar las declaraciones periódicas: modelos 303 (Régimen general. Autoliquidación), 340 (Declaración informativa de operaciones incluidas en los libros registro) y 390 (Resumen Anual). La presentación será obligatoria por vía telemática a través de Internet para aquellos sujetos pasivos que tengan forma jurídica de sociedad anónima o bien de sociedad de responsabilidad limitada.
- **Regímenes especiales.** En el punto anterior se ha tratado el IVA por lo que respecta al régimen general de aplicación, pero existen otros regímenes especiales creados para facilitar la gestión del tributo a aquellos empresarios que cumplen con unas características específicas, que se concretan en los artículos del 120 al 163 de la Ley

de IVA. Concretamente son: el régimen especial de los bienes usados, objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, el régimen especial del oro de inversión, el régimen especial de las agencias de viajes, el régimen especial aplicable a los servicios prestados por vía electrónica y el régimen especial del grupo de entidades.

- **Régimen especial del criterio de caja.** Este nuevo régimen se introdujo a raíz de la aprobación de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. Este nuevo régimen especial de carácter optativo permite a los sujetos pasivos retrasar el devengo y la consiguiente declaración e ingreso del IVA repercutido hasta el momento del cobro a sus clientes aunque se retardará, igualmente, la deducción del IVA soportado en sus adquisiciones hasta el momento en que efectúe el pago a sus proveedores (**criterio de caja doble**); todo ello con la fecha límite del 31 de diciembre del año inmediato posterior a aquel en que las operaciones se hayan efectuado. Pueden acogerse a este régimen especial los sujetos pasivos del impuesto cuyo volumen de operaciones durante el año natural anterior no haya superado los 2.000.000 de euros, entendiendo que las operaciones se realizan cuando se hubiera producido el devengo del IVA si no les hubiera sido de aplicación el régimen especial.

Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF)

Constituye un tributo que grava los ingresos individuales de las personas físicas, por lo que, a escala empresarial, se encuentran sujetos a él los empresarios autónomos y los componentes de sociedades civiles, ya que por sí mismas no tienen obligaciones fiscales. Los elementos que componen dicho impuesto son:

- **Hecho imponible.** Obtención de rentas procedentes de actividades empresariales, profesionales, laborales o artísticas, y obtención de rentas procedentes del patrimonio por parte del sujeto pasivo.
- **Sujeto pasivo.** Empresarios individuales y otras personas físicas con actividad empresarial (sociedades civiles y comunidades de bienes).
- **Base imponible.** En el caso de empresarios, las rentas obtenidas por la actividad económica. También deben tributar las rentas del trabajo y las rentas del capital.
- **Tipo impositivo.** Es variable y progresivo según la renta obtenida.
- **Deducciones.** La Ley prevé deducciones por diversas causas (donativos, creación de empleo, etc.).

Pagos fraccionados

Los empresarios individuales deben efectuar pagos fraccionados de la cuota de IRPF en cuatro trimestres según el calendario fiscal que se establezca cada año. El cálculo del importe es complejo y depende del régimen de impuesto (estimación directa normal, estimación directa simplificada o estimación objetiva) que se aplique.

Modelos de documentos

Respecto al modelo de documento que es necesario para realizar el pago del IRPF, corresponde al 131.

La forma en la que se gestiona el tributo corresponde al cumplimiento de las siguientes obligaciones:

- **Ingreso trimestral.** Del día 1 al 20 del mes siguiente a la finalización del trimestre, de los pagos fraccionados y de las retenciones a cuenta (modelos 111, 130 y 131).
- **Declaración anual.** Del 1 de abril al 30 de junio.
- **Llevar de forma actualizada** los libros de contabilidad y los de registro auxiliares.
- **Conservación de todos los documentos** justificantes de los pagos realizados en el período.
- **Emisión de los certificados de las retenciones practicadas** en los que es preciso expresar los datos del sujeto pasivo a quien se le practica, la cuantía, la retención resultante y el ejercicio.

Otros impuestos

Además de los que hemos visto, existen otros impuestos que afectan a las empresas y a los empresarios autónomos, gestionados en muchos casos por las comunidades autónomas o por los ayuntamientos.

Impuesto sobre actividades económicas (IAE)

Es de carácter directo. Lo gestionan los municipios y tiene como objeto gravar el desarrollo de actividades profesionales, empresariales o artísticas. Los elementos del impuesto son:

- **Hecho imponible.** El desarrollo de una actividad profesional, empresarial o artística.
- **Sujeto pasivo.** Las personas físicas y jurídicas que realicen en territorio nacional cualquiera de las actividades obligadas a tributar.
- **Tipo impositivo.** Depende de la actividad desarrollada.

- **Deducciones.** Existen bonificaciones y deducciones en función de la actividad, el tamaño de la empresa y las obras que se han de acometer para el desarrollo de la actividad empresarial.
- **Exenciones.** Están exentas las personas físicas, las sociedades de nueva creación en los dos primeros años y las que tengan una cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros.

Impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITP - AJD)

Es un impuesto estatal cuyo hecho imponible es la transmisión de patrimonio o bienes, operaciones societarias y actos jurídicos formalizados mediante documento notarial, mercantil o administrativo. La cuota depende de la operación que se lleve a cabo, por lo que es muy variable.

Impuesto sobre bienes inmuebles (IBI)

También lo gestionan los municipios y el hecho imponible es la titularidad de bienes inmuebles, rústicos o urbanos. El tipo

oscila entre el 0,3% y el 1,1% sobre el valor catastral del inmueble. El cálculo de la cuota que debe pagarse se realiza en función del valor catastral del bien, que tiene en cuenta el valor del suelo y el de la construcción. Con todo, este valor no corresponde al que se ha escriturado ni al que ha pagado realmente el comprador.

5. EL CALENDARIO FISCAL

Las obligaciones de la empresa a nivel tributario se encuentran sometidas a un régimen temporal de presentación de documentos que es preciso seguir para evitar sanciones con recargos. Para evitar la falta de conocimiento del contribuyente, las administraciones que gestionan impuestos publican un calendario informativo al que se le denomina **calendario fiscal**. La información que se muestra en el calendario es relevante para el contribuyente y vinculante para la Administración, es decir, que las dos partes quedan obligadas al cumplimiento de las fechas y períodos establecidos. La Agencia Tributaria publica cada año el calendario fiscal en su página web (<http://www.agenciatributaria.es>), un lugar de visita obligada para todos los empresarios.

ESQUEMA RESUMEN: LA GESTIÓN CONTABLE DE LA EMPRESA

CARACTERÍSTICAS A CUMPLIR POR LA CONTABILIDAD

- ORDENADA
- ADECUADA
- OBJETIVA
- RIGUROSA
- NORMALIZADA

ESTRUCTURA NORMATIVA DEL PGC

- MARCO CONCEPTUAL DE LA CONTABILIDAD
- NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN
- CUENTAS ANUALES
- CUADRO DE CUENTAS
- DEFINICIONES Y RELACIONES CONTABLES

PRECEPTOS CONTABLES DEL PGC

- CUENTAS ANUALES
- CONTENIDO DE INFORMACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES
- PRINCIPIOS CONTABLES

DISTRIBUCIÓN DE LAS CUENTAS DEL PGC

- GRUPO
- SUBGRUPO
- CUENTA
- SUBCUENTA

METODOLOGÍA CONTABLE

- PRINCIPIO DE PARTIDA DOBLE
- PRINCIPIO DE VALORACIÓN MONETARIA
- PRINCIPIO DE REPRESENTACIÓN

ESQUEMA RESUMEN: LA GESTIÓN CONTABLE DE LA EMPRESA

CONCEPTOS EN LA ACTIVIDAD CONTABLE

- ABRIR UNA CUENTA
- DETERMINAR SALDO Y LIQUIDAR
- SALDAR UNA CUENTA
- CIERRE DE UNA CUENTA
- REABRIR UNA CUENTA

FASES DEL CICLO CONTABLE

- APERTURA
- REGISTRO DE OPERACIONES
- CIERRE DE EJERCICIO

EL BALANCE

- EL ACTIVO CORRIENTE
- EL ACTIVO NO CORRIENTE
- EL PATRIMONIO NETO
- EL PASIVO CORRIENTE
- EL PASIVO NO CORRIENTE

INGRESOS Y GASTOS POR CAUSA EN LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

- RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN
- RESULTADOS FINANCIEROS
- RESULTADOS EXTRAORDINARIOS

CONTENIDO DEL MODELO ABREVIADO DE LA MEMORIA

- ACTIVIDAD DE LA EMPRESA
- BASES DE PRESENTACIÓN DE LAS CUENTAS ANUALES
- APLICACIÓN DE RESULTADOS
- NORMAS DE REGISTRO Y VALORACIÓN
- INMOVILIZADO MATERIAL, INTANGIBLE E INVERSIONES INMOBILIARIAS
- ACTIVOS FINANCIEROS
- PASIVOS FINANCIEROS
- FONDOS PROPIOS
- SITUACIÓN FISCAL
- INGRESOS Y GASTOS
- SUBVENCIONES, DONACIONES Y LEGADOS
- OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS
- OTRA INFORMACIÓN

ESQUEMA RESUMEN: LA GESTIÓN CONTABLE DE LA EMPRESA

RATIOS FINANCIERAS

- RATIO DE DISPONIBILIDAD
- RATIO DE TESORERÍA
- RATIO DE LIQUIDEZ
- RATIO DE SOLVENCIA
- RATIO DE ENDEUDAMIENTO
- RATIO DE ESTRUCTURA DE LA DEUDA

EL SISTEMA TRIBUTARIO

- IMPUESTOS
- TASAS
- CONTRIBUCIONES ESPECIALES

ELEMENTOS DE LOS IMPUESTOS

- HECHO IMPONIBLE
- SUJETO PASIVO
- BASE IMPONIBLE
- BASE LIQUIDABLE
- TIPO IMPOSITIVO
- CUOTA TRIBUTARIA

IMPUESTOS QUE AFECTAN A LAS EMPRESAS

- IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES
- IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO
- IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS
- OTROS IMPUESTOS

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Responde a las siguientes preguntas tipo test marcando la opción correcta.

6.1 El IVA soportado es:

- a) El que pagan las empresas en sus operaciones de compra y deben recuperar.
- b) El que cobran las empresas en sus operaciones de venta.
- c) El IVA superreducido.

6.2 El IRPF es un impuesto:

- a) Indirecto y proporcional.
- b) Indirecto y progresivo.
- c) Directo y progresivo.

Responde a las siguientes cuestiones.

6.3 ¿Qué características tiene que cumplir la contabilidad?

6.4 Explica las diferencias entre el PGC y el PGC para una pyme.

6.5 ¿Qué es el fondo de maniobra? ¿Para qué y cómo se calcula?

6.6 Comenta qué diferencia existe entre los beneficios antes de impuestos y después de impuestos.

6.7 La empresa OLD, SL muestra la situación que puedes ver en el balance abreviado del PGC que aparece en la página 74 (valores numéricos en euros). Calcula:

- El estado del fondo de maniobra y explica su significado.
- La ratio de endeudamiento y explica qué nos indica y si ese valor es adecuado.
- La ratio de disponibilidad y explica qué nos indica y si ese valor es adecuado.

Cuando acabes estos ejercicios, realiza el caso práctico que encontrarás en la página 76. Al final del libro tienes las soluciones a estos ejercicios y, también, al caso práctico. Si has cometido errores, repasa de nuevo el capítulo antes de seguir con el estudio.

Esquema de contenido

1. INTRODUCCIÓN

2. LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

2.1 Los procesos administrativos

2.2 Las funciones administrativas

3. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA GESTIÓN COMERCIAL

3.1 Contrato de compraventa

3.2 El pedido

3.3 El albarán

3.4 La factura

3.5 La factura electrónica

4. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE PAGO Y COBRO

4.1 El recibo

4.2 El cheque

4.3 La letra de cambio

ESQUEMA RESUMEN

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Imagina que ya has puesto en marcha la empresa. Ha llegado el momento de afrontar diversas funciones. Por un lado, deberás centrarte en las de primer orden, que corresponden a la producción y generan ingresos de forma directa y, por otro, a las de segundo orden o complementarias, garantizan el funcionamiento de la organización a nivel interno y externo.

En el capítulo anterior has visto cómo las obligaciones de la empresa generan un gran volumen de trabajo de gestión, pero además las propias actividades y las relaciones con el exterior (proveedores, clientes, etc.) generan nuevas tareas a las que se debe prestar tanta atención como a cualquiera. Este capítulo se centra en las actividades complementarias que tienen que ver con la gestión de la información y los procesos comerciales. Conocerás la documentación necesaria para garantizar el control y la corrección de las operaciones derivadas del funcionamiento de tu negocio, así como las obligaciones y derechos que genera la correcta gestión de los documentos administrativos y comerciales.

Piensa que tan importante es que la empresa produzca bien como que la gestión de la empresa y de sus operaciones sean las adecuadas. Uno de los mayores problemas que puede sufrir una entidad hace referencia a la falta de recursos económicos, y una mala gestión documental suele ser el desencadenante.

Otra premisa a tener en cuenta es que, aunque parezca que las tareas de gestión y administración son una carga económica para la empresa al no producir ingresos de forma directa, nada está más lejos de la verdad. Una correcta gestión produce optimización de recursos, eficiencia de cobro, reducción en la duración de los procesos de atención, suministro y comunicación con el exterior. Todo ello, genera reducciones importantes de los gastos que debe asumir la empresa. En consecuencia, se produce un incremento de los beneficios. Así la gestión correcta genera ingresos indirectos.

2. LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Como ya se ha mencionado en la introducción, en principio, se tiene la percepción de que las funciones realmente importantes y que generan valor son las primarias, pero para que estas puedan llevarse a cabo, se necesita de las funciones de apoyo, que son las que proporcionan eficiencia a todo el proceso. La función administrativa es la que se considera básica ya que presta apoyo en todos los modelos y tipos de empresas.

Se considera a la función administrativa como:

«El conjunto de actividades necesarias para conseguir el funcionamiento óptimo de toda la organización empresarial, trabajando en diferentes ámbitos como son: el estratégico y el de gestión».

El ámbito de trabajo estratégico proporciona la posibilidad de definir el sistema de organización de la entidad y marcar los objetivos empresariales. El emprendedor, desde el inicio de la idea, establece la estrategia y revisa su desarrollo anualmente en función de los resultados que se van obteniendo. Por tanto, este es un ámbito que recoge la dirección de la empresa.

El ámbito de gestión o administrativo incluye las tareas que cada día realiza la empresa de forma sistemática y que sirven para apoyar al resto de tareas y funciones en los campos documental y de organización.

2.1 Los procesos administrativos

Todas las empresas deben contemplar en su organización el desarrollo de procesos administrativos, así como las acciones de planificación, producción y control. La información generada debe ser analizada, tratada y conservada, y tienes que tener en cuenta que ciertos estudios establecen que entre una tercera y cuarta parte de los recursos de las empresas se destinan a este tipo de procesos.

Los procesos administrativos controlan y documentan las corrientes de información que genera cualquier tipo de actividad empresarial siguiendo un proceso que podría resumirse en los siguientes pasos:

- Análisis de la información interna y externa.
- Clasificación en grupos de información.
- Procesamiento del contenido de la información.
- Documentación.
- Conservación y archivo de toda la información y la documentación.

Las operaciones empresariales generan caudales de información que debe ser procesada de forma adecuada para que permita la creación de los documentos necesarios para legalizar y aprobar la realización de las operaciones a las que

se refieren. Una vez ejecutadas las acciones, los documentos deben conservarse de acuerdo con las normas de eficiencia, en cumplimiento de las necesidades de consulta, control y gestión de la información, así como del cumplimiento de las obligaciones que se establecen en el ámbito legal.

Las condiciones sobre las que debe realizarse el proceso administrativo, con el objetivo de conseguir **elevada eficiencia**, son las siguientes:

- **Disponibilidad.** Los procesos de que se trate tienen que poderse realizar en el momento preciso. No deben existir retrasos debido a circunstancias administrativas o de índole documental.
- **Economicidad.** Las tareas del proceso tienen que realizarse con el menor coste posible, teniendo en cuenta que los costes se derivan tanto de los recursos utilizados como del tiempo empleado para realizarlos. La forma más eficiente de conseguir este resultado consiste en aplicar los principios de sencillez, rapidez y equilibrio de variables que intervienen.
- **Seguridad.** A la hora de tratar la información se debe tener presente que ha de ser totalmente confidencial y con el máximo rigor, tanto en el contenido como en los análisis que haya sido necesario realizar e informar.
- **Utilidad.** La información que se procesa y transmite debe ser la necesaria para que los diferentes niveles de decisión de la empresa puedan actuar de forma eficiente y en el contexto generado para cada operación.

Aun cuando la tarea de los procesos administrativos parezca común a todas las secciones o departamentos de la entidad, lo cierto es que, por las peculiaridades de cada uno de ellos, requieren una especialización que adapte las funciones a las necesidades de los diversos grupos de tareas.

2.2 Las funciones administrativas

La administración de una empresa requiere el constante ejercicio de ciertas responsabilidades directivas. Tales responsabilidades se conocen con el nombre de **funciones administrativas**. Si bien varían sus designaciones, estas funciones son ampliamente reconocidas tanto a nivel académico como por los gerentes profesionales. Siguiendo con la taxonomía establecida por Arthur G. Bedeian, dichas funciones se establecen en los siguientes términos:

- **Planificación.** Permite desarrollar los objetivos empresariales y elige un futuro curso de acción para lograrlos. Comprende:
 - Establecimiento de los objetivos de la empresa.
 - Desarrollo de las premisas acerca del medio ambiente en la cual han de cumplirse.
 - Elección de un curso de acción para alcanzar los objetivos establecidos.
 - Inicio de las actividades necesarias para traducir los planes en acciones.
 - Replanteamiento sobre la marcha para corregir deficiencias existentes.
- **Organización.** Los empleados y sus labores se relacionan unos con los otros para cumplir los objetivos de la empresa. Este proceso consiste en dividir el trabajo entre grupos e individuos y coordinar las actividades individuales del grupo. Organizar implica también establecer autoridad directiva.
- **Suministro de personal y administración de los recursos humanos.** Asegura que se recluten empleados competentes, se los desarrolle y se los recompense por lograr los objetivos de la empresa. Una dotación de personal eficaz, así como una buena administración de los recursos humanos de la empresa, implica también el establecimiento de un ambiente de trabajo en el que los empleados se sientan satisfechos.
- **Guía e influencia interpersonal.** Garantiza que todas las personas (de igual nivel, superiores, subordinadas y no subordinadas) se encuentren lo bastante motivadas como para ayudar voluntaria y armónicamente en el logro de los objetivos de la empresa (designado también como dirigir o actuar).
- **Control.** Es el proceso de asegurar el desempeño eficiente para alcanzar los objetivos de la empresa. Implica:
 - Establecer metas y normas.
 - Comparar el desempeño medido respecto a las metas y normas establecidas.
 - Reforzar los aciertos y corregir las fallas.

