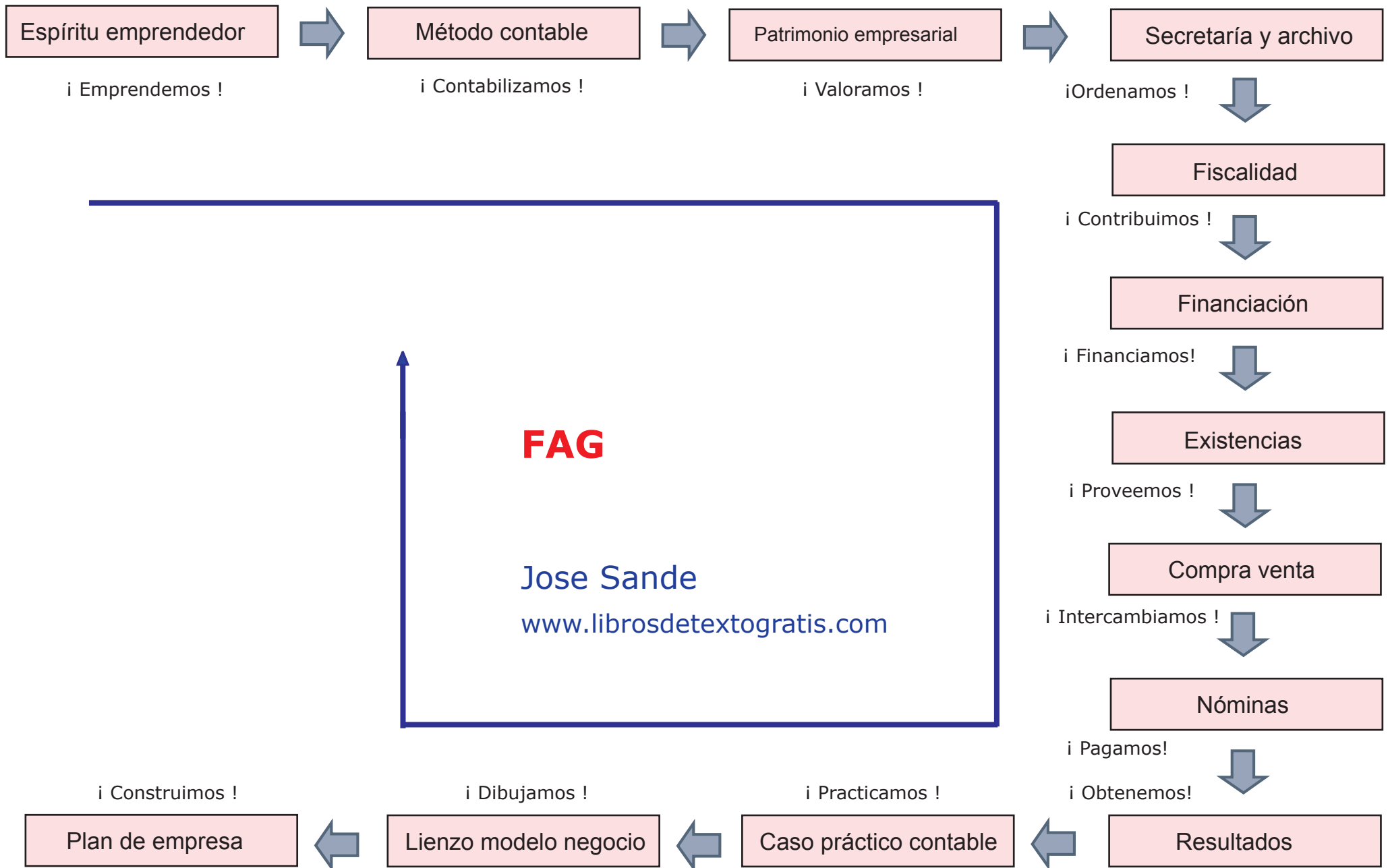


FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN 2º BACHILLERATO v. 1.0 2016



¡Emprendemos! ➡

EL ESPÍRITU
EMPRENDEDOR



¿POR QUÉ ES
IMPORTANTE?



EMPRENDER
Y ENTORNO



CUALIDADES
Y HABILIDADES



TU VENTAJA
COMPETITIVA



MITOS EMPRENDEDOR

TEMA 1

Espíritu emprendedor

1. El espíritu emprendedor

El espíritu emprendedor es sobre todo una actitud, en la que se refleja la motivación y la capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir algo valioso. Unas veces cambia el mercado y otras, incluso crea nuevos mercados.

El espíritu emprendedor **es sobre todo una actitud**, en la que se refleja la motivación y la capacidad a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir algo valioso.

Perfil del emprendedor

El espíritu emprendedor **forma parte del talante de las personas**. Los empresarios forman un grupo heterogéneo y proceden de todas las profesiones y condiciones sociales.

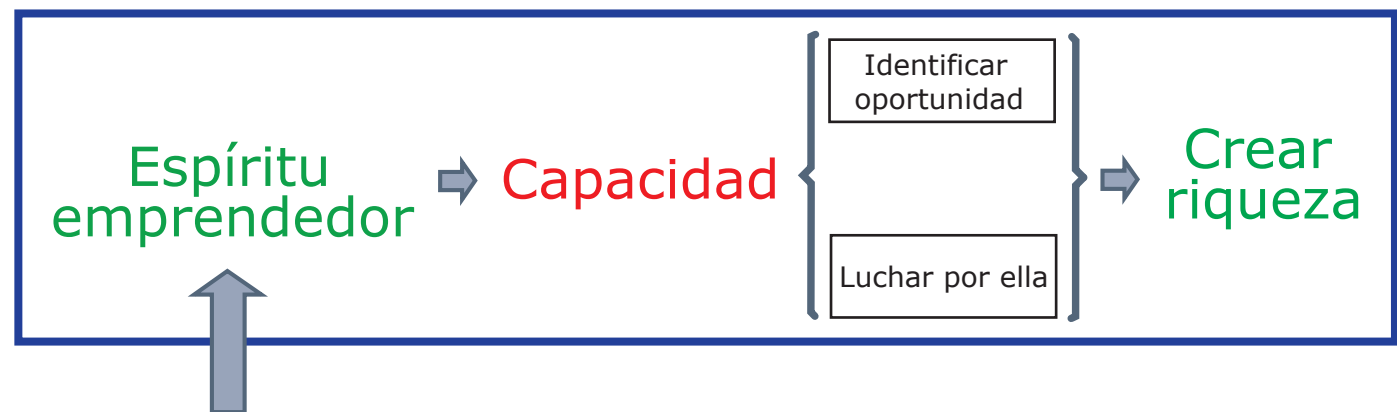
No obstante, existen ciertas características que definen el comportamiento empresarial, entre las que se incluyen una predisposición a asumir riesgos y una atracción por la independencia y la realización personal.

Este espíritu puede localizarse en cualquier sector y tipo de negocio. Lo poseen los trabajadores por cuenta propia y las empresas de cualquier tamaño en las diferentes fases de su ciclo de vida, desde su creación a la fase de crecimiento, traspaso o cierre y nueva puesta en marcha.

Está presente en los negocios de todos los sectores, tecnológicos o tradicionales, en las empresas grandes y pequeñas, tanto en las de una sencilla estructura familiar como en las que llegan a cotizar en La Bolsa.

Mayor satisfacción

El trabajo produce una satisfacción mayor entre empresarios que entre empleados. Según encuestas, el 33% de los trabajadores independientes sin empleados y hasta el 45% de los trabajadores independientes con empleados se consideran muy satisfechos con sus condiciones de trabajo, frente a un solo 27% de los empleados.



ACTITUD: Asumir riesgos + atracción independencia + realización personal

2. ¿Por qué es importante el espíritu emprendedor?

Los esfuerzos de los gobiernos por fomentar el espíritu emprendedor entre sus ciudadanos son lógicos y justificables:

El espíritu emprendedor contribuye a crear empleo y al crecimiento.

La creación de empleo se concentra cada vez más en las empresas nuevas y pequeñas, y no, como se suele pensar muchas veces, en las grandes. Los países con aumento de los índices de iniciativa empresarial tienden a mayores reducciones del desempleo. La iniciativa empresarial también contribuye a fomentar la cohesión económica y social en regiones cuyo desarrollo se está quedando rezagado. Estimulando la actividad económica se puede integrar en el trabajo a desempleados y personas desfavorecidas.

El espíritu emprendedor es crucial para la competitividad

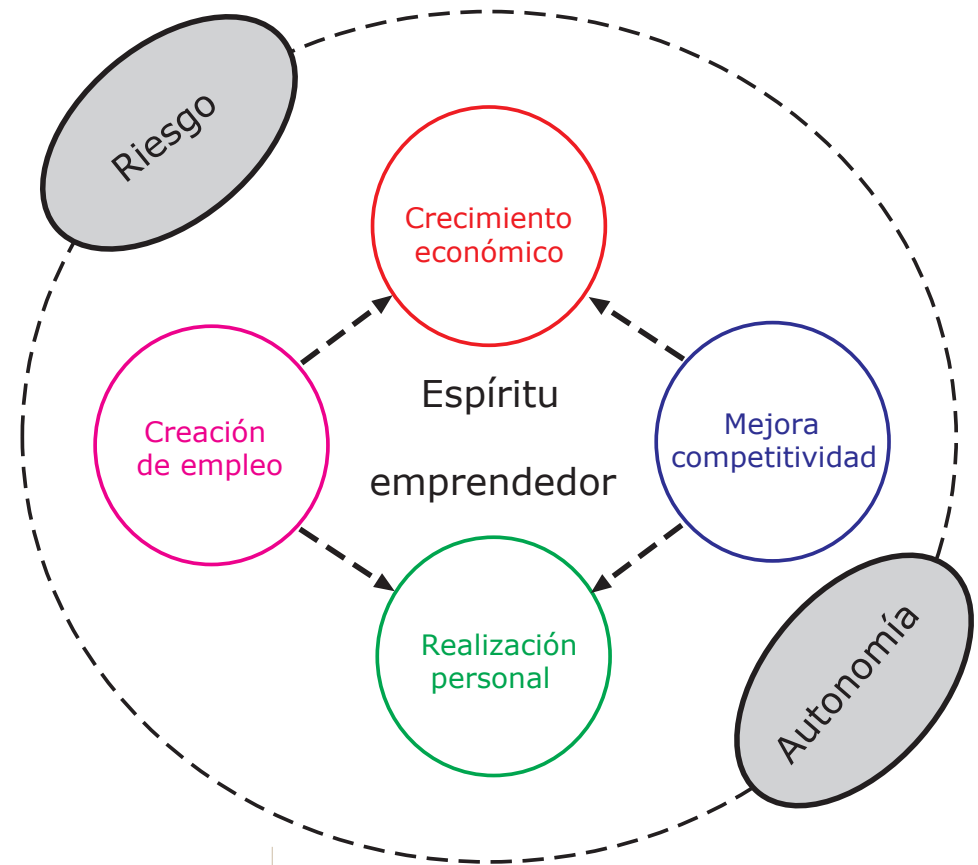
Las nuevas iniciativas impulsan la productividad, aumentando la competitividad, con lo que obligan a otras empresas a reaccionar mejorando la eficacia o innovación. Implica más oferta y reducciones de los precios que benefician a los consumidores.