Las cinco funciones de la administración constituyen el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma coin-

cidente y continua al administrarse una empresa. El proceso administrativo se vale de enlaces y de sistemas de retroalimentación. De este modo, por ejemplo, la planificación debe preceder a la actividad de organizar, y el control debe seguir a las demás funciones.

3. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA GESTIÓN COMERCIAL

La operación común a todo tipo de empresas es la compra de productos. Unas los realizan con la finalidad de proveerse y producir, otras para tener un medio con el que ofrecer sus servicios e, incluso están las que compran con el objetivo de revender. El proceso administrativo que se desarrolla con esta acción tiene un procedimiento específico que ha de ser documentado por las partes que intervienen en la operación, tal y como muestra la figura 7.1.

La documentación generada en la operación debe ser conservada, siendo necesario que todos los documentos se generen mediante un original y una copia, como mínimo.

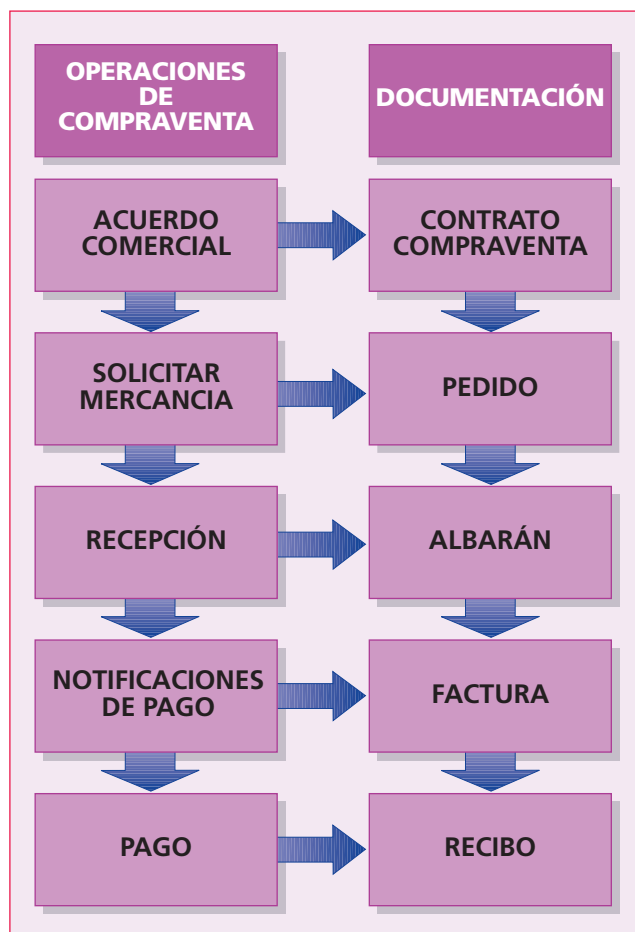


Figura 7.1

3.1 Contrato de compraventa

La compraventa es una operación mercantil por la que se adquieren bienes con la intención de convertirlos en otro producto o mantenerlos en el original de forma que con ellos se obtenga un beneficio al revenderlos. El Código de Comercio establece esta definición en sus artículos 325 y 326.

Del artículo 326 podemos extraer los tipos de compraventa que son considerados civiles, a pesar de que pertenezcan a la tipología de compraventas mercantiles. Son las que se detallan a continuación:

- Las destinadas al consumo del comprador o de la persona que haya encargado su adquisición.
- Las ventas agrícolas o ganaderas realizadas por los propios productores.
- Las ventas de productos que realicen los artesanos y que éstos vendan directamente.
- Las reventas de productos adquiridos para el consumo por quienes no son comerciantes.

También se debe especificar que las compraventas que no se encuentran contempladas en estos artículos corresponden a las denominadas **compraventas civiles**, consideradas así por sus características mercantiles. Por tanto, se encuentran reguladas por el Código Civil.

Elementos

Los elementos de la normativa se recogen en tres grupos, los denominados elementos personales, elementos reales y elementos formales.

Elementos personales

- **Vendedor.** Persona física o jurídica que tiene la capacidad civil de obrar, por la que entrega un bien y cobra por ello.
- **Comprador.** Persona física o jurídica con capacidad de obrar que recibe un bien y paga por él.

Elementos reales

- **Bien.** Es el objeto del contrato, normalmente mueble. Si es un inmueble comprado con el único objeto de reven-

derlo para obtener beneficio, también sería contemplado como compraventa mercantil.

- **Precio.** Cantidad de dinero que el vendedor recibe del comprador por el bien, siendo cierto y determinado.
- **Condiciones de la venta.** Son el plazo, el lugar y la forma de entrega del bien y pago del precio.

Elementos formales

No se presentan requisitos formales para que el contrato sea válido, pudiendo ser oral o escrito.

Obligaciones de las partes

Aparte del derecho que asiste a las partes de rescindir el contrato u obligar al total cumplimiento en los casos de que la otra parte incumpla alguna de las condiciones pactadas, conviene tener en cuenta las siguientes obligaciones a nivel individual:

El comprador queda obligado a:

- Recibir la mercancía en las condiciones acordadas y hacerse cargo de ella. Puede negarse en caso de que no se ajuste a lo acordado y presente defectos.

Ejemplo 7.1

Imagina una empresa que se dedica a la venta de vehículos. Un modelo de contrato de compraventa podría ser el siguiente:

....., a de de 2020

CONTRATO DE COMPRAVENTA

DE UNA PARTE, COMO **VENDEDOR**: DON, mayor de edad, con D.N.I. ...
..... y domicilio en, calle

Y DE OTRA PARTE, EN CALIDAD DE **COMPRADOR**: DON, mayor de edad, con D.N.I., y domicilio en, calle

INTERVIENEN

Ambos en su propio nombre y derecho, reconociéndose capacidad bastante para la celebración de este acto:

MANIFIESTAN

1. Que en la fecha de hoy,, Don, vende a Don el vehículo de su propiedad marca, modelo, matrícula, con número de bastidor
2. El vendedor declara recibir en este momento a su completa satisfacción la cantidad de euros, importe total del mencionado vehículo, por lo que el mismo queda como exclusiva y única propiedad del adquiriente.
3. Que desde la fecha de firma del presente contrato, en calidad de nuevo propietario del vehículo, se responsabiliza frente al vendedor Don y para el período de tramitación de la transferencia, a hacerse cargo del pago de todo tipo de deuda o reclamación, que genere el vehículo, que se reclame al vendedor y cuya razón de ser tenga como fecha desde el día siguiente al de la firma del presente documento.
4. El comprador reconoce haber probado el vehículo con anterioridad a la venta y exonera de manera expresa al vendedor de cualquier responsabilidad por vicios o defectos ocultos o posibles averías que dicho vehículo manifieste en un futuro, según se determina en el artículo 1485 del Código Civil Español.
Y para que así conste, y como prueba de que lo expuesto es expresión de nuestra libre voluntad, firmamos el presente, en el lugar y fecha de encabezamiento.

D.

D.

Firma

Firma

- Pagar en el tiempo, forma y lugar acordado. El retraso en el pago genera intereses a favor del vendedor.

El vendedor queda obligado a:

- Custodiar y conservar la mercancía destinada a la venta hasta el momento de entregársela al comprador.
- Entregar al comprador la mercancía en perfecto estado garantizando que no tiene defectos.
- Entregar la mercancía al comprador según las estipulaciones de entrega establecidas, en el lugar pactado, en la forma acordada y cantidad solicitada.
- Garantizar al comprador el disfrute pacífico del producto, respondiendo legalmente de la propiedad legal del bien vendido.

Contenido

Aunque el Código de Comercio no especifique una forma concreta y permita la existencia de contratos orales, lo habitual, para que exista prueba, es que se realicen por escrito con el contenido mínimo siguiente:

- **Lugar y fecha de realización del contrato.**
- **Relación de los elementos personales.** Identificación de las partes que lo suscriben con nombre, domicilio e identificación fiscal. También se identifican la capacidad legal de actuación y si actúan en nombre propio o por cuenta de otras personas. Cuando se trata de personas jurídicas se hace constar el nombre del apoderado.
- **Manifestación de la voluntad de las partes.** Se hace explícita la voluntad de las partes de realizar el contrato libre y voluntariamente.
- **Elementos reales.** Se describe el bien que se transmite en propiedad, el precio y todas las condiciones que se pacten y que no sean contrarias a la Ley, concretamente:
 - Lugar y plazo de entrega.
 - Definición de la parte que asume los gastos que se generen de la operación.
 - Forma de pago y plazos.
 - Posibles indemnizaciones.
 - Gastos de incumplimiento.

- **Cierre.** Se indican los juzgados y tribunales a los que se someterán en caso de conflicto. También se indica el número de copias que existen del contrato y en poder de quien están.

- **Firma.** Las dos partes han de firmar para ratificar el acuerdo, en el caso de personalidad jurídica firmará el apoderado.

3.2 El pedido

La realización de un pedido comporta la solicitud de mercancía que realiza el comprador al vendedor bajo unas condiciones que han sido pactadas con anterioridad.

La realización de esta acción puede llevarse a cabo por diferentes medios, pero lo que es primordial es que exista prueba documental de la solicitud y acuerdo de las dos partes para que se materialice.

El documento que hace referencia a esta acción se denomina de la misma forma —es decir, **pedido**— y tiene las siguientes características:

- Lo expide el comprador y los recibe el vendedor.
- Para que sea válido el vendedor ha de aceptarlo en contenido y condiciones.
- No tiene que responder, necesariamente, a una forma determinada, pudiéndose realizar por medio de carta, documento específico, teléfono o medios telemáticos, pero es aconsejable que exista medio escrito con el contenido mínimo que se especifica más adelante.
- Es una relación de mercancías y condiciones de la operación comercial, concretando los derechos y deberes de las partes.
- Nace de la existencia de un pacto anterior entre las partes realizado por medio del contrato de compraventa.

Contenido

- **Identificación de las partes.** Se establecen los datos del comprador o del vendedor correspondientes a:
 - Nombre.
 - Dirección.
 - Identificación fiscal.

- **Identificación del documento.** Debe ir numerado de forma correlativa y con la fecha en la que ha sido realizado ya que se considerará como la de inicio de la operación.
- **Mercancía.** Se identificarán los siguientes datos:
 - Código o referencia del producto.
 - Unidades que se solicitan.
 - Descripción del producto solicitado.
 - Precio unitario del producto.
 - Precio total de cada producto.
- **Condiciones de compra.** Se establecerán los siguientes datos:
 - Fecha de entrega.
 - Lugar de entrega.
 - Forma de entrega.
 - Forma de pago.
 - Descuentos.
- **Declaración de voluntades.** Como mínimo deberá firmarlo el comprador como acreditación de la voluntad de adquisición; es recomendable que lo firmen las dos partes.

Ejemplo 7.2

Un modelo de pedido realizado mediante carta o fax podría ser el siguiente:

(Nombre empresa o persona que solicita dicho pedido)
(Dirección)
(C.P., localidad y provincia)
(N.º de teléfono)

15 de enero de 2020

(Nombre empresa o persona que solicita dicho pedido)
(Dirección)
(C.P., localidad y provincia)
(N.º de teléfono)

Asunto: Pedido material de oficina (o lo que proceda en cada caso)

Estimados señores:

Rogamos nos envíen a la mayor brevedad posible los materiales que detallamos a continuación:

4 paquetes de papel DIN A4 de 500 hojas
50 rotuladores fluorescentes
5 tijeras de oficinas
5 grapadoras

Forma de envío: (en este apartado se indicará la forma en la que se enviará el pedido: mediante agencia de transporte, etc., así como días y horas para recibir el pedido, servicio, departamento o lo que proceda)

Forma de pago: (apartado para indicar cómo se efectuará el pago: transferencia bancaria o lo que proceda).

En espera de su pronta entrega, les saluda atentamente

Firma:

Nombre de la persona o empresa

El documento

Para realizar el pedido es necesario que el comprador tenga a su disposición la documentación necesaria para poder identificarlo. Por ello, es preciso que el vendedor le haga llegar ofertas o catálogos en los que consten los datos en cuestión. A la hora de redactarlos se debe hacer de for-

ma clara, sin tachaduras y en impreso que puede ser de cumplimentación manual o en base a un modelo, como por ejemplo una plantilla creada con un procesador de textos.

Cuando el comprador haya firmado el documento y lo haya hecho llegar al vendedor, este debe confirmar su aceptación mediante firma o aceptación tácita (llamada de confirma-

Ejemplo 7.3

Un modelo de pedido realizado mediante una plantilla podía ser el siguiente:

DATOS DEL COMPRADOR			DATOS DEL VENDEDOR	
Nº de pedido		Fecha		
PRODUCTOS				
REFERENCIA	UNIDADES	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
CONDICIONES				
Fecha de entrega		Descuentos		
Lugar de entrega		Forma de pago		
Forma de entrega				
Observaciones				
Firma del comprador		Firma del vendedor		

ción, correo, etc.). Desde ese momento existe el compromiso de mantener las condiciones especificadas durante el plazo de tiempo que se le asigne en el propio documento.

En lo que respecta a su elaboración, se debe tener en cuenta que tiene que existir un impreso para cada una de las partes y las necesarias para la gestión de la empresa. Así se establece que debe existir una copia para cada uno de los siguientes:

- Para el vendedor.
- Para el almacén de recepción con motivo de poder comprobar la mercancía a su llegada.
- Para el departamento u oficina que ha realizado el documento que le permita controlar la acción y su posterior archivo documental.

3.3 El albarán

Cuando la mercancía llega al lugar designado en el pedido, va acompañada del documento que acredita la entrega y la relación de productos a los que hace referencia. A este documento se lo *denomina* albarán y se define como:

«El documento que emite el vendedor en que se encuentran relacionadas las mercancías enviadas que se establecieron en el pedido y que lo acompañan acreditando la entrega».

Por la naturaleza y utilidad del documento es imprescindible realizarlo por escrito. Es de utilidad en varias situaciones: la primera, para comprobar que la mercancía que se solicitó en el pedido es la que llega al almacén; la segunda, para comprobar que el contenido de los embalajes corresponde a la relación que se ofrece en el albarán; la tercera, para registrar su ingreso en las instalaciones del almacén y, la cuarta y última, para dar conformidad al vendedor de que ha sido recibida en el lugar de destino.

Existen varios formatos de albarán que se diferencian por la forma de relacionar el contenido del pedido. Así podemos encontrar:

- **Albarán sin valorar.** Es el que relaciona las mercancías sin especificar el valor económico de estas.
- **Albarán valorado.** Además de relacionar las mercancías ofrece el valor económico.

- **Albarán valorado con IVA.** Es el que contiene la valoración de forma similar a la factura, incluyendo los impuestos aplicables a la operación. Este a veces sustituye a la factura, aunque lo más correcto es que se emita y que, además, se reciba la factura, ya que como veremos al tratar de ella es el único documento acreditativo a nivel oficial de la adquisición y de la venta.

Contenido

El contenido que debe reflejarse en este modelo de documento es el siguiente:

- **Identificación de las partes.** Se tienen que reflejar los datos de comprador y vendedor: nombre, dirección y número de identificación fiscal o código de identificación fiscal, en función de la personalidad de las partes.
- **Identificación.** El documento debe ir numerado de forma correlativa según el sistema que tenga la empresa emisora, además debe incluir la fecha en la que se ha realizado y que ha salido del almacén del vendedor y, por último, referencia a la numeración del pedido al que corresponden las mercancías que le acompañan.
- **Mercancía.** Se tiene que identificar los productos que se remiten mediante el código o referencia del producto, unidades que se han enviado de cada producto, descripción de cada producto, precio unitario (si es valorado), precio total (si es valorado). Estos datos han de coincidir con los que se reflejaron en el pedido, ya que en caso contrario el comprador puede no aceptar su recepción por incumplimiento de lo acordado en la operación.
- **Condiciones.** Se debe identificar quién hace la entrega (en los casos en que no la realice el propio vendedor) y el número de paquetes que componen el envío. Existen modelos en los que se incluyen las medidas de los bultos y su peso.

La aceptación de que la mercancía se ha recibido de forma correcta se realiza mediante la firma del comprador. Ésta indica que la cantidad y la relación de productos es correcta, por ello se hace imprescindible que a la recepción se compruebe el contenido de los bultos y se compruebe que es el que corresponde.

El documento

Los datos con los que se confecciona el documento se obtienen del pedido que previamente se ha realizado y de

Empresa e iniciativa emprendedora (II)

la fecha en la que la mercancía sale del almacén del vendedor. Se tiene que realizar con letra clara y sin tachaduras en el modelo de impreso o mediante la plantilla que puede estar realizada en el procesador de textos, hoja de cálculo, programa específico, etc.

Se deben emitir cuatro ejemplares del documento con la finalidad de que exista constancia escrita para los siguientes destinatarios.

- Un ejemplar para el comprador de forma que le quede constancia de la recepción y pueda darlo de alta en los *stocks* de su almacén.
- Una copia para el almacén del vendedor como justificante de la salida de la mercancía.
- Una copia para el departamento encargado de la venta para realizar el seguimiento de la operación.

Ejemplo 7.4

Un modelo de albarán realizado mediante una plantilla podría ser el siguiente:

DATOS DEL VENDEDOR		ALBARÁN N.º	
DATOS DEL LUGAR DE ENTREGA		DATOS CLIENTE Fecha: D./Dña.: Domicilio: Población: Provincia: CIF o NIF:	
Domicilio:			
C.P. Municipio-Provincia:			
Telf/Fax:			
CANTIDAD	DENOMINACIÓN	PRECIO	TOTAL
TOTAL			
IVA			
SUMA TOTAL			
Transportista:		Bultos:	
Observaciones		Conformidad (firma del comprador)	

- Una copia que acompaña a la mercancía y que volverá a las dependencias del vendedor conforme se ha recibido correctamente.