El espíritu emprendedor saca partido del potencial personal

Una ocupación no es simplemente una manera de ganar dinero. Al tomar decisiones relacionadas con la carrera profesional se barajan criterios como la seguridad, el nivel de independencia, la variedad de tareas y el interés del trabajo.

Además de las motivaciones materiales (dinero y posición), los empresarios eligen serlo como un medio de realizarse (libertad, independencia y retos).

Para quienes no encuentran un empleo regular que les satisfaga, la decisión de convertirse en empresarios puede ser una salida a su vida laboral.



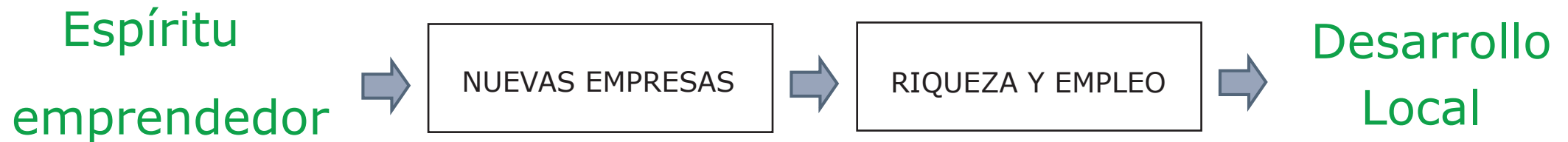
3. Espíritu emprendedor y entorno

Dirigentes y políticos se preocupan de desarrollar propuestas para captar multinacionales y empresas foráneas, con el fin de generar nuevos empleos y dinamizar la economía de su región.

Atraer emprendedores hacia una región no es nada malo, pero es mucho mejor fomentar que surjan desde la propia comunidad.

El aumento de las cualidades emprendedoras contribuyen a crear empresas, lo que implica aumentos en el empleo de una región. Por medio de la iniciativa emprendedora no sólo se puede disminuir el desempleo, sino que también genera otros efectos positivos en los nuevos individuos empleados, mejorando su autoestima.

Los emprendedores son **benefactores sociales** para sus regiones, ya que además de crear puestos de trabajo y riqueza contribuyen a la dinamización social.



A su vez, ayudar a la gente joven a adquirir un espíritu emprendedor fomenta el desarrollo empresarial y propicia que los individuos busquen ser empleadores y no empleados, contribuyendo así a colaborar con la disminución de la pobreza y el desempleo, representando un motor importante del crecimiento de una región.

Espíritu emprendedor y desarrollo local

Desarrollo local es un nuevo término que se suele definir en contraposición a la idea de globalización. Esta mejora, partiría desde la propia zona (endógena), con recursos propios y fomentando y fomentando el aumento de capacidades.

De aquí surge que el desarrollo local busca aumentar las capacidades individuales y de la comunidad a partir de lo que el territorio posee. Es decir, partiendo de las cualidades endógenas del lugar, intentar fomentar y potenciar sus aspectos positivos, superando las dificultades y limitaciones que pueda haber en dicho territorio.

Desarrollo local: proceso de mejora de la calidad de vida mediante la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales (públicos y privados),

4. Cualidades personales del emprendedor

INICIATIVA: inclinación a la acción de adelantarse a los demás.

PERSEVERANCIA: mantenerse constante en conseguir una meta

CONFIANZA EN SÍ MISMO: seguridad en las propias capacidades.

AUTODISCIPLINA: acatar por uno mismo valores sociales y personales beneficiosos.

ESPÍRITU POSITIVO: capacidad de juzgar las situaciones en su aspecto más favorable.

CAPACIDAD DE DECISIÓN: determinación que se toma ante una duda.

MOTIVACIÓN DE LOGRO: disponer del ánimo para conseguir lo que se desea.

ASUNCIÓN DE RIESGOS: predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por su dificultad.

RESPONSABILIDAD: capacidad para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

SENTIDO CRÍTICO: capacidad de discernir de manera objetiva.

AUTONOMÍA: capacidad de no depender de nadie para ciertas cosas.

EMPATÍA: capacidad de ponerse en lugar del otro.

AUTOCONTROL: saber manejar las propias emociones

ADAPTABILIDAD: capacidad de acomodarse a distintas circunstancias.

VISIÓN EMPRENDEDORA: capacidad de comenzar con resolución acciones difíciles

CREATIVIDAD: generar nuevos recursos a través del desarrollo de la imaginación y el ingenio para progresar en nuestras metas.

Habilidades del emprendedor

CAPACIDAD ORGANIZATIVA: aptitud de ordenar y distribuir las actividades.

PERSUASIÓN: acción de inducir a alguien con razones a hacer o creer algo

LIDERAZGO: habilidad de un individuo para influir, motivar y capacitar a otros para que alcancen las metas propuestas.

CAPACIDAD DE PLANIFICACIÓN: mentalidad práctica basada en observar el entorno extrayendo conclusiones útiles para tus metas.

HABILIDAD NEGOCIADORA: capacidad de llegar a un acuerdo aceptable entre las personas implicadas en un conflicto.

CAPACIDAD PARA AFRONTAR PROBLEMAS Y ENCONTRAR SOLUCIONES: capacidad de evaluar con rigor y serenidad las situaciones difíciles descubriendo y valorando las distintas posibilidades.

COOPERACIÓN: acción de obrar conjuntamente con otros para un mismo fin.

COMUNICACIÓN: acción de manifestar a alguien algo

ASERTIVIDAD: expresar con claridad y respeto tus deseos a otras personas

TRABAJO EN EQUIPO: grupo de personas que trabajan de forma independiente combinando distintas capacidades, para lograr un conjunto de objetivos comunes.

5. Tu ventaja competitiva: activos, aspiraciones y valores

Reid Hoffman, confudador de Lindkedin, explica en “El mejor negocio eres tú” (2012), qué es y cómo se define la ventaja competitiva de una persona.

Tu ventaja competitiva está constituita por el juego entre tres fuerzas diferentes y siempre cambiantes: tus activos, tus aspiraciones/valores y las realidades del mercado (por ejemplo, la oferta y al demanda de lo que ofreces al mercado en relación a la competencia).

La mejor dirección posible la encontrarás persiguiendo aspiraciones que valgan la pena y utilizando tus activos, mientras navegas por las realidades del mercado.

Tus activos

Los activos son lo que posees en este momento. Antes de soñar con el futuro o hacer planes, necesitas articular lo que ya funciona en tu vida, igual que hacen los empresarios. La idea de negocio más brillante es por lo general la que se construye de la forma más deslumbrante posible sobre los activos que posee su creador. Los objetivos comerciales surgen de tus puntos fuertes, de tus intereses y de tu red de contactos.

Existen dos tipos de activos profesionales que perseguir: intangibles y tangibles. Los **intangibles** son los que no pueden cambiarse directamente por dinero. Son los contribuyentes intangibles al éxito de una carrera: el conocimiento y la información que posees; tus contactos profesionales y la confianza que has construido con ellos; tus aptitudes; tu reputación y tu estilo personal; y tus puntos fuertes (las cosas que te resultan fáciles). Los activos tangibles son los que se presentan en un balance general: el dinero con el que cuentas y tus posesiones.

Tus aspiraciones y valores

Las aspiraciones se refieren a tus deseos más profundos, tus ideas, tus objetivos y tu visión del futuro, más allá del mundo real y de tu lista de activos. Esta pieza del rompecabezas incluye tus valores clave, lo que es importante en tu vida, ya sea el conocimiento, la independencia, el dinero, la integridad, el poder u otra cosa. Quizá nunca consigas colmar todas tus aspiraciones ni contruir una vida acorte con todos tus valores, y seguramente estos cambiarán con el tiempo, pero al menos deberías orientarte en una dirección hacia una meta, aunque esta cambie. Si trabajas en algo que te importa, trabajarás más y mejor. Sin importar cuáles son tus valores y aspiraciones, sé consciente de que evolucionarán con el tiempo.

Las realidades del mercado

Al igual que un emprendedor gasta mucha energía en intentar descubrir aquello por lo que los clientes pagarían, tu éxito personal depende de que tus posibles clientes elijan comprar tu tiempo. Aunque la perspectiva general sea negativa, no olvides que siempre hay un sector, lugar, persona o compañía pujante.



Fuente: Reid Hoffman

6. Mitos sobre los emprendedores

Es frecuente oír las siguientes falsas características del perfil del emprendedor:

- Los empresarios **no planifican**, se mueven por instinto.

A pesar de que la intuición juega un papel importante en la toma de decisiones, los empresarios de éxito además de trabajadores infatigables, son personas con una gran capacidad de análisis y planificación.

- Los empresarios **nacen**, no se hacen.

Aunque las personas nacen con una dotación natural de cualidades y habilidades emprendedoras, se puede aprender a ser empresario, es decir desarrollar las capacidades necesarias para tener éxito emprendiendo.

- Todos cumplen el mismo **prototipo**.