Se recomienda que siempre se utilice el mismo modelo para evitar confusiones y estar familiarizado con la rutina de su cumplimentación y gestión. Además, es aconsejable que se realice siempre valorado. De esta forma, las partes pueden verificar la corrección de los importes y evitar posibles desacuerdos en el transcurso de la operación.

3.4 La factura

La factura es el documento que, a nivel oficial, acredita la adquisición o la venta de mercancías o prestaciones de servicio. Su contenido está regulado en el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación. Este Reglamento traspone al ordenamiento jurídico interno la Directiva 2010/45 UE.

La diferencia mayor respecto a documentos anteriores es la inclusión del IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido). Es un impuesto que grava las operaciones de compraventa de forma obligatoria y, por tanto, que tiene que ser reflejado en el documento de notificación de los importes de cobro, como es la factura.

En el sistema de funcionamiento del IVA, el vendedor está obligado a realizar su imposición en la factura para que el comprador lo pague. Su importe varía en función del coeficiente aplicable a la operación (según el producto o servicio se aplica diferente porcentaje, fijado en la norma). Una vez cobrado, el vendedor debe, mediante las declaraciones con modelo oficial de la Agencia Tributaria, realizar el ingreso de éstos importes en el período establecido, normalmente cada trimestre.

La factura se define como:

«Es el documento que el vendedor expide y que acredita jurídicamente la operación de compraventa de bienes o la prestación de servicios a cargo del comprador».

Contenido

Debido a su importancia, a nivel oficial, en la factura el contenido viene especificado por las normativas antes relacionadas, que corresponde al siguiente:

- **Identificación de las partes.** Se tienen que identificar los datos correspondientes al comprador y el vendedor en referencia a: nombre, dirección fiscal, número o código de identificación fiscal (en función de la personalidad de la entidad). En los casos de sociedades inscritas en el Registro Mercantil, tienen que reflejar los datos registrales del vendedor.
- **Identificación documento.** Debe constar el lugar y fecha de emisión, la numeración siguiendo los criterios de correlatividad de forma que, en los casos de existir varios centros de trabajo, cada uno de ellos, tendrá su numeración. A su vez, ha de constar el número de pedido y del albarán correspondiente.
- **Descripción de la operación.** Deben relacionarse los siguientes conceptos:
 - **Descripción de los productos** mediante código o referencia, especificación del producto o descripción, cantidad, precio unitario y precio total.
 - **Descuentos**, especificando el tipo y la cuantía.
 - **Gastos de la operación:** transportes, seguros, etc.
 - **Base imponible:** importe total de la operación que servirá para el cálculo del importe del impuesto de valor añadido.
 - **Tipo de IVA:** porcentaje aplicable en este concepto a la operación que se aplica en función de la tipología del producto en función de lo especificado legalmente.
 - **Cuota de recargo de equivalencia:** en los casos que proceda su aplicación según lo legalmente establecido.
 - **Total de factura:** el importe final a pagar incluidos todos los conceptos anteriores.
- **Información de pago.** Se especificará la fecha de pago y la forma en que se realizará.

El documento

La fuente de información de la que proceden los datos de la factura son los documentos, tratados con anterioridad, pedido y albarán. De ellos se obtienen los datos pactados y realizados de la operación.

La parte más delicada de la realización de la factura corresponde a los cálculos previos y al importe total. Se debe tener

Ejemplo 7.5

Un modelo de factura realizado mediante una plantilla podría ser el siguiente:

Nombre vendedor
N.I.F:
Domicilio:
C.P. / Municipio / Provincia:
Telf. / Fax:
Correo electrónico:

FACTURA N°	
Fecha:	
Nombre comprador:	
Domicilio:	
Población:	
Provincia:	
CIF o NIF:	
Pedido n.º	Albarán n.º

[illegible]

en cuenta las especificaciones legales en materia fiscal y la correcta aplicación de las cantidades en los conceptos a calcular. Así, puedes seguir la siguiente guía para su elaboración:

- **Calcular los importes de cada producto o servicio.** Se tiene que multiplicar el número de unidades de cada producto por su precio unitario.
- **Descuentos.** En el caso en que el descuento sea aplicable a cada producto, se tiene que especificar de forma individual deduciéndose del importe de cada producto la cantidad que corresponda al descuento. En caso de que sea total, se aplicará sobre el importe de la suma de los precios totales de todos los productos. Su cálculo corresponde a la deducción del importe que corresponda del descuento del total de la adquisición sin impuestos.
- **Gastos.** Los gastos auxiliares a la operación se han de sumar al importe de los productos menos el descuento.
- **Base imponible.** Corresponde a la cantidad resultante de los pasos anteriores, es decir, la suma de los importes de los productos menos los descuentos más los gastos.
- **Tipo de IVA.** Se aplica el porcentaje indicado por la legislación en función del tipo de producto, calculado sobre la base imponible. En los casos en los que a los productos se les deba aplicar diferentes tipos de IVA, deberán calcularse distintas bases imponibles y especificarlos para cada uno. Por el contrario, si todos los productos son del mismo tipo aplicable se realizará un solo cálculo para toda la factura.
- **Cuota de IVA.** Es el resultado de calcular el porcentaje aplicable de IVA sobre la base imponible a la que haga referencia.
- **Recargo de equivalencia.** En el caso de que la actividad lleve gravada el recargo de equivalencia, se especificará y se establecerá el importe.
- **Total de factura.** Es el importe que ha de pagar el cliente y se obtiene de la base imponible más la cuota de IVA y de recargo de equivalencia (en su caso).

3.5 La factura electrónica

La facturación electrónica consiste en la transmisión de las facturas entre emisor y receptor por medios electrónicos

(ficheros informáticos) y telemáticos (de un ordenador a otro), firmados digitalmente con certificados reconocidos. La factura electrónica es un documento electrónico que cumple con los requisitos legal y reglamentariamente exigibles a las facturas y que, además, garantiza la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido.

Este tipo de factura tiene la misma validez legal que las facturas que se emiten en papel.

Obligaciones como emisor de una factura electrónica

Las obligaciones de toda persona que emite una factura electrónica son garantizar su legibilidad, autenticidad e integridad. Las obligaciones son casi las mismas que debe cumplir la persona o entidad que emite una factura en papel, pero en este caso debe adaptarse a las especificidades de los medios electrónicos. Estas son las siguientes:

- Crear la factura en una **aplicación** que cumpla con los requisitos mínimos exigidos y asegurar su legibilidad en el formato original.
- Garantizar el **acceso** a las facturas, ya sea la visualización, copia o descarga, y su impresión.
- Garantizar su **autenticidad e integridad**, es decir, que el contenido de la factura no ha sido modificado.
- Garantizar la **identidad** de la persona o entidad que emite dicha factura.

Se puede garantizar la autenticidad y la integridad de una factura electrónica mediante:

- **Firma electrónica** avanzada basada en un certificado reconocido.
- **Intercambio electrónico** de datos EDI.
- **Otros medios** que los interesados hayan comunicado a la Agencia Estatal de Administración Tributaria con carácter previo a su utilización y hayan sido validados por la misma.
- **Controles de gestión** usuales de la actividad empresarial o profesional del sujeto pasivo, siempre que permitan crear una pista de auditoría fiable que establezca la necesaria conexión entre la factura y la entrega de bienes o prestación de servicios que la misma documenta.

Obligaciones como empresa que recibe una factura electrónica

La persona o entidad que recibe una factura electrónica también tiene una serie de obligaciones, que son:

- Tiene la obligación de **conservarla** en soporte informático para su futura consulta, auditoría, acreditación de compra y cómputo de garantía.
- Está obligado legalmente a **verificar** la firma de la factura electrónica y la identidad del emisor, así como comprobar que el certificado utilizado para la generación de la firma electrónica no ha perdido su eficacia por revocación (que ha sido invalidado antes de su caducidad), caducidad o cualquier causa establecida en el ordenamiento jurídico.
- Debe **guardar** la información relativa a la comprobación de la validez de la firma electrónica, o que permita comprobar esta validez transcurrido un tiempo.

Firma electrónica

Existen diversos controles de gestión que garantizan la autenticidad de origen de la factura electrónica y la integridad de su contenido, pero el más extendido en nuestro país es la firma electrónica reconocida (regulada por la Ley 59/2003 de 19 de diciembre). Mediante la firma electrónica reconocida de la factura, se garantiza:

- **Autenticidad de su origen:** sabrás que el emisor de la factura electrónica es quien dice ser.
- **Integridad de su contenido:** el contenido de la factura no se puede modificar o manipular. Si esto ocurriera, la firma sería inválida, y el software que utilizas para validar la firma te avisaría.

Una factura en formato digital que no se firme con una firma electrónica reconocida no es una factura electrónica válida.

4. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE PAGO Y COBRO

En el ejercicio de una operación de compraventa, la obligación que corresponde, en primer orden, al comprador es la de pagar aquello por lo que se ha realizado la operación, lo que a su vez genera, por parte del vendedor, el derecho a cobrar aquello que ha servido. Para formalizar el pago y acreditarlo existen diferentes medios que deben haber sido pactados por las partes y que han formado parte de

la documentación anterior, al quedar reflejado como forma de pago. La más habitual es la de pago al contado, que corresponde a la de hacer efectivo el cobro en el momento de librar la mercancía y la correspondiente factura al comprador. De todos modos, existen otros medios diferentes a la entrega de dinero en metálico en el momento de la entrega que son los siguientes:

- **Cheque.** Es un documento que permite al vendedor cobrar su importe en una entidad financiera determinada o ingresarlo en su cuenta para que su entidad reclame el importe a la del comprador.
- **Transferencia bancaria.** Es cuando el comprador ordena a su banco que haga efectivo el pago en la entidad y cuenta del vendedor.
- **Tarjeta.** La entidad del comprador satisface el importe de la deuda cargándolo en la cuenta del comprador e ingresándola en la del vendedor. Existen dos modalidades básicas de tarjeta:
 - **Crédito.** Es el sistema por el que la entidad bancaria financia el cobro al comprador en unas determinadas condiciones de interés y plazo de financiación ingresando el importe de forma automática en la cuenta del vendedor.
 - **Débito.** El cargo del importe se hace de forma automática en la cuenta del comprador.
- **Domiciliación bancaria.** El vendedor presenta un recibo de cobro en la entidad designada por el comprador para que le hagan efectivo el importe.

4.1 El recibo

Es el documento mediante el que se acredita que el comprador ha realizado el pago de la deuda que corresponde al importe de la factura. Lo emite el vendedor, haciendo entrega al comprador en el momento del pago. En ocasiones este documento queda substituido por la firma de la factura y exponiendo la palabra «pagada» en el documento (la propia factura). El recibo consta de dos partes, la denominada matriz, que es la que sirve de control de la emisión para el vendedor, y el recibo en sí, que es la parte del documento que se entrega al comprador conforme ha pagado.

Un hecho que debes tener presente es la necesidad de que los importes pagados se encuentren especificados en números y en letra, siendo esta última expresión a la que se da más valor. De ahí la importancia de que se refleje correctamente.

Ejemplo 7.6

Un modelo de recibo realizado mediante una plantilla con talonario podría ser el siguiente:

N.º de recibo	N.º de recibo	
Recibí de:	Fecha:	
La cantidad de euros: (en letra)	Recibí de:	
En concepto de:	La cantidad de euros: (en letra)	
Fecha:	En concepto de:	
Importe: (en número)	Importe: (en número)	Firma del vendedor

4.2 El cheque

Es el documento por el que el vendedor puede cobrar el importe de la deuda en la entidad bancaria del comprador y se define como:

«Documento mercantil por el que un banco o entidad de crédito se obliga al pago de una determinada cantidad por orden de su cliente y con cargo a la cuenta que en la entidad existe a nombre del comprador».

El documento se encuentra en poder del comprador por emisión de talonario de la entidad bancaria, todo y que la entidad se compromete al pago del importe indicado. En la figura 7.2 se muestra el modelo de cheque normalizado por el Banco de España. Debes tener en cuenta que esta obligación se encuentra sometida a la existencia de fondos en la cuenta del comprador. En caso contrario, la entidad de crédito o banco no se hará responsable del pago.

Existen diferentes formas de expedir el cheque y son las siguientes:

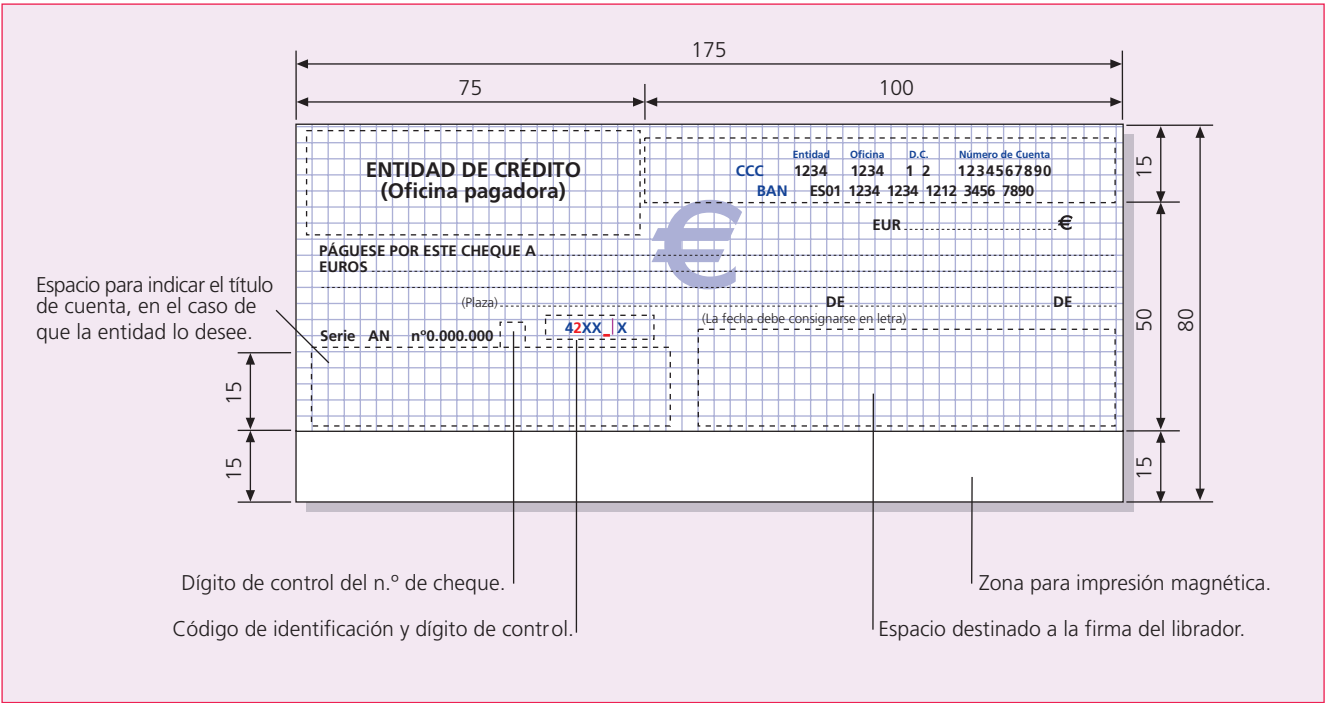


Figura 7.2

- **Cheque nominativo.** Se emite a favor de una persona o entidad determinada especificando en el documento su nombre y apellidos o la razón social.
- **Cheque al portador.** No se determina la persona que puede cobrarlo, así que cualquiera puede realizar la operación de cobro.
- **Cheque conformado.** Es una modalidad altamente aceptada, ya que la entidad que debe realizar el pago garantiza la autenticidad de la firma y la existencia de fondos para hacer frente al pago de la cantidad que se halla reflejada.
- **Cheque cruzado.** El cheque que se emite solo puede ser cobrado mediante ingreso en la cuenta del cobrador. Se realiza cruzando dos líneas paralelas en el anverso del documento. Su finalidad es que no pueda ser cobrado por nadie diferente al vendedor.

El cheque es un documento legalmente aceptado, por lo que existen una serie de características a tener en cuenta:

- Deben identificarse todos los elementos que figuran para que sea válido.
- Se puede cobrar en cualquier momento con independencia de su fecha, en cuyo caso se denomina **pagadero a la vista**.
- Se emite con cargo a una cuenta y se paga su totalidad en el caso de que existan fondos para cubrirlo. Existe la posibilidad de que se abone de forma parcial hasta donde alcancen los fondos de la cuenta.

4.3 La letra de cambio

La letra de cambio es uno de los títulos valores considerados como efectos de comercio que nació como un medio para evitar el pago con dinero en metálico de las operaciones comerciales, con los riesgos que ello representaba. Con el tiempo se utilizó masivamente por las empresas como un instrumento de crédito para obtener liquidez antes del vencimiento de las deudas de sus clientes, es decir, del vencimiento de las facturas por ventas, mediante su descuento en entidades bancarias. No obstante, su uso ha descendido rápidamente en beneficio de otros sistemas de financiación, como las pólizas de crédito, el **factoring** o el **confirming**, entre otros.

«Documento mercantil por el que el librador, ordena a otro, el librado, el pago de una determinada cantidad de dinero en una fecha determinada o con un vencimiento concreto. El pago se puede realizar al librador o a un tercero, llamado beneficiario, tomador o tenedor, a quien el librador endosa la letra de cambio».

Conviene tener en cuenta los siguientes elementos:

- **Librador.** Persona que pone en circulación la letra de cambio y ordena hacer el pago. La letra de cambio debe llevar la firma del librador, así como su nombre y domicilio.
- **Librado:** Es quien debe el importe que se refleja en el documento y que debe pagarla al vencimiento. Puede aceptar o no la letra de cambio. En caso de aceptarlo queda obligado al pago, pasando a denominarse aceptante.

Ejemplo 7.7

Imagina la siguiente operación que hace referencia a la cumplimentación de una letra de cambio. La forma en la que quedaría es la que puedes ver en las figuras 7.3 y 7.4.

La empresa SERVICIOS OFIMÁTICOS, con domicilio en la calle Permeke, 4, 28020 de Madrid, extiende el día 2 de octubre de 2020 una letra de cambio a cargo de la empresa LUMIHOGAR con domicilio en la plaza Antonio Machado, 12, 28031 de Madrid por importe de 276,47 euros, a la orden del banco CORBANK, calle Núñez de Balboa, 4, 28080 de Madrid y con vencimiento a la vista.