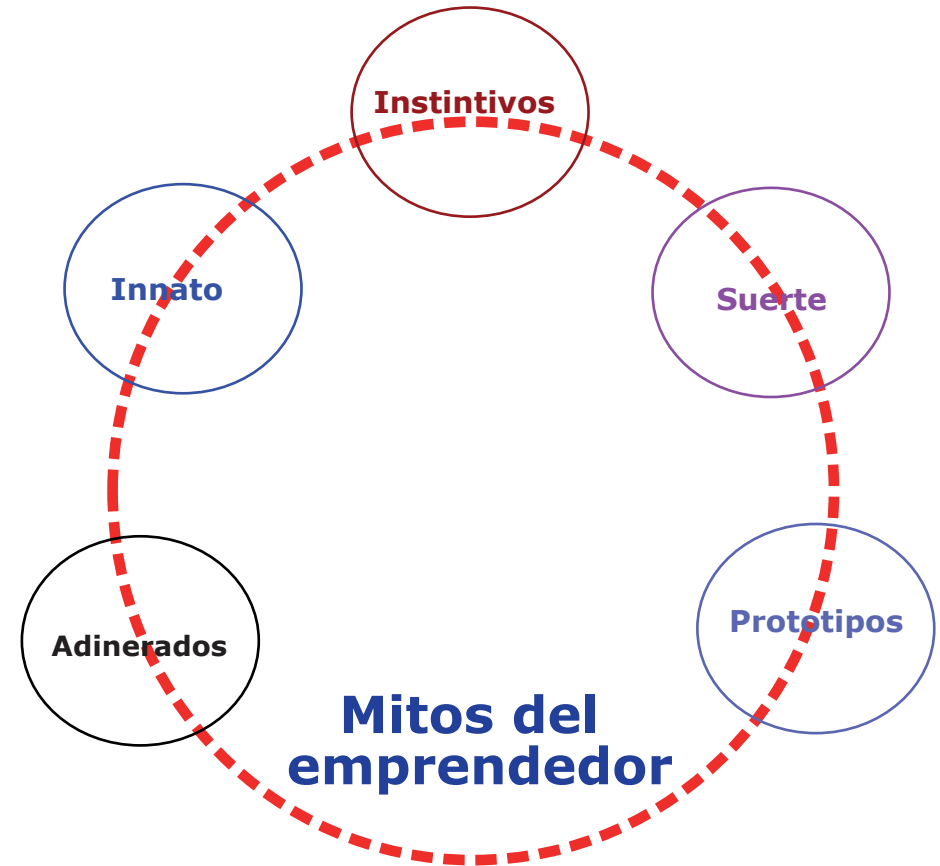
Existen ciertas características que definen el comportamiento empresarial como la capacidad de asumir riesgos y una atracción por la independencia y la realización personal. Sin embargo, los perfiles de empresarios son ilimitados, dependiendo de sus características personales.

- Para ser empresario **sólo hace falta tener dinero**.

Las personas con capacidad de trabajo y buenas ideas, encuentran financiación para su proyectos, mientras que existen muchas personas que han perdido todo su capital por su falta de capacidad de trabajo o su nula visión empresarial.

- Para tener éxito empresarial hay que **tener mucha suerte**.

Aunque es cierto que en determinados momentos las circunstancias pueden ser decisivas, por lo general, la probabilidad de éxito depende más de una buena planificación y de un trabajo duro.



La buena suerte es trabajo, constancia, sacrificio, toma de decisiones, riesgo...
Por lo general, a medio plazo, la vida es justa con quien se esfuerza...

¡Contabilizamos! →

PLAN GENERAL
CONTABLE



TIPOS DE CUENTAS



PARTIDA DOBLE



LIBROS CONTABLES



BALANCE
COMPROBACIÓN



RAZONAMIENTO
CONTABLE

TEMA 2

Método contable

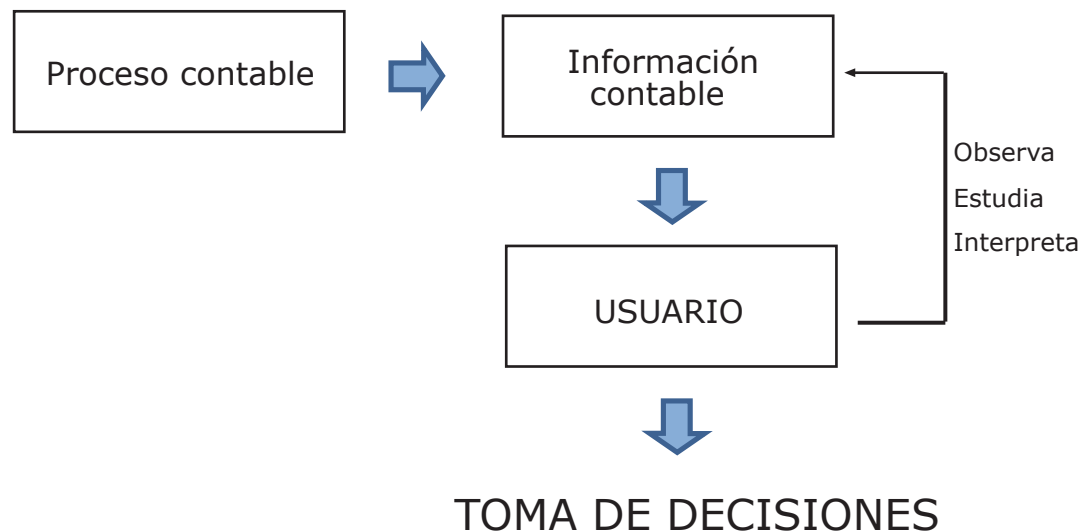
1. La contabilidad

Para tomar decisiones se debe disponer de la información adecuada, la información contable es el conjunto de instrumentos informativos que se utilizan para facilitar la toma de decisiones.

El **análisis de la información contable** sigue las siguientes etapas:

- Observación (empresa, sector...)
- Estudio y análisis de la información.
- Interpretación de la información y obtención de conclusiones.
- Toma de decisiones

La **contabilidad** proporciona información útil en la toma de decisiones económicas.



Historia de la contabilidad

6.000 A. de C. Sumerios

La escritura, los números, el concepto de propiedad, las monedas y se han encontrado registros de ingresos y gastos.

1.800 A. de C. Mesopotamia.

Código Hammurabi, que contenía leyes de comercio.

350 A. de C. Grecia.

Libros oficiales de contabilidad: el diario y el libro de cuentas de clientes.

1.494 Italia

"Summa de Arithmetica" de Fray Luca Pacioli, principios fundamentales de la contabilidad por partida doble.

2. Plan general de contabilidad (PGC)

Si cada empresa tuviera su propio “idioma económico” y criterios de contabilización, la información no sería clara para la administración ni para otras empresas. Es necesario una **armonización y normalización contables**, de forma que se establezcan y respeten unas normas generales de contabilización para todas las empresas de un país.

Actualmente está vigente el **Plan General Contable de 2008**, un “diccionario de términos” de obligado cumplimiento para los contables, que establece:

- El **objetivo** de mostrar la **imagen fiel** del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la empresa.
- El **método** para llevar a cabo el objetivo (requisitos de la información, principios contables, definiciones y criterios de registro y valoración)

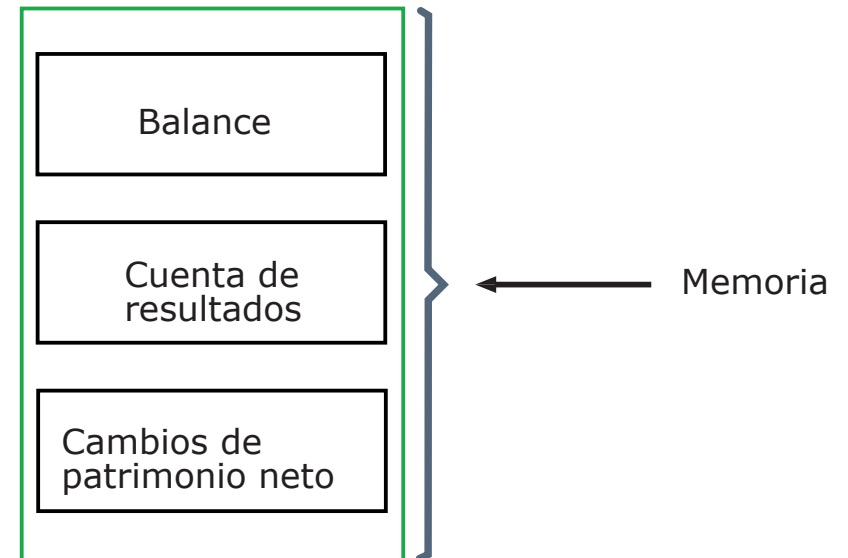
Plan General Contable (PGC): marco legal contable obligatorio para la empresa.

Las cuentas anuales

El Plan establece las normas para elaborar las cuentas anuales y sus modelos oficiales. Las cuentas anuales que debe elaborar el empresario al cierre del ejercicio son:

- Balance** (representa el patrimonio de la empresa en un momento determinado, permite evaluar la situación patrimonial y financiera).
- Cuenta de pérdidas y ganancias** (refleja la obtención del resultado económico, mide la capacidad de generación de fondos).
- Estado de cambios del patrimonio neto** (informa de las variaciones producidas en el patrimonio, con el fin de evaluar si su crecimiento es equilibrado).
- Memoria** (complementa, amplía y detalla la información contenida en las restantes cuentas anuales)

Las grandes empresas han de elaborar el Estado de flujos de efectivo, movimientos y saldos de tesorería, que diferencia entre explotación, inversiones y financiación.



3. El método contable

Los acontecimientos que afectan directamente al patrimonio empresarial se denominan hechos contables. Para analizar y representar estos hechos contables utilizamos el método contable.

La cuenta

Los elementos patrimoniales de la empresa se representan esquemáticamente mediante cuentas.

La parte izquierda de la cuenta se denomina **Debe** y a la derecha **Haber**.



Método contable: conjunto de procedimientos para analizar y representar los hechos económicos.

Hecho contable: acontecimiento económico que afecta al patrimonio empresarial

Cuenta: representación esquemática (en forma de T) del valor de las variaciones de un elemento patrimonial.

El debe y el haber

Estos términos no indican que tengamos o debamos algo. Simplemente se utilizan para nombrar ambos lados de una cuenta, como podría utilizarse izquierda y derecha o cara y cruz.

Abrir una cuenta: prepararla para su uso.

Cargar una cuenta: anotar una cantidad en el debe.

Abonar una cuenta: anotar una cantidad en el haber.

4. Tipos de cuentas

En función de la naturaleza de los elementos patrimoniales que representen, distinguimos cuentas de **activo**, **de pasivo y de neto**.

Cuentas de activo

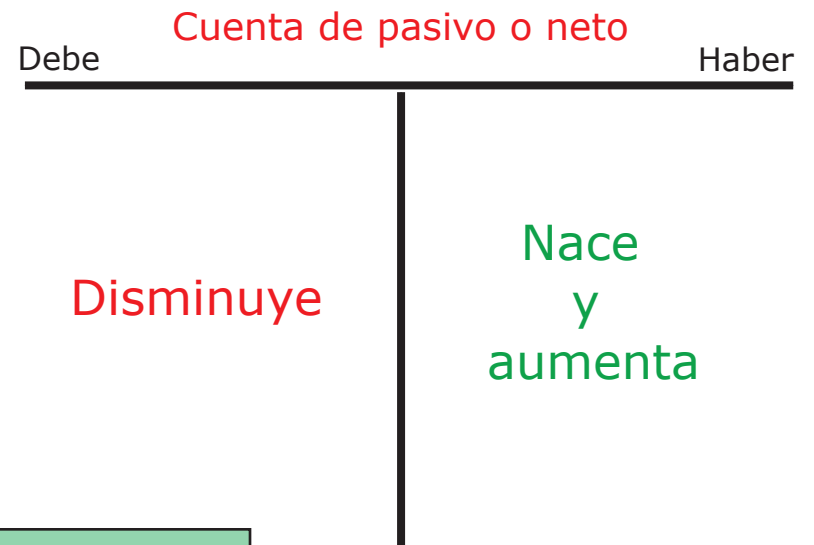
El activo representa la aplicación de los fondos de la empresa, qué bienes y derechos ha adquirido. Las cuentas de activo nacen y aumentan por del debe, disminuyen por el haber

Activo: elementos patrimoniales que representan los bienes y derechos de la empresa.

Cuentas de pasivo y neto

El pasivo y el neto representan el origen de los fondos, de dónde procede el dinero. Las cuentas de pasivo y neto nacen y aumentan por del haber, disminuyen por el debe.

Pasivo y neto: elementos patrimoniales que representan las fuentes de financiación de la empresa.



Convenio de cargo y abono

Esta operativa es utilizada por la mayor parte de los países del mundo.

Ejemplo práctico de registro contable

Cuenta caja

- Al crear la empresa se depositan 4.000 € en la caja de la misma.
- Compra un televisor de 600 €.
- Venta de mercaderías por valor de 3.000 €.
- Pago a proveedores 1.000 €.

Debe	Caja	Haber
4.000		600
		1.000
3.000		

Cuenta proveedores

- Deuda con los proveedores de 2.000 euros por una compra de mercaderías.
- Pago a proveedores 1.000 euros.
- Compra de nuevo a crédito con proveedores 3.000 €.
- Pago 4.000 € a los proveedores.

Debe	Proveedores	Haber
		2.000
		3.000
1.000		
4.000		

Cuenta capital social

- Creación de la empresa con un capital social de 10.000 €.
- Los socios aportan 2.000 € más de capital social.
- Las pérdidas del primer año reducen el capital social en 1.000 €.

Debe	Capital social	Haber
		10.000
		2.000
1.000		

5. El saldo de una cuenta

El resultado de sumar las cantidades anotadas en el columna del debe se denomina suma deudora, mientras el resultado de sumar las cantidades anotadas en el haber es la suma acreedora.

Saldo: diferencia entre las sumas deudoras y las acreedoras.

Una cuenta puede presentar tres tipos de saldo:

- **Saldo deudor:** la suma del debe es mayor que la suma del haber
- **Saldo acreedor:** la suma del haber es mayor que la suma del debe.
- **Saldo cero:** la suma del debe es idéntica a la suma del haber.

Caja	
Debe	Haber
4.000	600
3.000	1.000
Sumas deudoras	Sumas acreedoras
7.000	1.600
$7.000 - 1.600 = 5.400$	
Saldo deudor	

Capital social	
Debe	Haber
1.000	10.000
	2.000
Sumas deudoras	Sumas acreedoras
1.000	12.000
$1.000 - 12.000 = -11.000$	
Saldo acreedor	

Proveedores	
Debe	Haber
1.000	2.000
4.000	3.000
Sumas deudoras	Sumas deudoras
5.000	5.000
$5.000 - 5.000 = 0$	
Saldo cero	

6. La partida doble

Por convenio generalizado, la ecuación fundamental del patrimonio se escribe de la siguiente forma:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Neto}$$

El objetivo es mostrar que en todo hecho contable se da un origen y un destino. Siempre intervienen dos elementos patrimoniales, de forma que una anotación en el debe de una cuenta, se corresponde con la anotación en el haber de otra.

Debe	Elementos de transporte	Haber
	12.000	

Debe	Deudas con el banco a l/p	Haber
		12.000

Si adquiero una furgoneta nueva para la empresa (**nace un elemento de activo**), tiene que existir una contrapartida, tanto si contraigo una deuda (**nace un elemento de pasivo**), como si pago al contado (**disminuye un elemento de activo**).

Adquisición de una furgoneta, mediante financiación bancaria a 4 años

Debe	Elementos de transporte	Haber
	12.000	

Debe	Caja	Haber
		12.000

Adquisición de una furgoneta, mediante pago al contado

Fundamentos de la partida doble:

En cualquier hecho contable hay como mínimo dos elementos afectados.

Las variaciones de los elementos afectados se contrarrestan entre sí, de forma que se sigue cumpliendo la ecuación fundamental del patrimonio .

7. Los libros contables

El registro de la información contable se produce en los libros contables. Podemos distinguir entre:

Libros contables principales

- Libro Diario
- Libro Mayor
- Libro de inventarios y cuentas anuales.

El **libro contable** es un medio material en el que se registran los hechos que afectan a la contabilidad de la empresa.

Libros contables auxiliares

- Libro de caja,
- Libro de bancos.
- Libro de cuentas corrientes con clientes y proveedores.
- Libro de efectos a pagar.
- Libro de efectos a cobrar.

Libros obligatorios según la legislación mercantil:

- Libro Diario
- Libro de actas (en sociedades)
- Libro de inventarios y cuentas anuales.
- Registro de socios
- Libro registro

8. El libro diario

Tiene como objetivo el registro diario de todas las operaciones de la empresa. Las operaciones se recogen mediante asientos contables, que muestran la evolución temporal de los hechos contables que afectan a la empresa.

El libro diario permite registrar las operaciones con una anotación conjunta, para periodos no superiores a un mes.

Debe _____ Fecha _____ Haber _____

€ (nº cuenta) Nombre cuenta a (nº cuenta) Nombre cuenta €

Esquema de libro diario

Debe		01.01.2010		Haber	
12.000	(228) Elementos de transporte	a	(570)	Caja	12.000

Ejemplo de libro diario

Adquirimos una furgoneta por 12.000 euros.
Pagamos al contado la compra.

12.000	(228) Elementos de transporte	(570)	Caja	12.000
--------	-------------------------------	-------	------	--------

Modelo simplificado

9. El libro mayor

Las anotaciones del libro diario se trasladan inmediatamente a otro libro, que recoge en cada hoja un elemento patrimonial. Las cuentas tienen forma de T, y son en las que nos hemos basado para explicar los conceptos de cargo y abono.

Adquisición de una furgoneta por 12.000 €, mediante pago al contado

LIBRO DIARIO

12.000	(228) Elementos de transporte	(570) Caja	12.000

LIBRO MAYOR

Debe	Elementos de transporte	Haber
	12.000	

Debe	Caja	Haber
		12.000

10. El razonamiento contable

Para registrar correctamente los hechos contables, es recomendable seguir lo siguientes pasos:

Elementos patrimoniales afectados

¿Qué elementos patrimoniales intervienen?

Masas a las que pertenecen

¿A qué masas pertenecen estos elementos?

Variaciones de las masas

¿Han aumentado o disminuido?

Anotación en cuenta según convenio

¿Se anotan en el debe o en el haber de la cuenta?

Cuantía de la variación

¿Cuánto ha variado cada elemento?

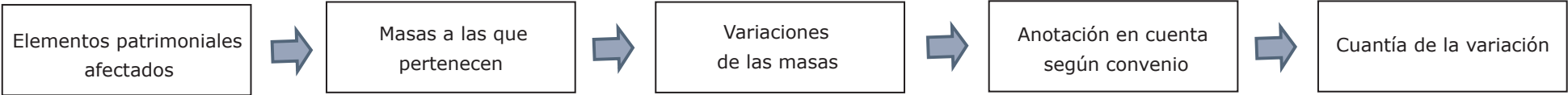
Elementos patrimoniales afectados	Masas a las que pertenecen	Variaciones de las masas	Anotación en cuenta	Cuantía de la variación

Elementos patrimoniales afectados	Masas a las que pertenecen	Variaciones de las masas	Anotación en cuenta	Cuantía de la variación
Elementos de transporte	Activo	- A	Haber	12.000
Caja	Activo	+ A	Debe	12.000

¿Qué elementos patrimoniales intervienen?

¿Se anotan en el debe o el haber de la cuenta?

¿Cuánto ha variado cada elemento?



¿A qué masas pertenecen estos elementos?

¿Han aumentado o disminuido?

11. El balance de comprobación de sumas y saldos

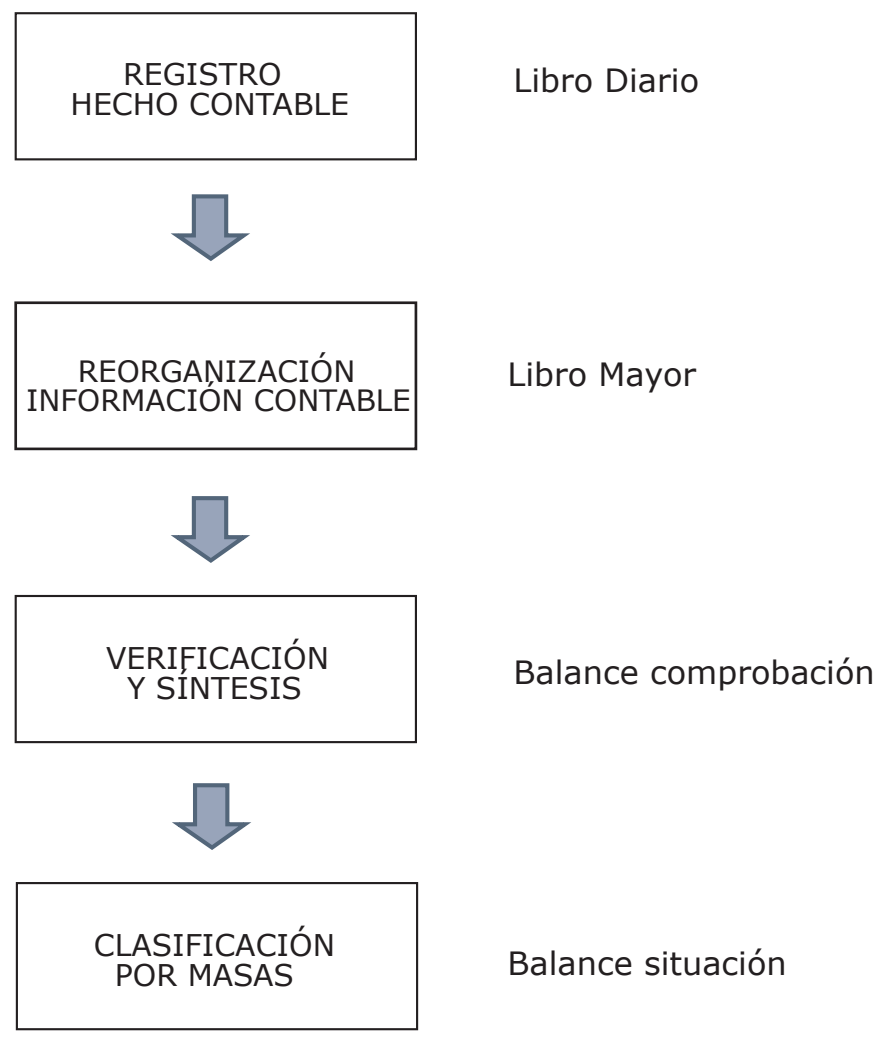
A medida que vamos realizando los asientos en el libro diario, debemos ir realizando las anotaciones correspondientes en el mayor.