La letra es aceptada el 4 de octubre de 2020 y el domicilio de pago es el Banco Lega, de la calle Centellas, 90, de Madrid, número de entidad 0085, sucursal 0219, dígito de control 09 y cuenta corriente número 7000721.

Imagina que eres el administrativo de la empresa SERVICIOS OFIMÁTICOS encargado de cumplimentar la letra.

La letra firmada por LUMIHOGAR es avalada por Teresa Tortosa Tur, con domicilio en la calle Max Aub, 4, 46021 de Valencia, el día 4 de octubre de 2020. La letra se endosa al banco Azul de Madrid, calle Velázquez, 7, el 7 de octubre de 2020.

- **Tomador.** También denominado tenedor, portador o beneficiario. Es quien tiene en su poder la letra de cambio y a quien se le debe abonar el importe reflejado en ella.
- **Endosante.** Es un elemento que puede existir en el momento en que se cede la propiedad de la letra y su cobro a un tercero, mediante lo que se denomina el endoso.
- **Endosatario.** Es la persona a favor de quien se endosa la letra de cambio, es decir, quien la recibe.
- **Avalista.** Es una figura que garantiza el pago de la deuda; en caso que este no se realizara se haría cargo de efectuarlo.

Existen diferentes formas de realizar una letra. Se puede hablar de las siguientes modalidades:

- **Pagadera a la vista.** Se paga al presentar el documento.
- **A fecha fija.** El día de vencimiento es el que consta en el propio documento.

- **A plazo desde la fecha.** El vencimiento será en el término de un plazo a contar desde la fecha de emisión y en el cómputo no deberán incluirse los días festivos y domingos.
- **A plazo desde la vista.** Será pagadera cuando transcurra el plazo fijado desde el momento de la aceptación.

La letra de cambio y su contenido se encuentran regulados mediante la Ley 19/1985 Cambiaria y de Cheque. En ella se establecen los elementos correspondientes a los aspectos legales de la letra de cambio como pueden ser:

- En qué consiste la aceptación.
- Qué es el aval.
- Cómo se realiza y qué significa el endoso.
- Qué es y cómo funciona el protesto.
- Qué es la negociación de la letra de cambio.

En las figuras 7.3 y 7.4 tienes un modelo de letra de cambio (anverso y reverso, respectivamente) cumplimentada para que puedas comprobar sus elementos y la forma de gestionarla.

Lugar de libramiento MADRID	MUNEDA EUROS	IMPORTE 276,47	CLASE 10ª 0,00 € de 100,01 € a 999,99 € 0 A 3678996
Por esta LETRA DE CAMBIO pagará usted al vencimiento expresado a LA ORDEN DEL BANCO CORBANK (la cantidad de importe en letra) DOSCIENTOS SETEINTAY SEIS EUROS CON CUARENTA Y SIETE CENTIMOS	Fecha de libramiento 02 10 2020	VENCIMIENTO A LA VISTA	
Persona o entidad: Dirección u oficina: Población:	BANCO LEGA C/CENTELLAS, 90 MADRID	en el domicilio de pago siguiente: CÓDIGO CUENTA CLIENTE (CCC) Número de cuenta	
		0085 0219 09 7000721	
ACEPTO Fecha 4 OCTUBRE 20 <i>[Firma]</i> FDO. LUMIHOGAR	Cláusulas: LIBRADO Nombre: LUMIHOGAR Domicilio: PL. ANTONIO MACHADO, 12 Población: MADRID C.P.: 28031 Provincia: MADRID	LIBRADOR: (Firma, nombre y domicilio) SERVICIOS OFIMÁTICOS C/ PERMEKE, 4 28020 MADRID	

Figura 7.3

NO UTILICE EL ESPACIO SUPERIOR, POR ESTAR RESERVADO PARA INSCRIPCIÓN MAGNÉTICA	
Por aval de LUMIHOGAR	Páguese a BANCO AZUL
A 4 de Octubre de 2020	con domicilio en C/ VELÁZQUEZ, 7
Nombre y domicilio del avalista TERESA TORTOSA C/MAX AUB, 4 46021 VALENCIA	MADRID 7 de Octubre de 2020
Nombre y domicilio del endosante CORBANK C/NUÑEZ DE BALBOA, 4 28080 MADRID	

Figura 7.4

ESQUEMA RESUMEN: CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

EL PROCESO ADMINISTRATIVO

- ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA
- CLASIFICACIÓN EN GRUPOS DE INFORMACIÓN
- PROCESAMIENTO DEL CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN
- DOCUMENTACIÓN
- CONSERVACIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

CONDICIONES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

- DISPONIBILIDAD
- ECONOMICIDAD
- SEGURIDAD
- UTILIDAD

LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

- PLANIFICACIÓN
- ORGANIZACIÓN
- SUMINISTRO DEL PERSONAL
Y ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS
- GUIA E INFLUENCIA INTERPERSONAL
- CONTROL

OPERACIONES DE COMPRAVENTA

- ACUERDO COMERCIAL
- SOLICITAR MERCANCÍA
- RECEPCIÓN
- NOTIFICACIÓN DE PAGO
- PAGO
- CONTRATO DE COMPRAVENTA
- PEDIDO
- ALBARÁN
- FACTURA
- RECIBO

ELEMENTOS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

- PERSONALES
 - COMPRADOR
 - VENDEDOR
- REALES
 - BIEN
 - PRECIO
 - CONDICIONES DE VENTA
- FORMALES
 - FORMA

CONTENIDO MÍNIMO DEL CONTRATO DE TRABAJO

- LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN
- RELACIÓN DE ELEMENTOS PERSONALES
- MANIFESTACIÓN DE VOLUNTAD DE LAS PARTES
- ELEMENTOS REALES
- CIERRE
- FIRMA

ESQUEMA RESUMEN: GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

CONTENIDO MÍNIMO DEL PEDIDO

- IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES
- IDENTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO
- MERCANCÍA
- CONDICIONES DE COMPRA
- DECLARACIÓN DE VOLUNTADES

TIPOS DE ALBARÁN

- ALBARÁN SIN VALORAR
- ALBARÁN VALORADO
- ALBARÁN VALORADO CON IVA

CONTENIDO DEL ALBARÁN

- IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES
- IDENTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO
- MERCANCÍA
- CONDICIONES

CONTENIDO DE LA FACTURA

- IDENTIFICACIÓN DE LAS PARTES
- IDENTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO
- DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN
- INFORMACIÓN DE PAGO

FORMAS DE PAGO

- EFECTIVO
- CHEQUE
- TARJETA
- LETRA DE CAMBIO
- TRANSFERENCIA
- DOMICILIACIÓN BANCARIA

TIPOS DE CHEQUE

- NOMINATIVO
- AL PORTADOR
- CRUZADO
- CONFORMADO

TIPOS DE LETRA DE CAMBIO

- PAGADERA A LA VISTA
- A FECHA FIJA
- A PLAZO DESDE LA FECHA
- A PLAZO DESDE LA VISTA

ELEMENTOS DE LA LETRA DE CAMBIO

- LIBRADOR
- LIBRADO
- TOMADOR
- ENDOSANTE
- ENDOSATARIO
- AVAL

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Responde a las siguientes preguntas tipo test marcando la opción correcta.

7.1 Los elementos reales del contrato de compraventa son:

- a) El vendedor y el comprador.
- b) La forma y el fondo.
- c) El bien, el precio y las condiciones de venta.

7.2 Para que una factura sea válida, en su contenido debe figurar:

- a) La base imponible y el tipo de IVA.
- b) El lugar en el que se entrega la mercancía.
- c) El código o referencia del producto.

7.3 El librador de una letra de cambio es:

- a) La persona que pone en circulación la letra de cambio y ordena hacer el pago.
- b) Quien debe el importe que se refleja en el documento.
- c) Una figura que garantiza el pago de la deuda.

Responde a las siguientes cuestiones.

7.4 Indica las condiciones en las que se ha de desarrollar el proceso administrativo para que sea eficiente.

7.5 ¿A qué quedan obligadas las partes de un contrato de compraventa?

7.6 Indica las características de un pedido.

7.7 ¿Cuál es la función del albarán y cuáles son sus formatos?

7.8 ¿Qué debes tener en cuenta como emisor de una factura electrónica?

Cuando acabes estos ejercicios, realiza el caso práctico que encontrarás en la página 77. Al final del libro tienes las soluciones a estos ejercicios y, también, al caso práctico. Si has cometido errores, repasa de nuevo el capítulo antes de seguir con el estudio.

Esquema de contenido

1. INTRODUCCIÓN

2. ECONOMÍA Y AGENTES ECONÓMICOS

2.1 La economía como ciencia

2.2 Los agentes económicos

3. EL MERCADO. TIPOS DE MERCADO

3.1 Tipos de mercado según la naturaleza del producto

3.2 Tipos de mercado según su ámbito geográfico

3.3 Tipos de mercado según la naturaleza del comprador

4. OFERTA, DEMANDA Y PRECIO

4.1 El equilibrio del mercado

4.2 Los cambios en el equilibrio de mercado

5. COMERCIO INTERNACIONAL

5.1 Relaciones económicas internacionales

5.2 La globalización

6. LA BALANZA DE PAGOS

6.1 La cuenta corriente

6.2 La cuenta de capital

6.3 La cuenta financiera

ESQUEMA RESUMEN

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El ser humano pretende ser feliz y esto lo consigue conforme va cumpliendo sus deseos o necesidades: alimentándose y vistiéndose, disponiendo de una vivienda, comunicándose, distrayéndose, etc. Para satisfacer sus necesidades, que son ilimitadas, dispone de unos recursos que presentan la particularidad de ser limitados.

La humanidad intenta organizar la utilización de estos recursos, que además tienen usos alternativos, para satisfacer de la mejor forma posible sus deseos. Así comienzan a desarrollarse las actividades económicas.

2. ECONOMÍA Y AGENTES ECONÓMICOS

La actividad económica tiene como finalidad la satisfacción de las necesidades humanas empleando medios escasos con arreglo, al principio, de máximo aprovechamiento.

Una de las facetas de la actividad humana es la actividad económica, que se manifiesta en operaciones tan comunes como comprar, vender, cambiar, prestar, trabajar, consumir, producir, distribuir, etc. Las más importantes son la producción, el consumo y la distribución.

2.1 La economía como ciencia

Desde sus orígenes, la humanidad se ha encontrado con el problema de cómo satisfacer sus necesidades, que son ilimitadas, si para ello dispone de unos recursos escasos y de usos alternativos. Será la economía quien se ocupe de resolver dicho problema.

Actualmente, el objeto de estudio de la economía abarca todo lo relacionado con la producción, la distribución y el consumo de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades. La economía es la ciencia que se ocupa de cómo satisfacer, de una manera óptima, las necesidades humanas ilimitadas mediante la utilización de unos recursos escasos que pueden tener usos alternativos.

Podemos destacar de esta definición dos elementos contradictorios:

- El carácter limitado de los recursos o medios.
- El carácter ilimitado de las necesidades.

A pesar de que la actividad económica está ligada a los orígenes de la humanidad, la economía como ciencia es

relativamente reciente. Su punto de partida se puede situar en la obra *La riqueza de las naciones*, escrita en 1776 por Adam Smith, a quien se considera el padre de la economía.

No es una ciencia exacta como pueden ser las matemáticas, ya que el ser humano no se comporta siempre de la misma forma, ni sus actuaciones son previsibles, lo que hace que los resultados de los estudios económicos solo se cumplan en promedio y no como relaciones exactas.

La economía está relacionada con otras disciplinas como el derecho, la sociología o la historia, puesto que es imposible realizar un análisis económico de una época concreta sin tener en cuenta los acontecimientos históricos que se produjeron, su ordenamiento jurídico y, sobre todo, las condiciones sociológicas del momento.

2.2. Los agentes económicos

Los agentes económicos son aquellos que realizan las distintas actividades económicas. Se clasifican en:

- Las familias o economías domésticas.
- Las empresas.
- El estado o sector público.

Las familias o economías domésticas

Es la unidad económica de consumo, porque una de las funciones básicas que cumple en el desarrollo de la actividad económica es consumir. La actividad económica de consumo resuelve el problema económico que se plantea a las familias, es decir, obtener los bienes y servicios que satisfagan de forma óptima sus necesidades con una renta limitada.

Asimismo, las familias son las propietarias de los factores productivos y, como contraprestación por la aportación de los mismos al proceso de producción, reciben rentas que administran para la compra de bienes y servicios:

- **Salarios:** son rentas obtenidas por el factor trabajo.
- **Beneficios e intereses:** son rentas percibidas por aportar o prestar a la empresa el dinero necesario para adquirir el factor capital (máquinas, materiales...).
- **Alquileres y otras rentas** por la aportación del factor tierra (terrenos).

Las empresas

La empresa es la unidad económica de producción, ya que la función principal que cumple en el desarrollo de la actividad económica es la de producir (ya sean bienes o servicios). Para ello utiliza los factores productivos que ha adquirido de las familias.

El problema económico que se plantea a las empresas es cómo producir el máximo número de bienes y servicios con el mínimo empleo de factores productivos. Esto equivale al objetivo tradicional empresarial de maximización del beneficio.

El sector público

El sector público tiene una misión clara: resolver el problema económico de cómo asignar los ingresos públicos para satisfacer el mayor número posible de necesidades públicas.

La participación del Estado en la economía ha sido uno de los temas más controvertidos en el estudio de las diferentes escuelas económicas.

Entre otras, las actividades que desarrolla son:

- Realizar obras públicas e infraestructuras y ofrecer a la sociedad el uso y disfrute de los bienes y servicios públicos.
- Adquirir los bienes y servicios precisos para desarrollar sus funciones según los objetivos marcados.
- Recaudar los impuestos necesarios para financiar sus gastos e inversiones.
- Dirigir la política económica del país.

3. EL MERCADO. TIPOS DE MERCADO

El mercado se puede definir, desde un punto de vista microeconómico, como el conjunto de ofertas y demandas relativas a un bien o servicio. Como vemos, el concepto de mercado tiene dos perspectivas diferentes: la de la oferta (vendedores) y la de la demanda (compradores).

Desde un punto de vista empresarial, y dado que toda empresa está interesada en captar el número máximo de compradores posibles, nos interesaremos en el **mercado de la demanda**, esto es, de los compradores. De esta forma, podríamos redefinir el concepto de mercado como el conjunto de compradores potenciales (tanto personas físicas

como jurídicas) de los bienes y servicios producidos por las distintas empresas.

A partir de esta definición se puede establecer una clasificación de los tipos de mercado en función de: la naturaleza del producto, el ámbito geográfico y la naturaleza del comprador.

3.1 Tipos de mercado según la naturaleza del producto

Esta primera clasificación diferencia a los mercados en función de las características propias del bien que se intercambia en el mismo, el cual puede ser perecedero, duradero, industrial o un servicio.

- **Mercado de bienes perecederos.** Se refiere a aquellos bienes perecederos que se destruyen en un período concreto de tiempo. Este tipo de mercado agrupa, por tanto, a los potenciales compradores de unos bienes que por sus características dejan de ser útiles en un breve plazo de tiempo. El ejemplo más claro de este tipo de mercado son los productos alimenticios.
- **Mercado de bienes duraderos.** Al contrario de lo que ocurre con los anteriores este tipo de bienes permiten un uso continuado de los mismos antes de que se destruyan, como por ejemplo un electrodoméstico o una prenda de vestir.
- **Mercado de bienes industriales.** Los bienes industriales son aquellos que se incorporan al proceso productivo de las empresas, es decir, que se utilizan para producir otros bienes, como la materia prima y los productos manufacturados. A ellos se unen los bienes de capital y los suministros y servicios utilizados en el proceso de producción.
- **Mercado de servicios.** A diferencia de los bienes, los servicios tienen una naturaleza intangible y no son susceptibles de ser fabricados, sino que se prestan, como por ejemplo los transportes públicos, la educación o la sanidad.

3.2 Tipos de mercado según su ámbito geográfico

En este caso, la variable que se utiliza para clasificar los mercados es la localización geográfica de los consumidores, que nos permite distinguir entre mercados locales, regionales, nacionales, internacionales y globales.

- **Mercado local.** Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción cuyo ámbito de actuación se limita a la provincia de Málaga.
- **Mercado regional.** El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad autónoma andaluza.
- **Mercado nacional.** Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país. Un ejemplo bastante claro sería el de RENFE, empresa que presta el servicio de transporte ferroviario por toda la geografía española.
- **Mercado internacional.** El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades. Cualquier empresa multinacional opera dentro de este mercado.
- **Mercado global.** Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.

3.3 Tipos de mercado según la naturaleza del comprador

No todos los compradores de bienes y servicios son iguales, lo que nos permite diferenciar entre otros cuatro tipos de mercados: el de consumidores, el industrial, el de revendedores y el institucional.

- **Mercado de consumidores.** Es el más cercano a todos nosotros y en él se encuentran los compradores que buscan cubrir una necesidad mediante la adquisición de un bien o servicio de consumo.
- **Mercado industrial.** El mercado industrial es un tipo de mercado profesional al que las empresas acceden para poder comprar los bienes y servicios que necesitan para realizar sus actividades. Un ejemplo sería el caso

de una empresa de electricidad que compra materiales necesarios para el día a día de su actividad.

- **Mercado de revendedores.** Es una modalidad de mercado bastante amplia formada por las empresas que compran bienes y servicios con la intención de volver a venderlos a un precio superior para obtener un beneficio. Un ejemplo bastante claro serían los supermercados.
- **Mercado institucional.** Se refiere al mercado formado por las distintas instituciones que conforman el Sector Público español, desde el Estado hasta las Comunidades Autónomas pasando por los Ayuntamientos o las Diputaciones Provinciales.

4. OFERTA, DEMANDA Y PRECIO

La oferta y la demanda son los motores de la llamada economía de mercado. Ambas determinan la cantidad que se produce de cada producto o los servicios que se requieren y el precio que debe pagarse por ellos. Oferta y demanda, pues, interactúan en los mercados.

Los compradores y vendedores se ponen de acuerdo en el **precio** que se pagará por esos bienes o servicios, y son esos precios los que coordinan las decisiones de los productores y los consumidores. En otras palabras, cuando los precios son bajos se estimula el consumo y se desanima la producción, mientras que si los precios son altos ocurre justamente lo contrario: se reduce el consumo y se estimula la producción. Como si se tratara de una balanza, puede verse que el precio actúa como elemento que equilibra el mercado.