Según el principio de partida doble, a una anotación en el debe se le corresponde una anotación de la misma cuantía en el haber, por lo que la sumas deudoras han de coincidir con las sumas acreedoras.

El balance de comprobación es una **síntesis del libro mayor**, que se utilizaba para comprobar que no había errores en el registro (cuando manualmente se pasaban los asientos al mayor), y ahora (con el paso informatizado del diario al mayor) tiene una **función informativa** de la marcha de la empresa.

El balance de comprobación recoge la situación en la que se encuentran las sumas deudoras y acreedoras, y los saldos deudores y acreedores

Elaboración automática
con programas informáticos
de contabilidad



Ejemplo de práctica contable

- 1- Creación de la empresa con depósito en cuenta corriente del banco de 16.000.
- 2- Compra de un ordenador al contado por 2.000 €
- 3- Traspaso de 4.000 euros del banco a la caja de la empresa.

LIBRO DIARIO

16.000	(572) Banco, c/c	(100)	Capital social	16.000
2.000	(227) Equipos para procesos de información	(572)	Banco, c/c	2.000
4.000	(570) Caja	(572)	Banco, c/c	4.000

Cuenta	Sumas		Saldos	
	Debe	Haber	Deudor	Acreedor
(100) Capital social		16.000		16.000
(572) Bancos, c/c	16.000	6.000	10.000	
(227) Equipos para procesos de inf.	2.000		2.000	
(570) Caja	4.000		4.000	
Total	22.000	22.000	16.000	16.000



LIBRO MAYOR

Debe	Banco	Haber	Debe	Caja	Haber	Debe	Equipo para procesos de información	Haber	Debe	Capital social	Haber
16.000		2.000	4.000			2.000					16.000
		4.000									
	10.000			4.000			2.000			- 16.000	
	Saldo deudor			Saldo deudor			Saldo deudor			Saldo acreedor	

¡Valoramos!



PATRIMONIO



BALANCE



ACTIVO



PASIVO



NETO



CAPITALES
PERMANENTES

TEMA 3

Patrimonio empresarial

1. El patrimonio

Las empresas poseen una estructura de **elementos físicos**: local, maquinaria, equipos informáticos, materias primas, dinero en efectivo...y en su actividad generan **derechos** (cobrar las ventas a los clientes...) y **obligaciones** (pagar a los proveedores...).

Los bienes y derechos constituyen el **activo** del patrimonio, mientras que las obligaciones son el **pasivo**.

El **patrimonio neto** informa del valor contable de la riqueza de la empresa, es el valor de liquidación del patrimonio empresarial que resultaría si se hicieran efectivos los bienes y derechos del activo y se liquidarían las deudas del pasivo.

El conjunto de bienes, derechos y obligaciones es el **patrimonio** empresarial.

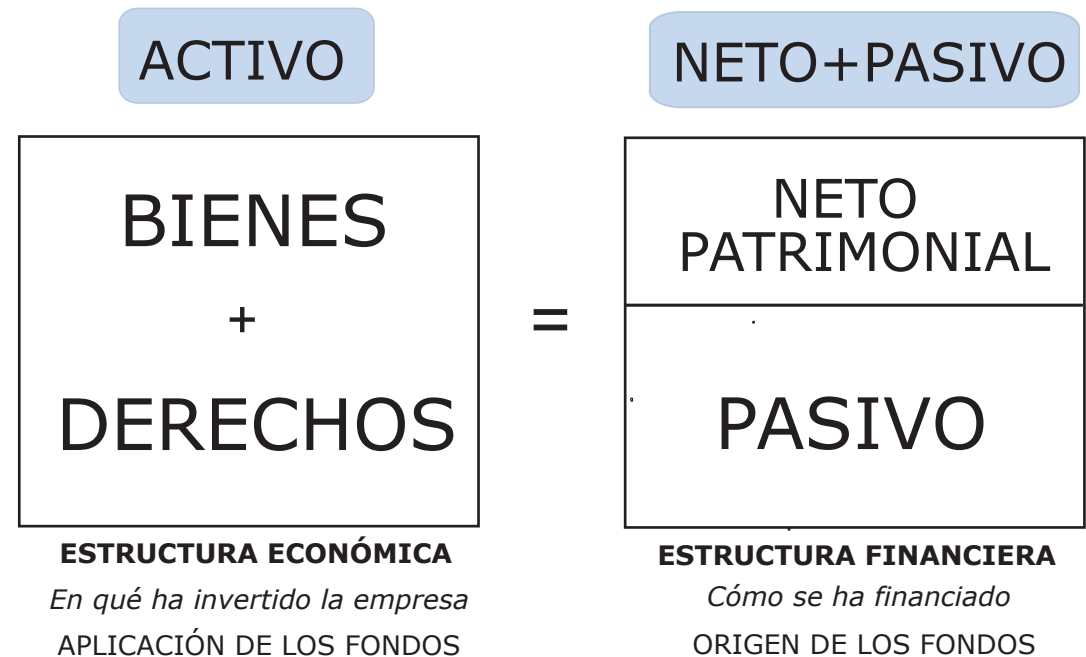
El balance

Refleja el patrimonio de una empresa en un momento determinado, como una foto de los bienes, derechos y obligaciones.

Siempre está en equilibrio, ya que todo lo que se adquiere para producir tiene que haber sido financiado de alguna forma por fondos propios o ajenos.

El activo constituye la **estructura económica**, el lugar en el que se han invertido los fondos de la empresa.

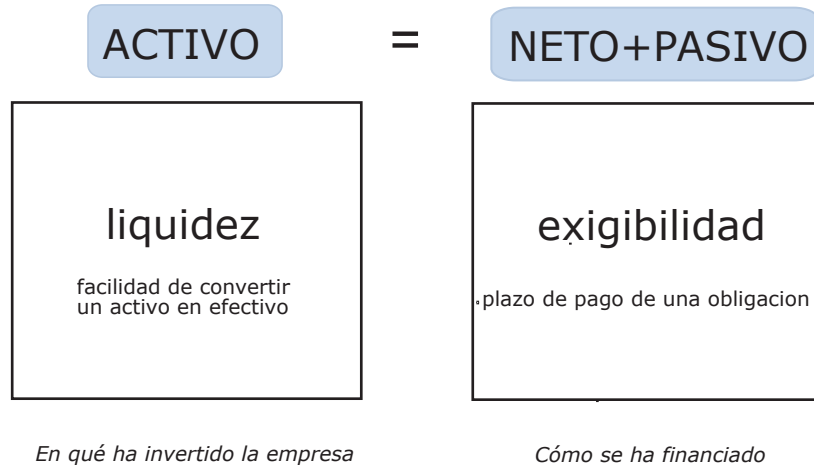
El pasivo y el neto reflejan la **estructura financiera**, el origen de los fondos con los que se ha financiado el activo. El balance muestra el equilibrio entre dos estructuras



Neto = Activo- Pasivo → **Activo = Pasivo + Neto** (Ecuación fundamental del patrimonio)

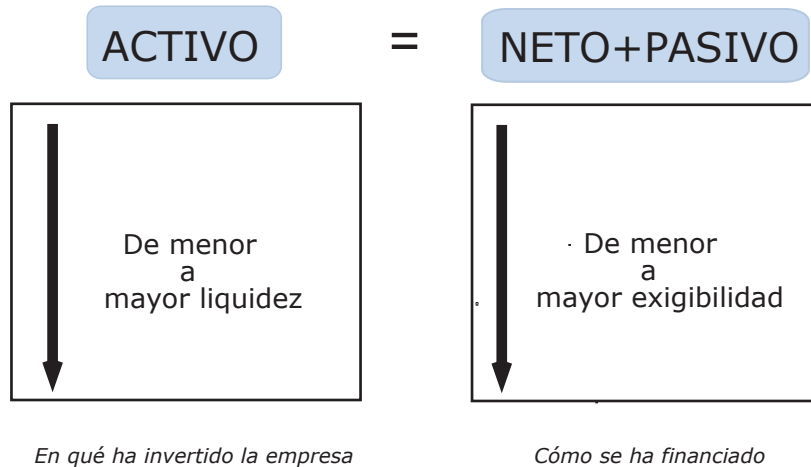
2. Criterios de ordenación del balance

Los activos se ordenan en el balance de menor a mayor liquidez, mientras que las fuentes de financiación de menor a mayor exigibilidad. El dinero en la caja de la empresa es muy líquido, mientras que un terreno rústico puede resultar difícil, lento y caro de convertir en dinero en efectivo. Una deuda a pagar en una semana tiene un grado urgente de exigibilidad, mientras que el dinero aportado por los accionistas no es exigible.



Liquidez: facilidad en que un bien o derecho pueden convertirse en dinero en efectivo.

Exigibilidad: plazo en el que la empresa debe pagar sus deudas



El **modelo anglosajón** ordena de forma inversa: el activo de mayor a menor liquidez y la estructura financiera de mayor a menor exigibilidad.

3. El activo

El **activo** son bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados de los que se espera que la empresa obtenga beneficios económicos en el futuro.

pagar en una semana tiene un grado urgente de exigibilidad, mientras que el dinero aportado por los accionistas no es exigible.

Son **activos reales** los utilizados para producir bienes y servicios y **activos financieros** (o títulos), los derechos de renta generados por estos activos reales.

Para construir el Balance conforme al PGC para PYME, distinguimos **activo no corriente y activo corriente**.

Activo no corriente (inversiones permanentes, estructura sólida o activo fijo).

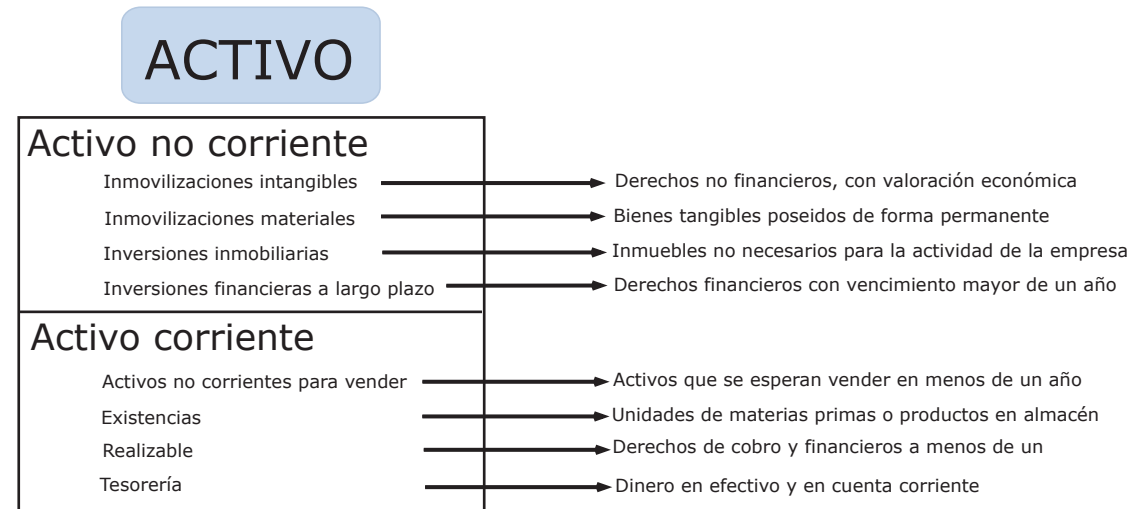
Activos destinados a servir de forma duradera en las actividades de la empresa. Soportan el proceso productivo y no están destinados a ser vendidos, consumidos o realizados en el ciclo normal de explotación (normalmente este ciclo es de un año).

- **Inmovilizado intangible.** Elementos sin apariencia física susceptibles de valoración económica (I +D software,...).

- **Inmovilizado material.** Elementos patrimoniales tangibles, muebles o inmuebles, destinados al desarrollo de la actividad de la explotación (terrenos y construcciones, instalaciones, maquinaria...).

- **Inversiones inmobiliarias.** Inmuebles no necesarios para la actividad de la empresa (terrenos, construcciones...).

- **Inversiones financieras a largo plazo.** Derechos financieros con vencimiento mayor de un año (cobro a clientes, títulos financieros...) e inversiones a largo plazo en otras unidades económicas (acciones de otras empresas, créditos a largo plazo...).



En qué ha invertido la empresa

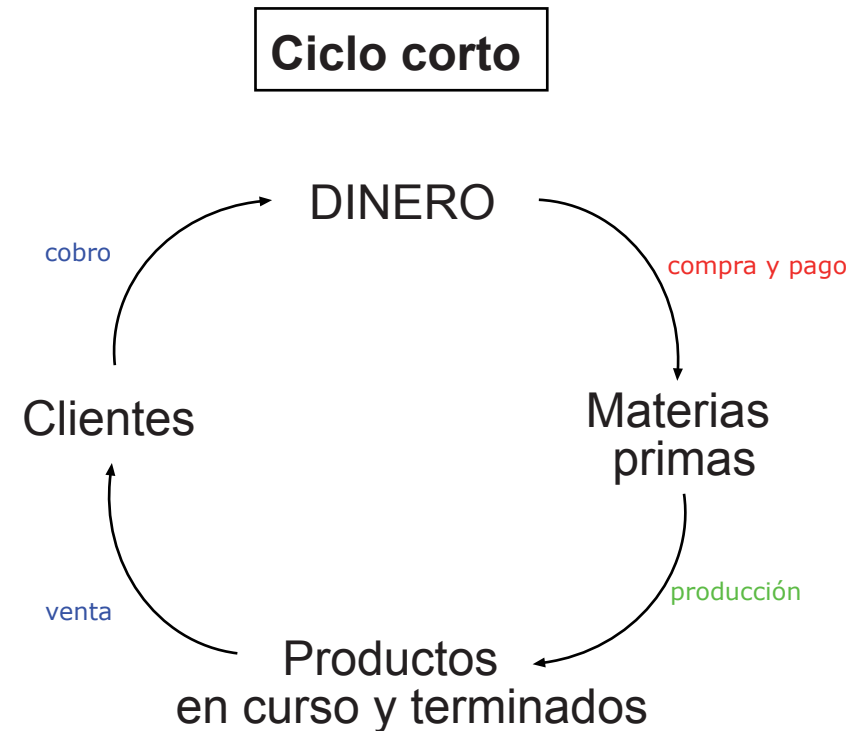
4. Activo corriente

Es el activo de carácter circulante. Activos destinados a ser vendidos, liquidados o consumidos (incorporados al proceso productivo) en el ciclo normal de explotación (menos de un año). Por sus características se transformarán en liquidez en menos de un año.

- **Existencias.** Unidades que posee la empresa en sus almacenes (stocks) para vender con o sin transformación previa y que son propios de su actividad (mercaderías, materias primas, productos en curso, productos terminados...)
- **Realizable.** Derechos de cobro e inversiones financieras con vencimiento menor a un año (clientes, deudores...)
- **Tesorería.** Medios líquidos disponibles o efectivo (caja, bancos, inversiones a corto plazo de gran liquidez...)

El **proceso normal** de una empresa es:

- Invierte dinero en la adquisición de materias primas.
- Las transforma en productos listos para la venta.
- Vende los productos terminados a sus clientes.
- Cobra las ventas a sus clientes.



A menor tiempo ➡ más giros al año ➡ mayor rentabilidad

5. El pasivo y el neto

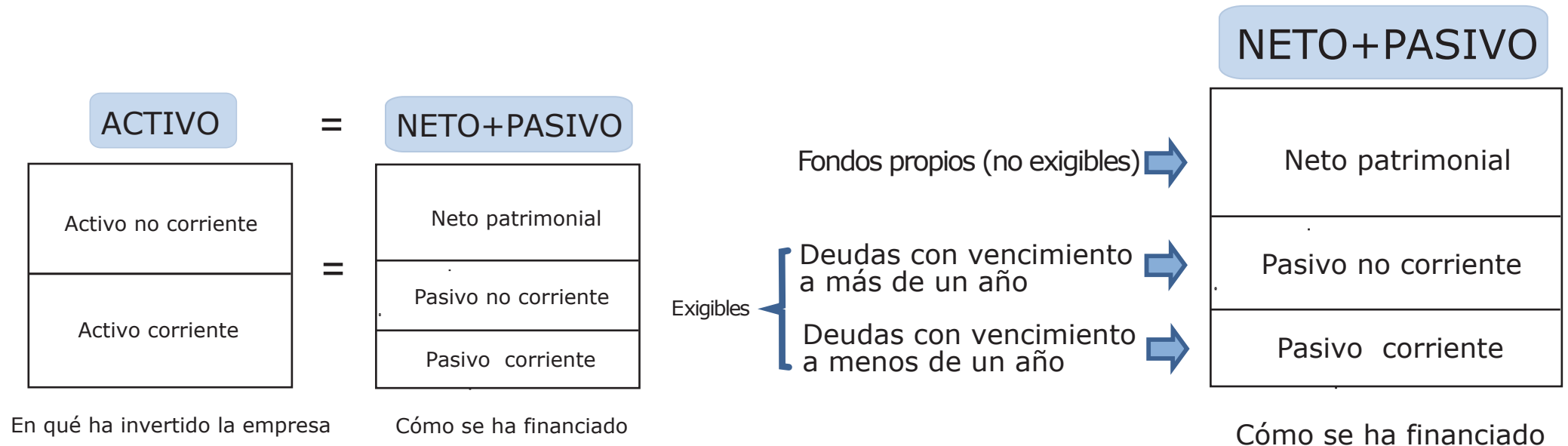
El **pasivo** son las obligaciones actuales surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para cuya extinción la empresa espera desprenderse de recursos que puedan producir beneficios económicos futuros.

El **patrimonio neto** constituye la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos. Incluye aportaciones realizadas por sus socios o propietarios, los resultados acumulados y otras variaciones que le afecten. Según el PGC distinguimos:

1. **El neto** parte financiera no exigible, se compone de Fondos propios (capital social, reservas, resultados del ejercicio) y Subvenciones, donaciones y legados recibidos.
2. **Pasivo no corriente** (exigible a largo plazo) Son deudas con vencimiento a más de un año (préstamos bancarios...).
3. **Pasivo corriente** (exigible a corto plazo) Son deudas con vencimiento a menos de un año (proveedores, préstamos bancarios...).

Los capitales permanentes

El patrimonio neto y el pasivo no corriente constituyen las fuentes de financiación permanentes de la empresa, ya que o bien son no exigibles (patrimonio neto) o su vencimiento es superior al año (pasivo no corriente).