La **demanda** es la cantidad de un bien o servicio que los compradores desean adquirir. Conviene no confundir demanda con compra; la primera es un deseo, una intención, mientras que la segunda constituye una acción.

La **oferta** tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. También aquí conviene hacer una diferenciación entre ofrecer y vender; el primero expresa la intención o el hecho de estar dispuesto a vender, mientras que vender es el hecho de hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

4.1 El equilibrio del mercado

Los deseos de los consumidores de un mismo bien están representados en la curva de demanda global. Refleja cómo

aumentan las cantidades demandadas cuando disminuye el precio.

Los deseos de todas las empresas oferentes de un mismo bien se reflejan en la curva de oferta global. A medida que aumenta el precio, aumentará la cantidad que la industria oferta.

Para representar el mercado, dibujaremos en el mismo gráfico las curvas de oferta y demanda global de un determinado bien. Decimos que el mercado se encuentra en equilibrio cuando coinciden los deseos de los oferentes y demandantes, es decir, cuando la cantidad ofertada coincide con la cantidad demandada. Gráficamente, esto se produce en el punto donde se cortan las curvas de oferta y demanda. Es en este punto, que puedes ver en la figura 8.1, donde se determina el precio de equilibrio, que denominaremos p_e , y la cantidad intercambiada de equilibrio, q_e .

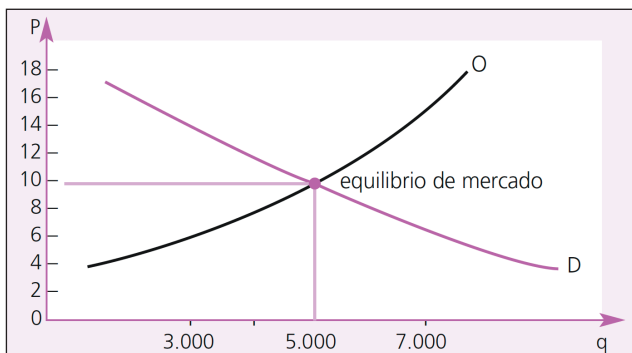


Figura 8.1

En la figura 8.1, en el punto de equilibrio el precio es 10 euros y la cantidad intercambiada de 5.000 unidades.

Decimos que el mercado no alcanza el equilibrio cuando la cantidad ofertada por las empresas para un precio no coincide con la cantidad que demandan los consumidores a ese precio. De este modo puede ocurrir:

- **Que la cantidad ofertada sea mayor que la demandada.** En este caso decimos que se produce un exceso de oferta en el mercado.
- **Que la cantidad ofertada sea menor que la demandada.** En este caso decimos que se produce un exceso de demanda.

Cuando se produce un desequilibrio, el propio mercado genera fuerzas para volver al equilibrio

Supongamos una subida de precio por encima del de equilibrio, y lo situamos en 16 euros como se puede ver en la figura 8.2. Para este valor, la curva de demanda indica que los consumidores demandarán 2.000 unidades, mientras que en la curva de oferta, vemos que las empresas ofrecerían 8.000. La oferta es mayor que la demanda, se produce un exceso de oferta en el mercado de 6.000 unidades de producto y, como consecuencia, los precios descenderán por ejemplo hasta 14 euros.

Al bajar los precios, se producen dos efectos simultáneos. Por un lado, disminuirá la cantidad ofertada ($\downarrow p \rightarrow \downarrow q_O$) hasta 7.000 unidades, y por otro, aumentará la cantidad demandada ($\downarrow p \rightarrow \uparrow q_D$) hasta 3.000 unidades, con lo que el exceso de oferta se reducirá, quedando en 4.000 unidades de producto. Pero para este precio, el mercado no ha alcanzado todavía el equilibrio.

Los precios seguirán descendiendo hasta que el exceso de oferta desaparezca y de nuevo la cantidad demandada coincida con la cantidad ofertada. De este modo el mercado alcanzará de nuevo el punto de equilibrio.

Si el precio desciende hasta colocarse por debajo del de equilibrio, se produce un exceso de demanda. Los consumidores demandan 6.000 unidades al precio de ocho euros, mientras que los empresarios solo están dispuestos a ofertar 4.000, tal como se aprecia en la figura 8.2. En este caso, la cantidad demandada es mayor que la cantidad ofertada y el mercado reaccionará subiendo los precios hasta llegar de nuevo al equilibrio.

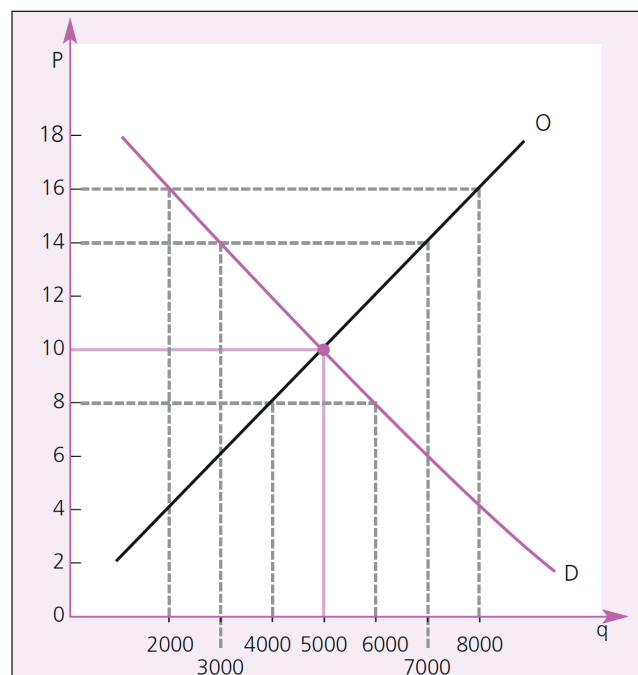


Figura 8.2

4.2 Los cambios en el equilibrio de mercado

El equilibrio de mercado de cualquier bien o factor productivo lo hemos determinado conjuntamente con las curvas de oferta y demanda globales. Cualquier desplazamiento de una de estas curvas provocará un cambio en el equilibrio de mercado.

4.2.1 Desplazamiento de la curva de demanda

Si recordamos las variables que desplazan la curva de demanda global son la renta del consumidor, sus gustos y el precio de los otros bienes. Una variación en una de estas variables desplazará la curva de demanda D' .

Partimos de una situación de equilibrio inicial en la que la cantidad ofertada coincide con la demandada en 6.000 unidades y el precio de equilibrio, que queda establecido en el mercado es de 15 euros, como se ve en la figura 8.3. Supongamos un cambio en las variables mencionadas que provoca un desplazamiento a la derecha de la curva de demanda pasando a ser D' .

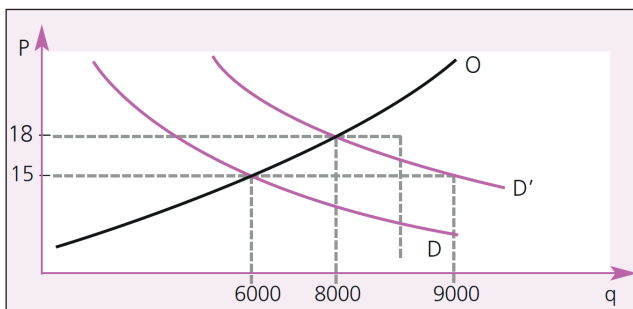


Figura 8.3

Al producirse este desplazamiento, como el precio que todavía está vigente en el mercado es de 15 euros, para ese precio, la cantidad demandada, que se determinará sobre la nueva curva de demanda, pasará a ser 9.000, mientras que la cantidad ofrecida seguirá siendo 6.000, por lo que se ha producido un exceso de demanda de 3.000 unidades. Este exceso de demanda provocará una subida de los precios que seguirá hasta llegar a un precio igual a 18 euros, en el que vuelven a coincidir los planes de los oferentes y de los demandantes para una cantidad de 8.000 unidades.

Un desplazamiento de la curva de demanda global a la derecha origina un nuevo punto de equilibrio en el mercado en el que se intercambia mayor cantidad del bien a un precio más elevado.

Lo contrario sucedería si los cambios en las variables antes citadas provocan ahora un desplazamiento hacia la izquierda en la curva de demanda global.

4.2.2 Desplazamiento de la curva de oferta

Las variables que desplazan la curva de oferta global son el precio de los factores productivos y la tecnología. Una disminución en el precio de un factor productivo o un avance tecnológico permiten a las empresas aumentar la oferta de ese bien sea cual sea su precio y, por lo tanto, la curva de oferta global se desplaza a la derecha pasando a una nueva curva de oferta O' .

Partimos, en la figura 8.4, de una situación de equilibrio inicial en la que, para un precio de 10 euros, la cantidad ofertada y demandada coincide en 4.000 unidades.

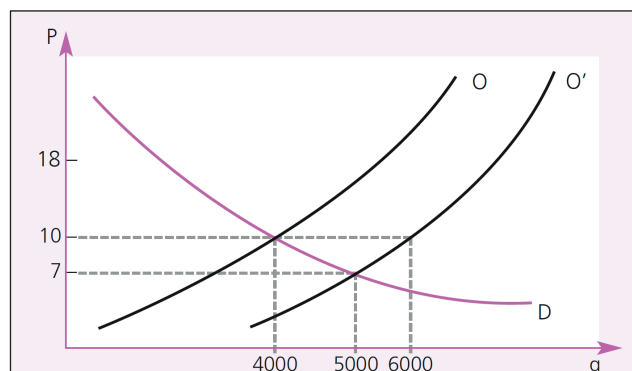


Figura 8.4

Al producirse un desplazamiento de la curva de oferta hacia la derecha, como el precio que sigue vigente en el mercado es de 10 euros, para ese precio, la cantidad ofertada, que se determinará sobre la nueva curva de oferta, será de 6.000 unidades, mientras que la cantidad demandada continuará siendo 4.000 unidades, por lo que se ha producido un exceso de oferta de 2.000 unidades. Este exceso de oferta provocará una disminución de los precios hasta llegar a un precio igual a 7 euros en el que vuelven a coincidir los planes de los oferentes y de los demandantes para una cantidad de 6.000 unidades. Lo contrario sucedería si los cambios en las variables antes citadas provocan ahora un desplazamiento hacia la izquierda en la curva de oferta global.

Un desplazamiento de la curva de oferta global a la derecha origina un nuevo punto de equilibrio en el mercado en el que se intercambia mayor cantidad del bien a un precio menor.

5. COMERCIO INTERNACIONAL

Se entiende por comercio internacional el intercambio de bienes y servicios realizado entre diferentes países. El comercio internacional es necesario para lograr el aumento de la eficiencia a nivel mundial, gracias a una división internacional del trabajo. Un comercio mundial libre origina una mejor asignación planetaria de los recursos. Cada país produce aquello para lo que está mejor preparado, lo que genera un *output* global superior. A lo largo de la historia, los flujos comerciales entre países han ido creciendo progresivamente.

La polémica entre las ventajas y los inconvenientes del comercio internacional origina dos grandes corrientes: los partidarios del libre comercio y los proteccionistas.

5.1 Relaciones económicas internacionales

Las formas que adoptan las relaciones económicas internacionales se pueden clasificar en dos apartados.

A escala mundial

En 1948, tras la Segunda Guerra Mundial, tuvo lugar un crecimiento del comercio internacional sin precedentes, se creó el GATT, una organización cuyo fin era eliminar las barreras al libre comercio y que hoy ha asumido la Organización Mundial del Comercio (OMC), que aglutina a la mayoría de los países. Estos se reúnen periódicamente para negociar acuerdos que reduzcan las prácticas restrictivas.

Un principio básico en la actuación del GATT era la cláusula de nación más favorecida, por la que los países miembros se comprometen a conceder a los demás un trato igual y sin discriminaciones en sus relaciones comerciales. Si dos países deciden eliminar barreras comerciales entre ellos, deberán hacerlo extensivo al resto de los miembros de la organización.

La presión de Estados Unidos y la no penalización por los incumplimientos de las medidas adoptadas llevó a la disolución del GATT en 1994 y a la creación de la OMC.

A escala regional

Los acuerdos entre determinados países han dado origen a los bloques económicos. Estos procesos de integración responden a razones políticas, económicas, estratégicas, etc. Diferenciamos entre:

Área de libre comercio

Las áreas o zonas de libre comercio son espacios económicos especiales en los que no existen barreras económicas o bien se han reducido los impuestos y aranceles. En estas zonas, las mercancías disfrutan de preferencias aduaneras como la exención de aranceles. Algunas de las ventajas que ofrecen las áreas de libre comercio son: la creación de empleo y oportunidades de negocio, el fomento del propio comercio, la reducción de costes relacionados con la logística y con trámites burocráticos y el aumento de los beneficios de las inversiones extranjeras.

Algunas de las principales zonas de libre comercio son: NAFTA (acuerdo entre Estados Unidos, Canadá y México), el Mercado Único Europeo (acuerdo entre los países que forman la Unión Europea, Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza), la AfCFTA (que agrupa a 44 países africanos) o la AFTA (que agrupa a países del sudeste asiático).

Unión aduanera

La unión aduanera es una forma intermedia de integración económica en la que los países que la forman eliminan las barreras arancelarias existentes entre ellos y acuerdan establecer un arancel común frente a terceros países. En otras palabras, y desde un punto de vista arancelario, la unión aduanera actúa como una unidad frente al resto del mundo. Así pues, la unión aduanera es una forma de integración superior a la que se da en un área de libre comercio e inferior a un mercado común.

Son muchos los ejemplos de uniones aduaneras. Si nos remontamos en el tiempo, en el año 1834 un buen número de estados alemanes soberanos crearon la unión aduanera conocida como Zollverein. Otro ejemplo es la Comunidad Económica Europea, que desde su creación en 1957 y hasta el año 1992 (momento en que se firmó el acuerdo que dio lugar a la Unión Europea) fue también una unión aduanera. Mercosur, formado por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, es otro ejemplo de unión aduanera. Además de estos, existe un grupo de países asociados que son: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Guyana y Surinam.

Mercado común

En un mercado común, los países miembros acuerdan eliminar entre sí las barreras arancelarias, las restricciones a la libre circulación de las personas, inversiones o transferencias y las trabas al establecimiento de empresas. Al mismo tiempo, se acuerda una serie de políticas económicas comunes con el objetivo de potenciar el crecimiento conjunto de todos los países miembros. Para lograr un mercado

común, los países deben acordar cuestiones relacionadas con: condiciones laborales, normas sanitarias, regulación del mercado financiero, política comercial con terceros países, etc. La Unión Europea (UE) es un ejemplo de mercado común.

Unión económica

La unión económica es la forma más avanzada de integración económica. Dos o más países forman una unión económica cuando crean un mercado común y, más allá de eso, establecen un cierto grado de armonización de las políticas económicas nacionales en un intento de eliminar la discriminación que puede producirse, precisamente, por disparidades en dichas políticas.

La unión económica plena se alcanza cuando los países miembros unifican sus políticas económicas, incluidas la monetaria y fiscal, así como las políticas comerciales y de circulación de factores productivos. Una vez más, la Unión Europea sirve de ejemplo para ilustrar lo que es una unión económica. Otro ejemplo son los Estados Unidos, que cuentan con una moneda común, lo que implica tipos de cambio fijos entre los Estados y un único banco central.

5.2 La globalización

Se puede definir la globalización como un proceso creciente de internacionalización industrial y del comercio, impulsado por el libre flujo de mercancías y capitales y que ha crecido de una manera exponencial en los últimos tiempos gracias al desarrollo y la utilización de la tecnología. Obviamente, este proceso ha incidido también en la política, lo que obliga a todos los países del planeta a tomar decisiones de carácter global a través de los distintos organismos internacionales existentes.

Las características de la globalización desde una perspectiva económica (que es la que nos ocupa en este capítulo) viene definida por: desarrollo industrial, libre comercio, desarrollo tecnológico y movimientos de población.

Efectos de la globalización

Efectos positivos

La globalización económica implica abrir el mercado económico y financiero a todo el mundo. Las empresas, en este mercado abierto, pueden intercambiar bienes y servicios a nivel mundial, lo que provoca que la oferta de productos se multiplique.

Entre los beneficios de la globalización destacan:

- **Apertura de mercados.** Los antiguos aranceles desaparecen para dar vía libre al libre comercio, lo que provoca la libre circulación de mercancías y capitales sin apenas restricciones.
- **Oportunidades comerciales.** Las empresas tienen la posibilidad de vender sus productos o servicios en nuevos mercados, al no existir las barreras entre los países, lo que favorece la competencia y se traduce en un incremento de la calidad de los productos.
- **Desarrollo de países emergentes.** La globalización ha permitido la llegada de capitales a algunos países emergentes, lo que ha facilitado la financiación de su deuda y el crecimiento de sus economías.
- **Acceso a bienes y servicios.** Los consumidores disponen de una gran oferta de productos que pueden consumir de manera internacional.

Efectos negativos

- **Desigualdad económica entre países.** Las economías emergentes más potentes, que actúan como potencias mundiales, se ven beneficiadas con la globalización económica al expandirse sin limitaciones, mientras que los países en vías de desarrollo, que tienen una capacidad financiera más limitada, se quedan retrasados en esta carrera. Esta situación provoca un desequilibrio económico a nivel mundial.
- **Deslocalización de empresas.** Algunas empresas, en especial algunas multinacionales, trasladan sus centros de producción a países en vías de desarrollo donde la mano de obra y la materia prima es mucho más rentable para la empresa. Esto hace que aumente el desempleo en los países desarrollados en pro de los países emergentes, donde, por otra parte, el empleo generado es más precario.
- **Dominio del mercado por multinacionales.** La globalización económica favorece el libre comercio, pero no todas las empresas tienen la capacidad de competir en ese mercado. El resultado es que las grandes multinacionales siempre salen ganando frente a pequeñas empresas del ámbito local.
- **Impacto medioambiental.** La explotación masiva de recursos naturales provoca su agotamiento y los conocidos problemas medioambientales, como el calentamiento global del planeta.

6. LA BALANZA DE PAGOS

Muchos de los productos que actualmente consumimos han sido producidos fuera de España; es decir, los hemos importado del exterior.