Activo no corriente

Inmovilizaciones intangibles

Concesiones administrativas
Propiedad industrial
Derechos de traspaso
Aplicaciones informáticas

Inmovilizaciones materiales

Terrenos
Construcciones
Maquinaria
Mobiliario
Equipos para procesos información
Elementos de transporte

Inversiones financieras a largo plazo

Inversiones financieras en capital
Participaciones en empresas
Valores de renta fija
Créditos concedidos

Inversiones inmobiliarias

Neto+Pasivo no corriente

Patrimonio neto

Capital
Reservas
Subvenciones en capital
Ingresos y gastos imputados al neto

Pasivo no corriente

Préstamos recibidos a largo plazo
Proveedores de inmovilizado a largo plazo
Obligaciones y bonos

Esquema resumen del balance

Activo corriente

Activos no corrientes mantenidos para la venta

Existencias

Mercaderías
Materias primas
Productos en curso
Productos terminados
Anticipo a proveedores

Realizable

Clientes
Efectos comerciales a cobrar
Clientes de dudoso cobro
Inversiones financieras temporales
Anticipo a proveedores
Créditos concedidos
Deudores

Disponible

Caja
Cuentas corrientes bancarias
Inversiones financieras de alta liquidez

Pasivo corriente

Pasivo corriente

Proveedores
Efectos comerciales a pagar
Acreedores por prestación de servicios
Préstamos recibidos a corto plazo
Proveedores de inmovilizado a corto plazo
Hacienda pública acreedora
Organismos seguridad social acreedores
Anticipos de clientes

Activo

Activo no corriente

Inmovilizaciones intangibles

Inmovilizaciones tangibles

Inversiones financieras a largo plazo

Inversiones inmobiliarias

Activo corriente

Activos no corrientes mantenidos para la venta

Existencias

Realizable

Tesorería

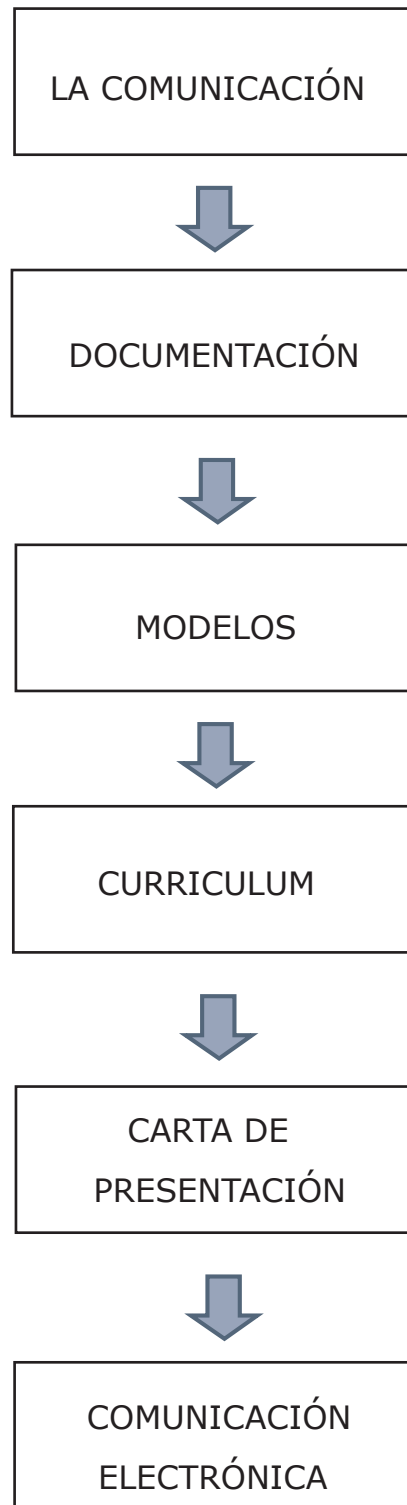
Neto+Pasivo

Patrimonio neto

Pasivo no corriente

Pasivo corriente

¡Ordenamos!



TEMA 4

Secretaría y archivo

1. La comunicación

Los seres humanos nos expresamos mediante la palabra, por lo que es importante, tanto a nivel personal como profesional, dominar la expresión oral y escrita.

En la comunicación, lo más importante es que el receptor entienda el mensaje que queremos transmitir.

Comunicar es transmitir una información a alguien.

La comunicación oral

Para ser eficaces debemos intentar ser:

- Cortés. Saludar, presentarse, despedirse con educación...
- Claro. Evitar expresiones excesivamente técnicas o formales que dificulten al receptor entender correctamente el mensaje.
- Cercano. Intentar utilizar un lenguaje en primera persona que transmita proximidad y sea cómodo para el receptor.
- Breve y preciso. No hablar más de lo necesario e intentar ser franco y concreto.

La comunicación oral



Cortés, clara, cercana, breve y precisa

La mirada , el tono y los gestos

La mirada deber ser sincera y orientada a los ojos del interlocutor. Algunas personas, por timidez, evitan mirar a los ojos. Pero hay que esforzarse en hacerlo (siempre en actitud tranquila, nunca agresiva), ya que de lo contrario podríamos transmitir desconfianza.

El tono de voz y los gestos, deben servir de apoyo a nuestras palabras.

2. La comunicación escrita

En su actividad mercantil la empresa se relaciona con otras empresas, personas o entidades.

La correspondencia comercial transmite la imagen de la empresa, por lo que debe cuidarse su presentación en extremo.

Comunicar es transmitir una información a alguien.

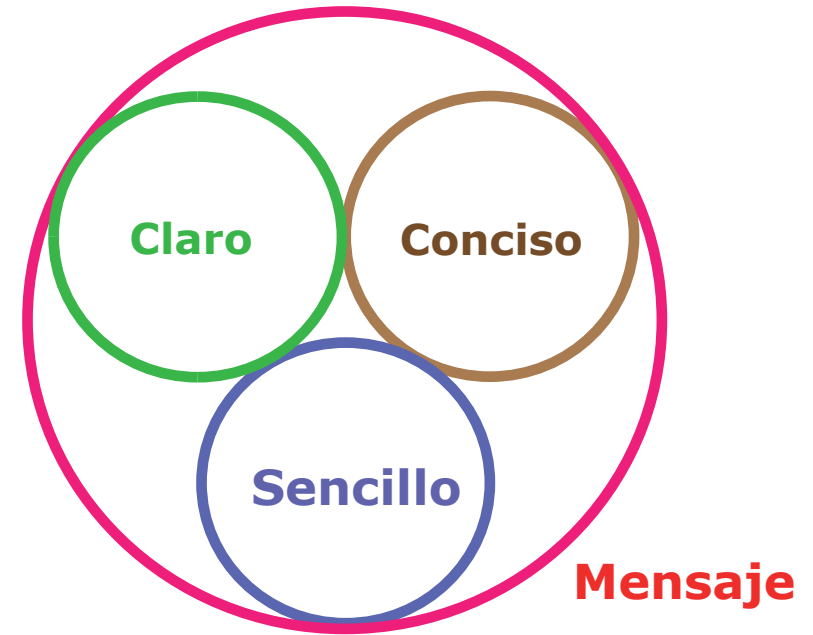
El lenguaje escrito

Los tres principios fundamentales de un mensajes son:

- **Claridad.** No debe ofrecer dudas sobre su significado.
- **Concisión.** Breve y directo, con frases cortas y párrafos breves.
- **Sencillez.** Explicar con precisión pero sin frases enrevesadas,

Además, seleccionar cuidadosamente el lenguaje utilizado:

- No cometer faltas de **ortografía**. Se debe emplear los correctores ortográficos de los procesadores de texto, y en caso de dudas el diccionario de la RAE.
- Utilizar un **lenguaje positivo**. Evitar en la medida de lo posible la utilización de “no”, “nunca”...transmite una imagen negativa.
- Emplear un **vocabulario amplio**, utilizando sinónimos para no repetir los mismos verbos.
- Utilizar **distintos párrafos para distintas ideas**. De esta forma se ordena mejor y la información y se favorece la lectura ágil.
- Evitar expresiones excesivamente técnicas o formales que dificulten al receptor entender correctamente el mensaje.



Las formas anticuadas

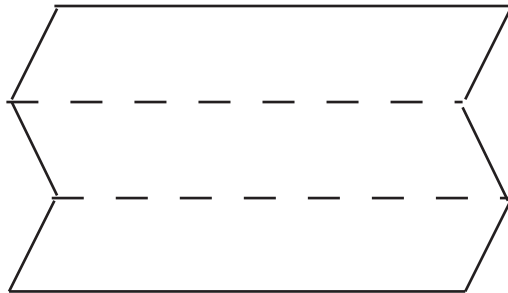
El abuso de formas antiguas de expresión origina pesadez en la lectura. Algunas formas que deben evitarse son:

- Le estaríamos profundamente agradecidos.
- Y para que conste a los efectos oportunos.
- Pongo en su conocimiento.
- Muy señor mío.
- A la mayor brevedad posible...

3. El sobre

INFORMACIÓN DEL REMITENTE	ZONA DE FRANQUEO
DIRECCIÓN DEL DESTINATARIO	
ZONA RESERVADA AL CÓDIGO DE BARRAS	

Correos, establece las dimensiones legales de los sobres.



La carta se suele doblar en tres partes, con el contenido hacia dentro.

RAZÓN SOCIAL o NOMBRE Y APELLIDOS DEL REMITENTE Dirección, C.P. Localidad, Provincia

4. Estructura general de los documentos

Normalmente los datos de la persona que emite el documento. En comunicaciones dirigidas a particulares, suelen figurar también los datos del destinatario



INICIO

Explicación del motivo de la comunicación.