Cuando viajamos al extranjero podemos encontrar bienes producidos en nuestro país que forman parte de nuestro consumo habitual y que han sido exportados a otros países. Todo esto ha sido posible gracias a los intercambios comerciales internacionales, en continuo crecimiento, debido al fenómeno de la globalización.

Conviene resaltar que los flujos comerciales y financieros que un país mantiene con el resto del mundo adquieren gran relevancia y ejercen una influencia directa en el tipo de cambio de su moneda, y en variables tan importantes para la evolución de su economía como la producción interna, el nivel de precios y el empleo.

Para registrar los intercambios comerciales y financieros entre los residentes de un país y los del resto del mundo, se utiliza un documento denominado **balanza de pagos** que funciona bajo los criterios fijados por el Fondo Monetario Internacional (figura 8.5).

Balanza de pagos			
	Ingresos	Pagos	Saldo
Cuenta corriente			
Bienes			
Servicios			
Rentas			
Transferencias corrientes			
Cuenta de capitales			
Cuenta corriente + Cuenta de capitales			
	Variación neta de pasivos	Variación neta de activos	Saldo
Cuentas financieras			
Inversiones directas			
Inversiones en cartera			
Otras inversiones			
Cuenta del Banco de España			
Errores y omisiones			

Figura 8.5

Se basa en el método contable de la partida doble, así las transacciones económicas darán lugar a dos anotaciones en la balanza de pagos de signo contrario y, por lo tanto, siempre estará en equilibrio.

Por ejemplo, en una exportación con pago en efectivo se realizarán dos anotaciones: una por la salida de mercancías y otra por la entrada de divisas.

La balanza de pagos es el documento contable que registra todas las transacciones económicas de un país con el resto del mundo durante un período de tiempo determinado, que normalmente es un año.

Todas las operaciones recogidas en la balanza de pagos se ordenan en torno a tres cuentas básicas: la cuenta corriente, la cuenta de capital y la cuenta financiera.

6.1 La cuenta corriente

La cuenta corriente se divide en cuatro balanzas: comercial, servicios, rentas y transferencias corrientes.

En la cuenta corriente y en la cuenta de capital distinguimos tres columnas: ingresos, pagos y saldo.

Las anotaciones efectuadas en ellas responden al siguiente criterio: todas aquellas transmisiones que se traducen en entrada de divisas se anotan como un ingreso y las que impliquen salida de divisas como un pago. En la columna que corresponde al saldo tiene que figurar la diferencia entre la de ingresos y la de pagos.

La balanza comercial

La balanza comercial recoge las importaciones y las exportaciones de bienes de un país realizadas con el resto del mundo.

- **Importación.** Es la compra de mercancías que un país realiza al exterior. En esta operación se produce una entrada de mercancías en el país que realiza la importación del bien que se registra en la columna de pagos de la balanza comercial.
- **Exportación.** Es la venta de mercancías al extranjero de productos fabricados en territorio nacional. En este caso se produce una salida de mercancías que se anota en la columna de ingresos.

La balanza de servicios

Registra importaciones y exportaciones de servicios como transporte, seguros, turismo, servicios bancarios, etc. entre los residentes de un país y los del resto del mundo.

Se consideran exportaciones de servicios las que prestan los españoles en el extranjero y las que reciben los turistas de otras nacionalidades que vienen a España. Estas operaciones suponen una entrada de divisas, se contabilizan como ingreso en la balanza de pagos. Análogamente se explican las importaciones de servicios.

En España destaca la partida de turismo y viajes, que supone tradicionalmente una fuente de entrada de divisas que amortigua el permanente déficit comercial.

La balanza de rentas

Recoge las rentas de trabajo (salarios) obtenidas como remuneración a trabajadores fronterizos, estacionales y temporeros, así como las rentas procedentes de las inversiones (intereses y dividendos) efectuadas fuera del país al que pertenece el inversor.

En España el 90 % de esta partida corresponde a las rentas de inversiones y tiene saldo negativo debido a que hemos sido mayoritariamente receptores de inversión extranjera y, por ello, hay que pagar rentas e intereses al exterior.

La balanza de transferencias corrientes

Las transferencias son entregas de dinero sin contrapartida. En esta balanza registraremos las que están destinadas a sufragar gastos corrientes cuando el emisor y el receptor residen en diferentes países. Entre ellas las pensiones recibidas por españoles por su trabajo en el extranjero, las remesas de emigrantes y las subvenciones de la UE a los agricultores para sufragar gastos corrientes.

6.2 La cuenta de capital

En ella se recogen las siguientes operaciones realizadas entre residentes de un país con los del resto del mundo:

- Las **transferencias de capital**, cuya finalidad es la realización de inversiones de infraestructura en el país receptor.
- Los **ingresos y pagos** procedentes de la venta o compra de activos inmateriales (patentes y marcas) y de activos no producidos (tierras y subsuelo).

Las partidas más importantes las constituyen los fondos de cohesión y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la UE.

6.3 La cuenta financiera

Esta parte de la balanza de pagos está destinada a computar los flujos financieros entre residentes de un país con residentes del resto del mundo. Recoge inversiones que realizan las empresas o los particulares fuera de su país. Recordemos que las rentas procedentes de estas inversiones se registran en la balanza de rentas.

Las inversiones que se registran en la cuenta financiera de la balanza de pagos se anotan como variación neta de activos o como variación neta de pasivos del país que elabora dicho documento. La cuenta financiera comprende:

- Inversiones directas.
- Inversiones en cartera.
- Otras inversiones, excluido el Banco de España.
- Instrumentos financieros derivados.
- Cuenta financiera del Banco de España.

La cuenta financiera está estructurada para recoger de forma separada las transacciones financieras de todos los sectores de la economía excluido el Banco de España y, por otro lado, las operaciones del Banco de España con el exterior.

Ejemplo 8.1

Un ciudadano americano compra acciones de Movistar y obtuvo un dividendo de 0,25 euros por acción que se registra en la columna de pagos de la balanza de rentas española. Esto supone una salida de divisas.

Ejemplo 8.2

Un ciudadano marroquí que vive y trabaja en España envía parte de su sueldo a su familia, que reside en Marruecos. Esto supone una salida de divisas y, por lo tanto, se registrará como un pago en la balanza de transferencias corrientes.

ESQUEMA RESUMEN: PRINCIPIOS DE ECONOMÍA

LOS AGENTES ECONÓMICOS

- FAMILIAS O ECONOMÍAS DOMÉSTICAS
- EMPRESAS
- ESTADO O SECTOR PÚBLICO

TIPOS DE MERCADO

- POR LA NATURALEZA DEL PRODUCTO
 - DE BIENES PERECEDEROS
 - DE BIENES DURADEROS
 - DE BIENES INDUSTRIALES
 - DE SERVICIOS
- SEGÚN SU ÁMBITO GEOGRÁFICO
 - LOCAL
 - REGIONAL
 - NACIONAL
 - INTERNACIONAL
 - GLOBAL
- POR LA NATURALEZA DEL COMPRADOR
 - DE CONSUMIDORES
 - INDUSTRIAL
 - DE REVENDEDORES
 - INSTITUCIONAL

RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

- A ESCALA MUNDIAL
- A ESCALA REGIONAL
 - ÁREA DE LIBRE COMERCIO
 - UNIÓN ADUANERA
 - MERCADO COMÚN
 - UNIÓN ECONÓMICA

GLOBALIZACIÓN

- EFECTOS POSITIVOS
- EFECTOS NEGATIVOS

LA BALANZA DE PAGOS

- LA CUENTA CORRIENTE
 - LA BALANZA COMERCIAL
 - LA BALANZA DE SERVICIOS
 - LA BALANZA DE RENTAS
 - LA BALANZA DE TRANSFERENCIAS CORRIENTES
- LA CUENTA DE CAPITAL
- LA CUENTA FINANCIERA

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

Responde a las siguientes preguntas tipo test marcando la opción correcta.

8.1 Las empresas son:

- a) Unidades económicas de consumo.
- b) Unidades económicas de producción.
- c) Unidades económicas de consumo y producción.

8.2 ¿Cuál de estas organizaciones no ha sido nunca una unión aduanera?

- a) El Mercosur.
- b) La Organización Mundial del Comercio.
- c) La Comunidad Económica Europea.

8.3 Decimos que el mercado se encuentra en equilibrio:

- a) Cuando coinciden los deseos de los oferentes y de los demandantes.
- b) Cuando no existen amenazas de países extranjeros.
- c) Cuando la oferta supera por un porcentaje del 5% a la demanda.

Responde a las siguientes cuestiones.

8.4 ¿Qué tipos de mercado existen según su ámbito geográfico?

8.5 ¿Qué registra la balanza de servicios?

8.6 La tabla que puedes ver en la página 74 muestra el comportamiento de la oferta y la demanda del mercado de melones de la variedad Cantalupe.

- Representa gráficamente las curvas de oferta y demanda e indica el precio de equilibrio.
- Indica para cada nivel de precio la situación del mercado.

8.7 Indica los cambios que se producen en la curva de la demanda del café provocados por los hechos que aparecen recogidos en la tabla de la página 74.

8.8 ¿Qué papel juegan las familias como agente económico?

Cuando acabes estos ejercicios, realiza el caso práctico que encontrarás en la página 78. Al final del libro tienes las soluciones a estos ejercicios y, también, al caso práctico. Si has cometido errores, repasa de nuevo el capítulo antes de seguir con el estudio.

Acciones: partes proporcionales e iguales del capital de una sociedad anónima. El número de acciones que una persona posee en una empresa determina su participación en los beneficios y su capacidad de control.

Activo de la empresa: conjunto de bienes y derechos propiedad de la empresa, que se aplican con la finalidad de obtener beneficios.

Activo: son los bienes y derechos que tiene la empresa.

Ánimo de lucro: finalidad de obtener beneficio económico.

Aprovisionamiento: adquisición de mercancías y bienes necesarios para la actividad de la empresa.

Asertividad: habilidad para expresar las ideas y las opiniones propias, respetando la de los demás, y opinando de forma adecuada en cada momento. Capacidad para decir “no”, sin resultar agresivo.

Asiento contable: cada una de las anotaciones o registros que se hacen en un libro de contabilidad, con la finalidad de registrar un hecho económico.

Balance de situación: es el balance que se realiza para reflejar la situación económica-financiera de un momento determinado de la empresa.

Beneficio: diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos que se han generado.

Bienestar económico: situación en la que se encuentran las personas o las familias que hace referencia a los ingresos y dinero disponible.

Capacidad de obrar: es la potestad que tiene una persona física o jurídica para realizar operaciones con los bienes que le son propios.

Capitalización: consiste en conseguir fondos que permitan realizar operaciones de adquisición y creación de una empresa. Pueden provenir de personas físicas o jurídicas.

Ciclo de vida de un producto: sucesión de etapas por la que pasa un producto o servicio desde su introducción hasta su agotamiento o decadencia de sus ventas.

Cliente: persona o entidad que adquiere o necesita un producto o servicio ofrecido por nuestra entidad, adquiriéndolo para transformarlo o utilizarlo en su proceso de actividad.

Competencia profesional: capacidad para realizar las funciones y tareas requeridas en el lugar de trabajo, incluyendo entre ellas la capacidad de anticipación a los problemas y de evaluación de las consecuencias del propio trabajo para la empresa.

Consumidor: persona que adquiere el bien para uso propio o consumo.

Coste de oportunidad: rendimiento que se hubiera obtenido de la aplicación de los fondos a una inversión diferente a la realizada o, lo que es lo mismo, aquella cosa a la cual es preciso renunciar para conseguir otra.

Costes fijos: son los gastos que tiene la empresa de forma regular sin que por producir o dejar de hacerlo varíen en su importe. Por ejemplo el alquiler del local.

Costes totales: la suma de costes fijos más variables.

Costes variables: son los gastos que tiene la empresa debido a la actividad mayor o menor variando el importe. Por ejemplo el consumo de electricidad.

Cuentas de resultados: las que se usan para registrar utilidades o pérdidas, productos o gastos y que al terminar el ejercicio se saldan por la cuenta de “Pérdidas y Ganancias”.

Cuota de mercado: participación en el mercado de un determinado producto de una empresa. Se calcula dividiendo el total de ventas de la empresa o demanda de marca entre el total de ventas del producto por parte de todas las empresas o demanda de mercado.

Efectivo: son los instrumentos que se utilizan como medio de cambio que puede convertirse en dinero de forma inmediata.

Eficiencia: administración óptima de los recursos utilizados en la empresa para cumplir con los objetivos que se han programado. Obtención del máximo rendimiento con el mínimo de recursos.

Ejercicio económico: período de tiempo de referencia en que la empresa realiza las actividades, a nivel económico se establece que es el año natural.

Elementos de un contrato: todos los factores que, interviniendo en el acto de voluntad de contratar, lo dotan de personalidad jurídica: personales (las personas que libremente suscriben el acuerdo), reales (los bienes y servicios sobre los cuales se toma el acuerdo y la manera de transmitirlo o prestarlo) y formales (forma en que se ha de representar el acuerdo).

Empatía: capacidad para identificarse con otras personas o grupos de personas, comprendiendo sus necesidades y compartiendo su estado de ánimo. Ponerse en lugar de otro.

Emprendedor: personas o grupo de personas que tiene la intención de poner en marcha un proyecto.

Empresario: persona física o jurídica, que por sí misma o por medio de sus representantes, ejerce y desarrolla una actividad empresarial.

Enajenación: es la acción por la que se realizan ventas, traspasos y transferencias de la propiedad de los bienes o productos de la empresa.

Escalonamiento logístico: sistema de transporte de materiales que fija las dimensiones críticas de los lotes de mercancías a transportar para optimizar los costes de transporte y almacenaje.

Estatutos de constitución: artículos en los que se establecen normas de funcionamiento y condiciones en la escritura de constitución de una sociedad.

Estrategia: planificación de la adaptación y aplicación de los recursos disponibles para alcanzar los objetivos deseados de forma eficiente.

Existencias: son las mercancías que hay en la empresa y que tiene recopiladas mediante su sistema de almacenamiento.

Factores de producción: elementos que se utilizan en la actividad empresarial para conseguir el objetivo final.

Flujo: intercambio de bienes y servicios entre agentes económicos (personas, empresas, administraciones, etc.).

Gasto: importes que han de satisfacerse por la adquisición de prestaciones de servicios, compra de bienes y utilización de recursos.

Ingreso: importes que entren en la empresa como consecuencia de las actividades comerciales.

Inmovilizado: parte de los activos de la empresa invertida de forma permanente. Puede ser de tres clases: material, inmaterial y financiero.

Intangible: que no se puede tocar.

IRPF: Impuesto sobre la Renta de la Personas Físicas.

Libro diario: registro cronológico de las operaciones contables que muestra los nombres de las cuentas, los cargos y abonos que en ellas se realizan, así como cualquier información complementaria que se considere útil para apoyar la correcta aplicación contable de las operaciones realizadas.

Libro mayor: Registra todas las transacciones anotadas en el diario principal, así como las cuentas individuales o colectivas de los bienes materiales, derechos y créditos que integran el activo; las deudas y obligaciones que forman el pasivo; el capital y superávit de los gastos y productos; las ganancias y pérdidas y en general todas las operaciones de una empresa.

Marketing: proceso de planificación, ejecución de políticas de producto, precio, distribución y comunicación de productos para generar intercambios que beneficien las personas y las empresas.

Morosidad: incumplimiento de la obligación de efectuar un pago en la fecha de su vencimiento. En el caso en que un cliente incurra en morosidad, el acreedor le podrá cobrar intereses de demora por el tiempo en que se retarden los pagos.

Negociación comercial: proceso de interacción social mediante el cual dos o más agentes económicos con diferentes intereses comerciales tratan de llegar a un acuerdo que satisfaga a todas las partes.

Neto patrimonial: valor patrimonial de una empresa y, por tanto, los recursos propios. Se calcula restando el pasivo total del pasivo exigible. Está formado por recursos propios y por el pasivo no exigible.

Normalización contable: proceso que tiende a la adopción de métodos y prácticas contables homogéneas, que permiten que la información contable sea comparable y comprensible para todos los usuarios e interesados del mismo ámbito legal y geográfico.

Obsolescencia: que por las características que posee queda en desuso y no es aceptado por la población.

Organización: sistema diseñado para alcanzar metas y objetivos mediante recursos humanos y materiales.

Pasivo: obligaciones contraídas por la empresa con terceros.

Patrimonio neto: son las obligaciones que la empresa tiene con los propietarios. Hace referencia al capital aportado por ellos.

Personalidad jurídica: aquella por la cual se reconoce a una persona, entidad, asociación o sociedad mercantil la capacidad suficiente para contraer obligaciones y realizar actividades que generen plena responsabilidad, frente a sí mismo o a terceros.

Planificación empresarial: proceso racional y sistemático que tiene como objetivo prever, organizar y utilizar los recursos escasos con que cuenta la empresa, para alcanzar los objetivos y las metas propuestas en un tiempo y espacio determinados.

Prosperidad: curso favorable de las cosas; buena suerte o éxito en lo que se emprende, sucede u ocurre.

Proveedor: persona o empresa que ofrece productos que necesitamos, actuando como clientes al adquirirlos.

Quiebra: situación en que el exigible total es mayor que el activo, de forma que la empresa no tiene posibilidades de hacer frente a todas sus obligaciones.

Razón social: nombre que utiliza una entidad con personalidad jurídica.

Red logística: es la estructura que diseña la empresa para llevar sus productos hasta su punto de destino, formada por los diferentes almacenes y medios de transporte utilizados para la empresa.

Remisión Electrónica de Documentos (RED): permite el intercambio de información y documentación, con total seguridad y garantía, entre la Tesorería General de la Seguridad Social y los usuarios.

RETA: régimen de trabajadores autónomos. Es el régimen de cotización para los trabajadores que realizan sus actividades por cuenta propia.

Seguridad Social: sistema público que tiene el objetivo de proteger las personas incluidas en su campo de aplicación y los familiares a su cargo en determinados riesgos o contingencias (enfermedades, accidentes, muertes, jubilaciones, maternidad, etc.) que les pueden ocasionar situaciones de necesidad.

Sinergia: Integración de sistemas que generan un objeto nuevo.

Staff: unidad de soporte formada por expertos que asesoran en una especialidad a los directivos o responsables sin tener autoridad en la organización.

Stocks: mercaderías que se encuentran en poder de la empresa, sea cual sea su destino final. La mayor parte del stock suele estar depositado en los almacenes.

Suspensión de pagos: situación en la que la empresa tiene que suspender temporalmente los pagos por falta de liquidez producida por falta de ventas. Una vez realizadas las ventas, la empresa puede volver a una situación normal.

Tasa Anual Efectiva (TAE): tipo de interés efectivo anual por el cual se mide el coste total de una operación financiera.

TIC: tecnologías de la información y la comunicación.

Tráfico empresarial: movimientos que realiza la empresa en el desarrollo de la actividad.

Valor patrimonial: es el total que suma el patrimonio de la sociedad, es decir, el capital + reservas + beneficios no distribuidos.

Ventaja competitiva: aspecto, ya sea menor coste o mayor calidad, en qué una empresa es superior al resto, reconocido por el resto de empresas y que se mantiene a medio o largo plazo.

Viabilidad de un proyecto: evaluación positiva de la conveniencia de llevarlo a cabo, atendiendo a la relación que existe entre los recursos necesarios para ponerlo en marcha y los recursos de que se dispone o se pueda disponer.

Anexo. Ejercicios

6.7

ACTIVO	Euros	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	Euros
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
Inmovilizado intangible		(102) Capital	14.000
(206) Aplicaciones informáticas	2.000	(112) Reservas	1.000
Inmovilizado material		(129) Resultado del ejercicio	2.000
(216) Mobiliario	9.000	PASIVO NO CORRIENTE	
(217) Equipos para procesos de información	6.500	(170) Deudas a largo plazo con entidades de crédito	8.500
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Existencias		(520) Deudas a corto plazo con entidades de crédito	3.400
(300) Mercaderías	5.000	(400) Proveedores	1.100
Realizable			
(430) Clientes	500		
Disponible			
(570) Caja, euros	1.500		
(572) Bancos e instituciones de crédito	5.500		
TOTAL ACTIVO	30.000	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	30.000

8.6

Precio	Demanda (unidades)	Oferta (unidades)
4	20	80
3	30	70
2	50	50
1	70	30

8.7

Cambios en el mercado del café	Tipo de desplazamiento
La renta aumenta un 20%	
Un conocido actor recomienda su consumo	
Aumenta considerablemente el precio del azúcar	
Disminuye el precio del té	

Pruebas prácticas

Capítulo 5. El plan de empresa

5. Imagina que un joven emprendedor está elaborando el plan de empresa para su futuro negocio. Si en estos momentos está analizando la viabilidad económica y financiera a partir de la información que se incluye a continuación, realiza el presupuesto de tesorería para los primeros tres meses:

- El emprendedor aporta a la empresa 3.000 euros y ha solicitado un préstamo de 40.000 con unas cuotas a pagar de 1.200 euros mensuales de los que 200 corresponden a intereses.
- Adquiere equipos informáticos y mobiliario por valor de 34.000 euros. En el momento de la adquisición paga 10.000 euros y el resto en cuatro pagos de 6.000 euros cada uno, que realizará en los meses sucesivos.
- El segundo mes factura y cobra al contado por valor de 12.560 euros, y en el tercer mes por valor de 15.900 euros.
- Durante el tercer mes paga a proveedores un total de 4.000 euros por las compras realizadas durante el primer mes.
- Los gastos de personal ascienden a 1.800 euros mensuales.
- Paga por suministros 210 euros cada mes.

Capítulo 6. La gestión contable de la empresa

6. Tenemos esta información de las cuentas anuales de la empresa YOUNG, SL (importes en miles de euros).

Cuenta de pérdidas y ganancias

Partidas	2019	2018
1. Importe neto de la cifra de negocios	75.000	103.000
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso	0	0
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0	0
4. Aprovisionamientos	-18.000	-43.000
5. Otros ingresos de explotación	0	0
6. Gastos de personal	-1.000	-1.000
7. Otros gastos de explotación	0	0
8. Amortización del inmovilizado	-1.000	-1.000
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otros	0	0
10. Excesos de provisiones	0	0
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0	0
12. Otros resultados	0	0
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)	55.000	57.900
13. Ingresos financieros	0	0
14. Gastos financieros	-15.000	-16.000
15. Variación de valor razonable en instrumentos financieros	0	0
16. Diferencias de cambio	0	0
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros	0	0
B) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)	-15.000	-16.000
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	40.000	41.900
18. Impuesto sobre beneficios		-10.475
RESULTADO DEL EJERCICIO (C+18)		31.425

Balance de situación

Concepto	2019	2018
Activo no corriente	52.000	51.000
Activo corriente	29.300	29.300
Pasivo no corriente	31.000	31.000
Pasivo corriente	17.000	15.000

De acuerdo con los datos de las tablas anteriores:

- ¿A cuánto asciende el impuesto sobre beneficios en el año 2019 si consideramos que el tipo impositivo es del 25%? Determina, también, cuál es el resultado del ejercicio 2019.
- Calcula el activo total, el pasivo total y el patrimonio neto para los dos ejercicios.
- ¿Cuál es la rentabilidad económica de los dos ejercicios? Explica su significado y evolución.
- ¿Cuál es la rentabilidad financiera de los dos ejercicios? Explica su significado y evolución.
- Calcula la ratio de liquidez y explica si es óptimo y si ha mejorado respecto al año anterior.

Capítulo 7. Gestión administrativa de la empresa

7. Elabora el documento de pedido a partir de la información que se incluye en el ejemplo.

Alberto Malaus, de la empresa THISLAND, de Gijón, Asturias, código postal 33201, con domicilio en la plaza de la Soledad, 9, con NIF B78061367-2, efectúa un pedido de diversos productos a la empresa REAL CRUSH, de Avilés, Asturias, con domicilio en la calle del Muelle, 2, código postal 33402 y NIF B66/72721978, el día 19 de mayo de 2020, de los siguientes productos:

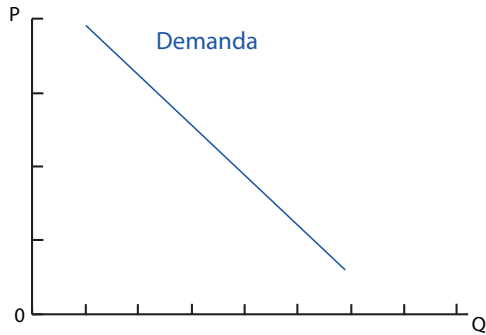
- 5 unidades del producto A, referencia XV1261978, a 35 € la unidad.
- 7 unidades del producto B, referencia CM1361972, a 50 € la unidad.

Se le aplica un descuento del 10% por pago en efectivo.

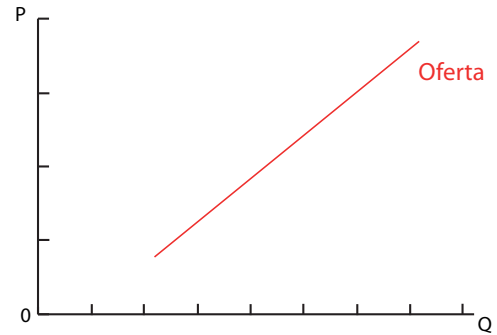
Capítulo 8. Principios de economía

8. Indica en los siguientes gráficos los efectos que producirán sobre las curvas de la oferta o de la demanda del mercado del aceite de girasol si ocurren los hechos que se describen:

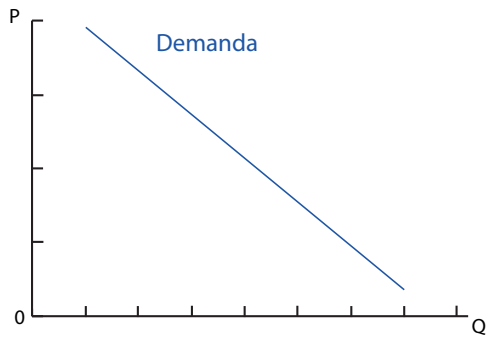
a) Aumenta la renta en un 10%.



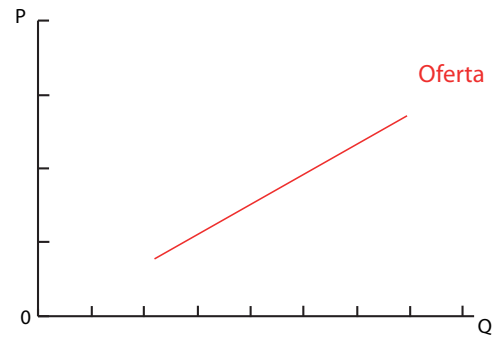
d) Aumenta el precio de los girasoles.



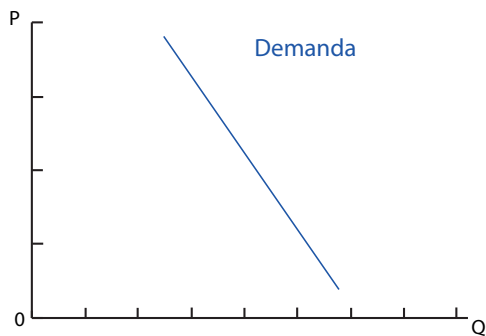
b) Se difunden en los medios de comunicación los beneficios saludables del aceite de girasol.



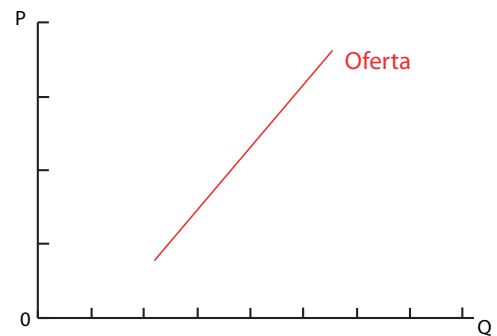
e) Se introduce una innovación tecnológica que agiliza el proceso de producción del aceite.



c) Baja el precio del aceite de oliva.



f) Disminuye el precio de los girasoles.



Soluciones

- Ejercicios
- Pruebas prácticas

Capítulo 5. El plan de empresa

5.1 c.

5.2 b.

5.3 c.

5.4 Un estudio de mercado debe analizar los siguientes elementos: sector, entorno, demanda, competencia y proveedores.

5.5 Se analiza dentro del plan de marketing y con ese estudio se busca saber quiénes son los competidores y sus características: localización, productos y servicios que ofrecen, cuota de mercado, precio, estrategias de promoción utilizadas, medios a su alcance, tecnología utilizada, etc. Una vez obtenida esta información, se tiene que contrastar con las características del negocio y analizar los puntos fuertes y débiles para poder encontrar algún elemento diferenciador que pueda suponer una ventaja competitiva.

5.6 En el plan de producción se debe analizar:

- **Proceso productivo.** En el caso de una empresa productora, es necesaria la descripción detallada del proceso productivo para la fabricación del producto o la prestación del servicio y determinar, también, los costes. Dentro de este apartado hay que incluir la descripción de los sistemas de control de calidad.
- **Estrategia de marketing.** Detalle y descripción de todos los recursos materiales necesarios: maquinaria, equipos informáticos, mobiliario, etc. También hay que incluir las existencias necesarias para llevar a cabo el proceso de fabricación y todos los aspectos relacionados con la logística y la gestión de inventario.

5.7 El punto de equilibrio se calcula con la fórmula: $Q^* = CF / (P - CV_v) = 40.000 / (60 - 20) = 10.000$ unidades.

Este valor se conoce como “punto muerto” o “punto de equilibrio” y es el volumen de venta a partir del cual la empresa empieza a obtener beneficios.

5.8 Estas políticas tendrían que estar incluidas en el plan marketing y consisten en lo siguiente:

- **Política de producto:** producto de alta calidad.
- **Política de comunicación:** promociones y publicidad en redes sociales.
- **Política de distribución:** venta a domicilio.
- **Política de precio:** precios asequibles.

Capítulo 6. La gestión contable de la empresa

6.1 a.

6.2 c.

6.3 La gestión contable de una empresa debe ser:

- **Ordenada.** Se debe seguir un orden cronológico, permitiendo ver detalladamente cada uno de los movimientos que realiza la empresa.
- **Adecuada.** Debe estar adaptada a las características de la empresa tanto por tamaño como por la actividad que lleva a cabo.
- **Objetiva.** Los datos que ofrezca han de ser relevantes y deben reflejar la realidad. De esta forma permitirá la toma de decisiones de forma coherente.
- **Rigurosa.** No pueden existir retrasos ni errores, se debe llevar al día y la información tiene que estar siempre disponible y ser de calidad.
- **Normalizada.** Debe poder entenderla cualquier persona que acceda a ella, permitiendo la comparación de diferentes estados contables en distintos momentos y con distintas empresas. Para facilitar su estandarización existe el Plan General Contable, que establece las normas de anotación y gestión de la información que tiene que tratarse.

6.4 En el PGC para pyme desaparecen las normas relativas a valoración y registro de las operaciones que apenas tienen incidencia en este tipo de empresas, según la relación que viene establecida en el RD 1515/2007.

Las normas de valoración del PGC para pyme se han simplificado en lo que respecta a la aplicación en los activos financieros disponibles para la venta.

Las empresas que adopten el PGC para pyme no tendrán que realizar de forma obligatoria el estado de flujos de efectivo.

Los modelos de cuentas anuales a realizar en el PGC para pyme son los mismos que los establecidos en el PGC como abreviados y que figuran en su tercera parte.

En el PGC para pyme no se aplican, en los grupos 8 y 9, los gastos e ingresos registrados directamente en el patrimonio neto. El movimiento establecido para las subvenciones, donaciones y legados recibidos de terceros que constituyen ingresos imputados directamente al patrimonio neto refleja tanto la obtención y el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias como el efecto impositivo asociado a las citadas subvenciones, donaciones y legados.

En el PGC para pyme se establecen criterios contables específicos para las microempresas que han de cumplir con dos de los requisitos siguientes:

- Que el total de partidas de activo no supere el millón de euros.
- Que el importe neto de su cifra anual de negocio no supere los dos millones de euros.
- Que el número medio de trabajadores empleados en el ejercicio no supere la cifra de diez.

6.5 Es la parte del activo corriente que se financia con las inversiones a largo plazo.

Se calcula para conseguir comprobar el equilibrio financiero de la empresa, cosa que es imprescindible para que se pueda producir el desarrollo de la entidad. Para calcularlo debemos aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Fondo de maniobra} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

6.6 Los beneficios antes de impuestos corresponden a los beneficios obtenidos sin deducir el impuesto de sociedades, mientras que el de después de impuestos consiste en el resultado de esta deducción:

- **El beneficio antes de impuestos:** resultado que se puede obtener de la cuenta de pérdidas y ganancias que corresponde al beneficio que se ha obtenido por la actividad en el ejercicio. Se le denomina por las siglas BAI.

- **El beneficio después de impuestos:** resultado contable —magnitud que se obtiene de la cuenta de pérdidas y ganancias— y que es la parte que se destinará a los socios o propietarios de la empresa, independientemente de que se reparta en forma de dividendos o se quede en la empresa en forma de reservas. Se le denomina por las siglas BDI.
- **El impuesto sobre beneficios:** es la parte del beneficio generado por el activo y que será destinada al pago del impuesto sobre sociedades y que también se puede obtener de la cuenta de pérdidas y ganancias.

6.7 Fondo de maniobra = Activo corriente – Pasivo corriente = 12.500 – 4.500 = 8.000 euros

El fondo de maniobra nos indica la parte del activo corriente financiada a largo plazo; es decir, por el pasivo no corriente y el patrimonio neto.

En este caso, el fondo de maniobra es positivo, y nos indica que 8.000 euros del activo corriente están financiados a largo plazo, lo que supone un cierto margen operativo para la empresa ya que con el activo corriente puede liquidar todas las deudas a corto plazo (pasivo corriente) disponiendo aún de este margen.

Ratio endeudamiento = Pasivo / patrimonio neto + Pasivo = 13.000 / 30.000 = 0,43

El valor óptimo de esta ratio se da cuando no supera el valor de 0,5; es decir, que menos del 50% de las inversiones estén financiadas por fondos propios (patrimonio neto).

En este caso, como no lo supera, podemos concluir que la ratio está dentro de los márgenes recomendables.

Ratio disponibilidad = Disponible / Pasivo corriente = 7.000 / 4.500 = 1,55

El valor óptimo de esta ratio es de 0,5. Los valores que se sitúan por debajo pueden indicar problemas para hacer frente a los pagos, ya que esta ratio nos indica las deudas a corto plazo que se pueden liquidar con las cuentas de tesorería o disponible; es decir, caja y bancos. Por otro lado, valores superiores a 0,5 (como en este caso) puede indicar que la empresa está perdiendo rentabilidad en sus activos.

Capítulo 7. Gestión administrativa de la empresa

7.1 c.

7.2 a.

7.3 a.

7.4 Las condiciones sobre las que debe realizarse el proceso administrativo, con el objetivo de conseguir una elevada eficiencia, son las siguientes:

- **Disponibilidad.** Los procesos de que se trate deben poderse realizar en el momento preciso, no deben existir retrasos debido a circunstancias administrativas o de índole documental.
- **Economicidad.** Las tareas del proceso deben realizarse con el menor coste posible, teniendo en cuenta que los costes se derivan tanto de los recursos utilizados como del tiempo empleado para realizarlos. La forma más eficiente de conseguir este resultado consiste en aplicar los principios de sencillez, rapidez y equilibrio de variables que intervienen.

7.5 El comprador está obligado a:

- Recibir la mercancía en las condiciones acordadas y hacerse cargo de ella. Puede negarse en el caso de que no se ajuste a lo acordado y presente defectos.
- Pagar en el tiempo, la forma y el lugar acordados, teniendo en cuenta que el retraso en el pago genera intereses a favor del vendedor.

El vendedor está obligado a:

- Custodiar y conservar la mercancía destinada a la venta hasta el momento de entregársela al comprador.
- Entregar al comprador la mercancía en perfecto estado garantizando que no tiene defectos.
- Entregar la mercancía al comprador según las estipulaciones de entrega establecidas, en el lugar pactado, en la forma acordada y en la cantidad solicitada. El comprador puede negarse a recibir pedidos que sean atendidos en parte de la mercancía.
- Garantizar al comprador el disfrute pacífico del producto, respondiendo legalmente de la propiedad legal del bien vendido.

7.6 Lo expide el comprador y lo recibe el vendedor.

Para que sea válido, el vendedor debe aceptarlo en contenido y condiciones.

No tiene que responder, necesariamente, a una forma determinada, pudiéndose realizar por medio de carta, documento específico, teléfono o medios telemáticos, pero es aconsejable que exista medio escrito con el contenido mínimo que se especifica más adelante.

Es una relación de mercancías y condiciones de la operación comercial, concretando los derechos y deberes de las partes.

Nace de la existencia de un pacto anterior entre las partes realizado por medio del contrato de compraventa.

7.7 Su función es para varias situaciones. La primera, para comprobar que la mercancía que se solicitó en el pedido es la que llega al almacén. La segunda, para comprobar que el contenido de los embalajes corresponde a la relación que se ofrece en el albarán. La tercera, para poder registrar su ingreso en las instalaciones del almacén, y la cuarta y última, para dar la conformidad al vendedor de que ha sido recibida en el lugar de destino.

Podemos encontrarnos con tres tipos de formatos:

- **Albarán sin valorar:** es el que relaciona las mercancías, sin especificar el valor económico de estas.
- **Albarán valorado:** además de relacionar las mercancías ofrece el valor económico.
- **Albarán valorado con IVA:** es el que contiene la valoración de forma similar a la factura, incluyendo los impues-

tos aplicables a la operación. Este sustituye, a veces, a la factura, aunque lo más correcto es que se emita y que, además, se reciba la factura, ya que como veremos al tratar de ella es el único documento acreditativo de la adquisición y de la venta a nivel oficial.

- 7.8**
- Necesitas el consentimiento del receptor o cliente de forma expresa. Dicho consentimiento debe hacerse por cualquier medio: verbal o escrito.
 - Tienes que acordar con el cliente el formato de la factura electrónica (.pdf, .doc, .xml) y cuál va ser el medio telemático de envío (normalmente por correo electrónico, aunque también puede hacerse a través de un FTP, de un servicio como Dropbox o WeTransfer, etc.).
 - Además, estás obligado a conservar la copia o matriz (conjunto de datos, tablas, base de datos o sistemas de ficheros que contienen todos los datos reflejados en las facturas junto a los programas que permitieron la generación de las facturas). Si conservas la matriz ya no es necesario conservar las copias de las facturas electrónicas firmadas, porque puedes volver a emitirlas.

Capítulo 8. Principios de economía

8.1 b.

8.2 b.

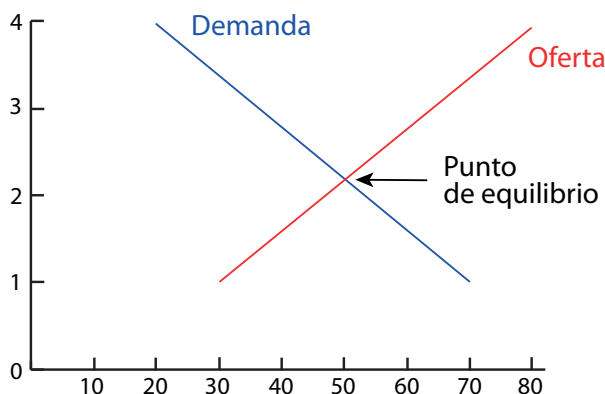
8.3 a.

- 8.4.
- **Mercado local.** Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción cuyo ámbito de actuación se limita a la provincia de Málaga.
 - **Mercado regional.** El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad autónoma andaluza.
 - **Mercado nacional.** Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país. Un ejemplo bastante claro sería el de Renfe, empresa que presta el servicio de transporte ferroviario por toda la geografía española.
 - **Mercado internacional.** El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades. Cualquier empresa multinacional opera en este mercado.
 - **Mercado global.** Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluyen prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.
- 8.5. Registra importaciones y exportaciones de servicios como transporte, seguros, turismo, servicios bancarios, etc., entre los residentes de un país y los del resto del mundo.

Se consideran exportaciones de servicios las que prestan los españoles en el extranjero y las que reciben los turistas de otras nacionalidades que vienen a España. Estas operaciones suponen una entrada de divisas, se contabilizan como ingreso en la balanza de pagos. Análogamente se explican las importaciones de servicios.

En España destaca la partida de turismo y viajes, que supone tradicionalmente una fuente de entrada de divisas que amortigua el permanente déficit comercial.

8.6



Precio	Demanda (unidades)	Oferta (unidades)	Situación del mercado	Respuesta precio
4	20	80	Exceso de oferta	Descenso
3	30	70	Exceso de oferta	Descenso
2	50	50	Equilibrio	Neutra
1	70	30	Exceso de demanda	Ascenso

8.7

Cambios en el mercado del café	Tipo de desplazamiento
La renta aumenta un 20%	Derecha
Un conocido actor recomienda su consumo	Derecha
Aumenta considerablemente el precio del azúcar	Izquierda
Disminuye el precio del té	Izquierda

8.8 Es la unidad económica de consumo porque una de las funciones básicas que cumple en el desarrollo de la actividad económica es consumir. La actividad económica de consumo resuelve el problema económico que se plantea a las familias, es decir, obtener los bienes y servicios que satisfagan de forma óptima sus necesidades con una renta limitada.

Asimismo, las familias son las propietarias de los factores productivos y, como contraprestación por la aportación de los mismos al proceso de producción, reciben rentas que administran para la compra de bienes y servicios:

- Salarios: son rentas obtenidas por el factor trabajo.
- Beneficios e intereses: son rentas percibidas por aportar o prestar a la empresa el dinero necesario para adquirir el factor capital (máquinas, materiales, etc.).
- Alquileres y otras rentas por la aportación del factor tierra (terrenos).

Capítulo 5. El plan de empresa

PREVISIÓN DE TESORERÍA	Enero	Febrero	Marzo	Total
Tesorería	0	30.990	34.340	65.330
COBROS				
Ventas		12.560	15.900	28.460
Capital	3.000			3.000
Préstamo	40.000			40.000
TOTAL COBROS	43.000	43.550	50.240	71.460
PAGOS				
Inmovilizado	10.000	6.000	6.000	22.000
Compras			4.000	4.000
Gastos de personal	1.800	1.800	1.800	5.400
Suministros	210	210	210	630
Gastos financieros		200	200	400
Devolución préstamo		1.000	1.000	2.000
TOTAL PAGOS	12.010	9.210	13.210	34.430
SALDO TESORERÍA	30.990	34.340	37.030	102.360

Capítulo 6. La gestión contable de la empresa

Según el enunciado, el tipo impositivo del impuesto sobre beneficios es del 25% y el beneficio antes de impuestos (BAI) es de 40.000.

$$\text{Impuesto sobre beneficios} = \text{tipo impositivo impuesto sobre beneficios} \times \text{BAI} = 0,25 \times 40.000 = 10.000$$

Cálculo del resultado del ejercicio (beneficio o resultado neto):

$$\text{BN (beneficio neto)} = \text{BAI (beneficio antes de impuestos)} - \text{impuesto sobre beneficios} = 40.000 - 10.000 = 30.000$$

Ejercicio 2019

$$\text{Activo total} = \text{Activo no corriente} + \text{Activo corriente} = 52.000 + 29.300 = 81.300$$

$$\text{Pasivo total} = \text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente} = 31.000 + 17.000 = 48.000$$

Para calcular el patrimonio neto partimos de la ecuación fundamental del patrimonio:

$$\begin{aligned} \text{Activo total} &= \text{Patrimonio neto} + \text{Pasivo total. Con esta ecuación podemos calcular el patrimonio neto, siendo este:} \\ \text{Patrimonio neto} &= \text{Activo total} - \text{Pasivo total} \end{aligned}$$

$$\text{Patrimonio neto} = 81.300 - 48.000 = 33.300$$

Ejercicio 2018

$$\text{Activo total} = \text{Activo no corriente} + \text{Activo corriente} = 51.000 + 26.700 = 77.700$$

$$\text{Pasivo total} = \text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente} = 31.000 + 15.000 = 46.000$$

Para calcular el patrimonio neto partimos de la ecuación fundamental del patrimonio:

$$\text{Activo total} = \text{Patrimonio neto} + \text{Pasivo total}$$

Con esta ecuación podemos calcular el patrimonio neto, siendo este:

$$\text{Patrimonio neto} = \text{Activo total} - \text{Pasivo total} = 77.700 - 46.000 = 31.700$$

Ejercicio 2019

$$\text{Rentabilidad económica} = \text{Beneficio antes de impuestos (BAI)} / \text{Activo} = 55.000 / 81.300 = 0,6765$$

Es decir, 67,65%, que significa que, por cada 100 euros invertidos en el activo de la empresa, se obtienen 67,65 euros de beneficio bruto (antes del pago de impuestos). En conclusión, la rentabilidad de los activos es muy elevada.

Ejercicio 2018

$$\text{Rentabilidad económica} = \text{Beneficio antes de impuestos (BAI)} / \text{Activo} = 57.900 / 77.700 = 0,7451$$

Es decir, 74,51%, que significa que, por cada 100 euros invertidos en el activo de la empresa, se obtienen 74,51 euros de beneficio bruto (antes del pago de impuestos). En conclusión, la rentabilidad de los activos es muy elevada.

Si comparamos los dos ejercicios, comprobamos que la rentabilidad económica ha disminuido en 2019 respecto al ejercicio anterior.

Ejercicio 2019

$$\text{Rentabilidad financiera} = \text{Beneficio neto} / \text{patrimonio neto} = 30.000 / 33.300 = 0,9009$$

Es decir, 90,09%, lo que significa que, por cada 100 euros invertidos en los fondos propios de la empresa (patrimonio neto), se obtienen 90,09 euros de beneficio. La rentabilidad del accionista es muy elevada y cercana al 100%.

Ejercicio 2018

$$\text{Rentabilidad financiera} = \text{Beneficio neto} / \text{patrimonio neto} = 31.425 / 31.700 = 0,9913$$

Es decir, 99,13%, lo que significa que, por cada 100 euros invertidos en los fondos propios de la empresa (patrimonio neto), se obtienen 99,13 euros de beneficio. La rentabilidad del accionista es muy elevada y cercana al 100%.

La rentabilidad financiera ha disminuido en el ejercicio 2019 respecto al ejercicio 2018 en 9,04 puntos porcentuales.

Ejercicio 2019

$$\text{Ratio de liquidez} = \text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente} = 29.300 / 17.000 = 1,72$$

Es un valor óptimo ya que es superior a 1; no hay riesgo de suspensión de pagos.

Ejercicio 2018

$$\text{Ratio de liquidez} = \text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente} = 26.700 / 15.000 = 1,78$$

Es un valor óptimo ya que es superior a 1; no hay riesgo de suspensión de pagos.

La ratio de liquidez ha disminuido en 2019 respecto al ejercicio 2018, pero sigue siendo un valor óptimo.

Capítulo 7. Gestión administrativa de la empresa

Empresa THISLAND
Sr. Alberto Malaus
NIF B78061367-2
Plaza de la Soledad, 9
33201, Gijón. Asturias
985 137 872

19 de mayo de 2020

REAL CRUSH
B66/72721978
Calle del Muelle, 2
33402, Avilés. Asturias
985 668 727

Asunto: pedido material

Estimados señores:

Rogamos nos envíen a la mayor brevedad posible los productos que detallamos a continuación:

5 unidades del producto A, referencia XV1261978, a 35 euros la unidad.
7 unidades del producto B, referencia CM1361972, a 50 euros la unidad.

Forma de envío: servicio de mensajería.

Dirección de entrega: plaza de la Soledad, 9. 33201, Gijón. Asturias.

Forma de pago: a nuestro cargo.

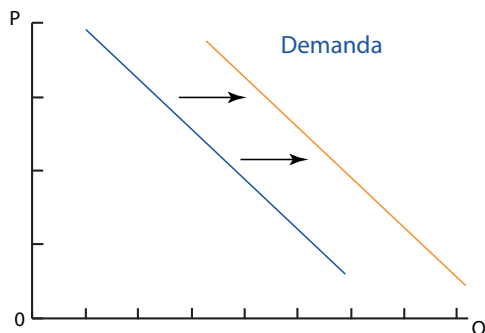
Condiciones: descuento del 10% por pago en efectivo.

Atentamente,

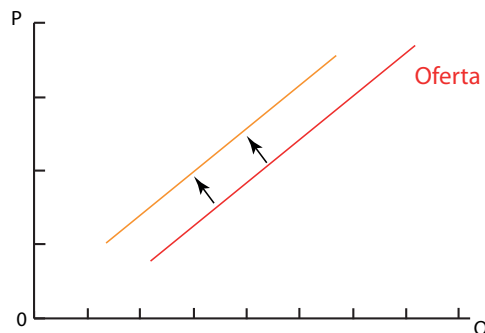
Alberto Malaus
THISLAND

Capítulo 8. Principios de economía

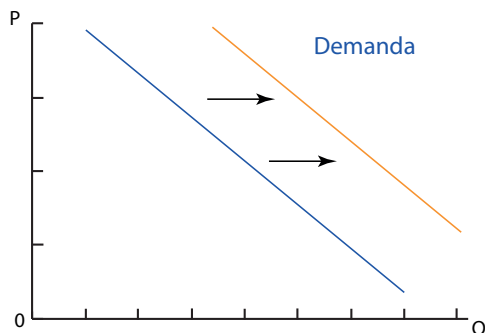
a) Desplazamiento de la curva de la demanda hacia la derecha (con el mismo precio, aumenta la cantidad demandada).



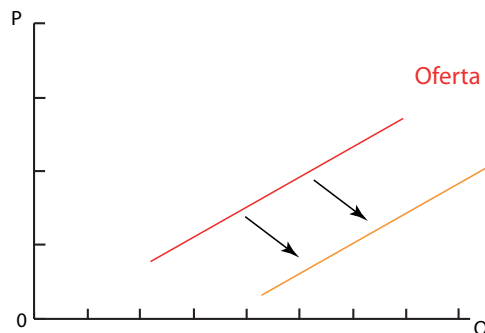
d) Desplazamiento de la curva de la oferta hacia la izquierda (se mantiene el precio pero disminuye la oferta).



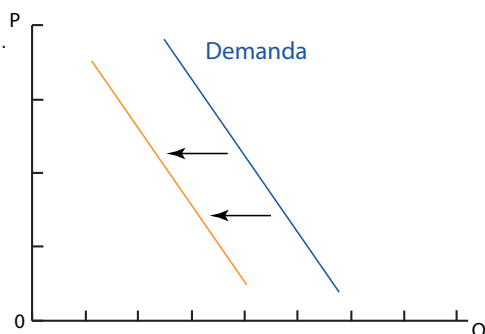
b) Desplazamiento de la curva de la demanda hacia la derecha (con el mismo precio, aumenta la cantidad demandada).



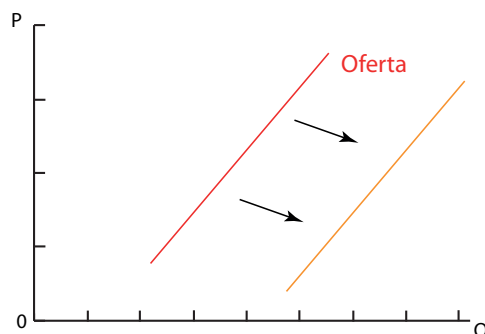
e) Desplazamiento de la curva de la oferta hacia la derecha (se mantiene el precio pero aumenta la cantidad ofertada).



c) Desplazamiento de la curva de la demanda hacia la izquierda (con el mismo precio, disminuye la cantidad demandada).



f) Desplazamiento de la curva de la oferta hacia la derecha (se mantiene el precio pero aumenta la oferta).



Capítulo 5. El plan de empresa

1. INTRODUCCIÓN	4
2. EL PLAN DE EMPRESA	4
2.1 Presentación del proyecto	4
2.2 El plan de marketing	5
2.3 El plan de producción	7
2.4 El plan de organización	7
2.5 El plan jurídico-fiscal	8
2.6 El plan económico-financiero	8
2.7 Valoración del proyecto	9
2.8 La redacción del plan de empresa	9
ESQUEMA RESUMEN	11
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN	12

Capítulo 6. La gestión contable de la empresa

1. INTRODUCCIÓN	14
2. NOCIONES BÁSICAS DE CONTABILIDAD	14
2.1 Plan General de Contabilidad	15
2.2 Plan General de Contabilidad para las pyme	17
2.3 Metodología contable	18
2.4 Cuentas anuales	21
3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	27
3.1 Fondo de maniobra	27
3.2 Análisis de las ratios financieras	27
3.3 Análisis de la rentabilidad	29
4. EL SISTEMA TRIBUTARIO	29
4.1 Elementos del impuesto	29
4.2 Principales tributos de la actividad empresarial	30
5. EL CALENDARIO FISCAL	33
ESQUEMA RESUMEN	33
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN	36

Capítulo 7. Gestión administrativa de la empresa

1. INTRODUCCIÓN	38
2. LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	38
2.1 Los procesos administrativos	38
2.2 Las funciones administrativas	39

3. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA GESTIÓN COMERCIAL	40
3.1 Contrato de compraventa	40
3.2 El pedido	42
3.3 El albarán	45
3.4 La factura	47
3.5 La factura electrónica	49
4. DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA DE PAGO Y COBRO	50
4.1 El recibo	50
4.2 El cheque	51
4.3 La letra de cambio	52
ESQUEMA RESUMEN	54
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN	56

Capítulo 8. Principios de economía

1. INTRODUCCIÓN	58
2. ECONOMÍA Y AGENTES ECONÓMICOS	58
2.1 La economía como ciencia	58
2.2 Los agentes económicos	58
3. EL MERCADO. TIPOS DE MERCADO	59
3.1 Tipos de mercado según la naturaleza del producto	59
3.2 Tipos de mercado según su ámbito geográfico	59
3.3 Tipos de mercado según la naturaleza del comprador	60
4. OFERTA, DEMANDA Y PRECIO	60
4.1 El equilibrio del mercado	60
4.2 Los cambios en el equilibrio de mercado	62
5. COMERCIO INTERNACIONAL	63
5.1 Relaciones económicas internacionales	63
5.2 La globalización	64
6. LA BALANZA DE PAGOS	65
6.1 La cuenta corriente	65
6.2 La cuenta de capital	66
6.3 La cuenta financiera	66
ESQUEMA RESUMEN	67
EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN	68

GLOSARIO	69
ANEXO. EJERCICIOS	73
PRUEBAS PRÁCTICAS	75
SOLUCIONES	79