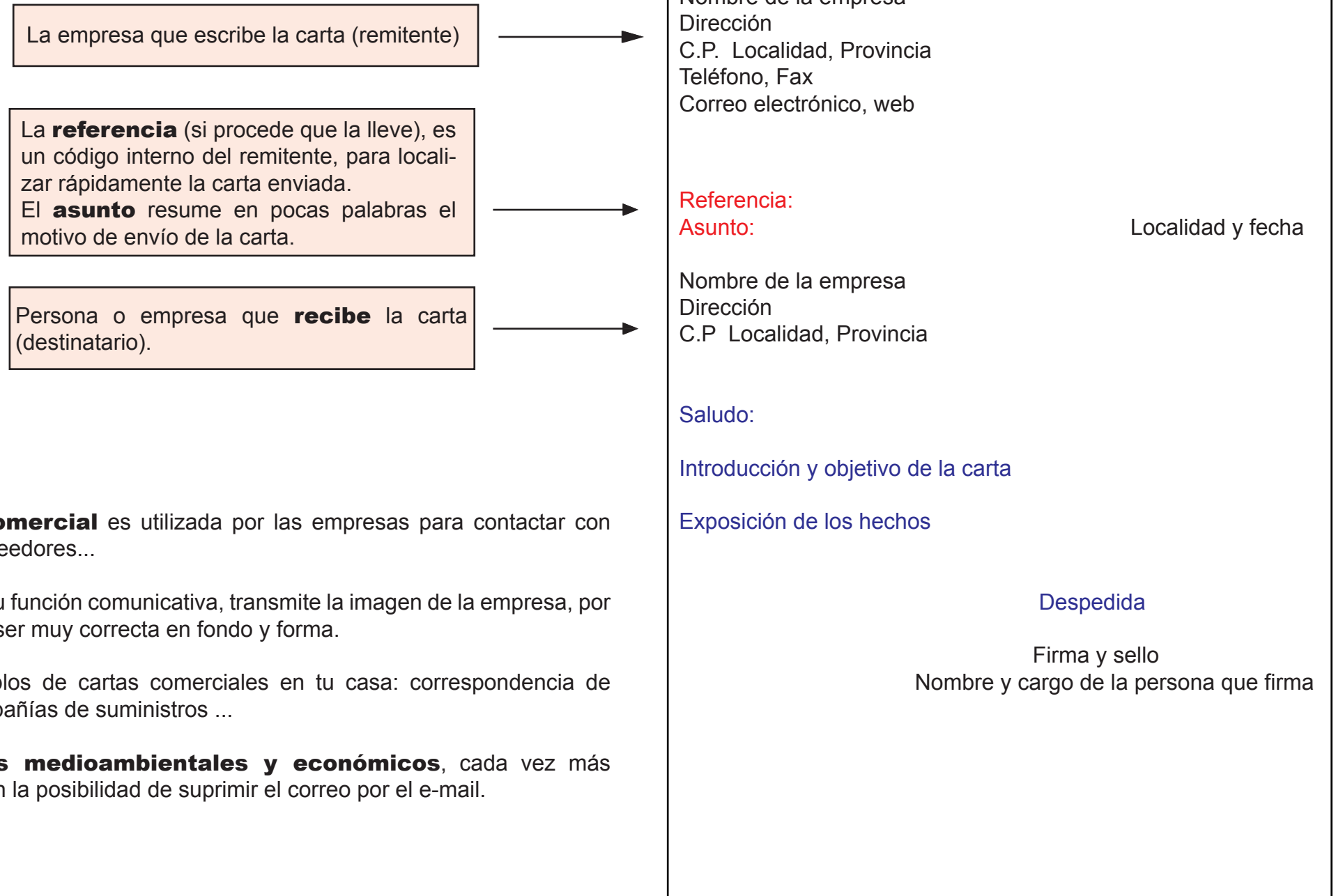
CONTENIDO

Despedida, fecha, localidad, firma. Si el destinatario es un Organismo Público, suele figurar en el final.



FINAL

5. La carta comercial



La **carta comercial** es utilizada por las empresas para contactar con clientes, proveedores...

Además de su función comunicativa, transmite la imagen de la empresa, por lo que ha de ser muy correcta en fondo y forma.

Tienes ejemplos de cartas comerciales en tu casa: correspondencia de bancos, compañías de suministros ...

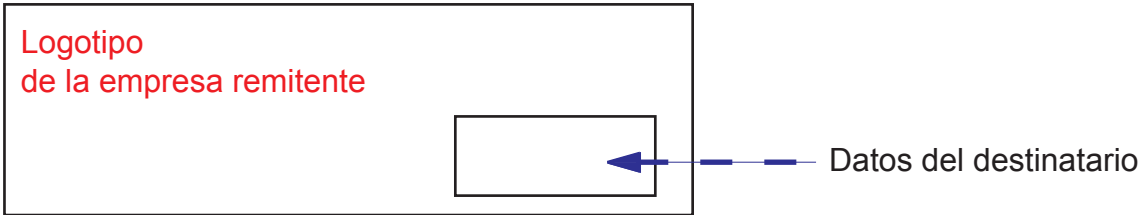
Por **motivos medioambientales y económicos**, cada vez más empresas dan la posibilidad de suprimir el correo por el e-mail.

6. La carta comercial moderna

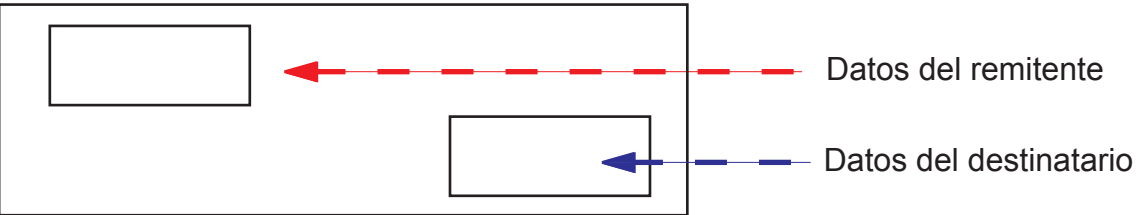
El uso de procesadores de texto y de **sobres con ventanilla** ha ocasionado que el modelo anterior, haya sufrido cambios.

Los datos del destinatario suelen situarse a la derecha, atendiendo a la situación normal en un sobre con ventanilla.

Sobre con ventanilla



Sobre con doble ventanilla



Datos del remitente

Datos del destinatario

Referencia:
Asunto:

Localidad y fecha

Saludo:

Introducción y objetivo de la carta

Exposición de los hechos

Despedida

Firma y sello
Nombre y cargo de la persona que firma

Modelo de carta comercial



Compartiendo Conocimiento S.L.
C/ Manuel Fraga 12
24400 Ponferrada (León)
Tlf. y Fax: 987 00 00 00
info@compartiendo-conocimiento.com

Referencia: 203/2010

Asunto: Pedido cómic Ponferrada a 15 de enero de 2010

Productos financieros S.A
C/ Leman 4
28080

Estimados señores,

En respuesta a su orden de pedido les comunicamos que el cómic
"Bolsa en 1/2 hora" se encuentra agotado en estos momentos.

Tenemos previsto reeditarlo en los próximos meses, por lo que les
avisaremos cuando esté disponible.

Les recordamos que pueden descargarlo desde nuestra web, para
su lectura en ordenadores y dispositivos portátiles.

Atentamente les saluda,

Cristina Fernández
Directora del departamento comercial

Saludos frecuentes:

Estimado Sr,
Apreciable,

Introducciones frecuentes:

En respuesta a su carta,
El objeto de la presente es para informarle,
Acabamos de recibir su factura (pedido)
Como cliente de nuestra compañía...

Despedidas frecuentes:

Reciba un cordial saludo,
Agradeciéndole su atención
En espera de sus noticias
Sin otro particular por el momento,
Atentamente le saluda...

7. Las actas

Las **actas** reflejan el desarrollo de una reunión:

- Puntos tratados.
- Acuerdos tomados.

El secretario es el encargado de la redacción y firma del acta

La redacción de los comentarios ha de ser objetiva

Es importante concretar qué se va a hacer, quién lo va a hacer y cuándo.

Título del acta:

Fecha y hora
Secretario
Objetivo
Participantes

Temas

Comentarios

Decisiones

Responsables

Plazos

Firma del secretario

Nombre del secretario

Modelo de acta

ACTA DE REUNIÓN ORDINARIA DEL DEPARTAMENTO CREATIVO

Fecha y hora: 1 de mayo de 2010 (18:00-19:00)

Secretario: Juan López

Objetivo: creación banner de “Bolsa en 1/2 hora” y rediseño de la tienda virtual.

Participantes: Raquel Rodríguez (publicista), Jose Sander (autor), Carlos Calvo (autor) Santiago Gómez (informático) y Juan López (administrativo)

Próxima reunión: 11 de mayo de 2010

Temas	Comentarios	Próximos pasos	Responsables	Plazos
1– Diseño del banner	- Carlos muestra su descontento con las escenas del banner de “Economía”.	- Seleccionar los contenidos del banner y diseñar 2 banner.	Raquel y Carlos	04/05/2010
	- Raquel propone seleccionar escenas con colores más vivos.	- Mostrar a alumnos los dos banner para seleccionar uno.	Jose	08/05/2010
2– Rediseño de la tienda	- Santiago solicita ideas para el diseño de la tienda. - Jose ve el diseño actual muy cargado de imágenes.	- Realizar una prueba de usabilidad con personas de edad avanzada.	Santiago	10/05/2010

Fdo: El Secretario


Juan Lopez

Utilizamos los nombre propios por ser un acta interna y de un grupo muy conocido.

En actas más formales, utilizaríamos el apellido o las iniciales.

Se pueden utilizar tablas o texto corrido, pero siempre intentando que la información se pueda localizar con rapidez.

En ocasiones también firma el Presidente, o da su visto bueno (Vº Bº)

8. La carta de empleo

La carta de empleo es utilizada por empresas y particulares:

- Empresas, para aceptar o rechazar candidaturas.
- Particulares, para contestar a una oferta de empleo o proponerse (autocandidatura).

La carta de presentación

La carta de empleo enviada por particulares a una empresa se denomina carta de presentación.

Cuando es **autocandidatura** se suelen emplear frases como: “Les envío mi currículum ya que siempre he tenido interés en trabajar en una empresa como la suya...”

Si se **responde a un anuncio**, se utilizan expresiones del tipo: “En respuesta a su anuncio ..”

La necesidad de la carta de presentación

Normalmente acompaña al currículum, y para muchas empresas es indispensable. Enviar un currículum sin carta de presentación es **como ir vestido a una entrevista con un traje impecable, pero con los zapatos sucios.**

Datos del remitente

Datos del destinatario

Localidad y fecha

Estimados señores,

Les envío esta carta junto a con mi curriculum como respuesta a su anuncio publicado el pasado 10 de julio.

Creo que mi perfil profesional puede ser muy útil para su nueva expansión comercial en el sector, ya que he desempeñado durante 5 años las labores del cargo que necesitan.

Un cordial saludo

Firma

Nombre

Argumentos persuasivos que motiven la lectura del currículum

9. El currículum vitae

Los aspirantes a ocupar un puesto de trabajo en una empresa envían su historial de méritos profesionales y académicos.

En Microsoft Word, dispones de muchas plantillas:

Archivo → Nuevo → Currículos

E-mail correcto, y con referencia al nombre y apellidos. No usar nombres familiares o mote.

Los más actuales, elevados y relevantes. No explicar el historial completo (guardería, infancia...)

Foto tipo estudio, que no se vean fondos inadecuados u otras personas

Reflejar lo mejor de ti

El currículum vitae (=“carrera de la vida”) es un escaparate, debe mostrar tu formación, experiencia y habilidades.

CURRICULUM VITAE

Datos personales

Nombre y apellidos
Edad
DNI
Domicilio
Tlfn
E-mail

Datos académicos:

Datos profesionales

Otros datos:

Foto actual

Cinco principios básicos para un buen CV (resumido de Europass)

1- Concéntrese en lo esencial

Debe ser breve: en la mayoría de los casos, basta con una o dos páginas. No sobrepase nunca las tres páginas.

Si la experiencia profesional es aún limitada, describa primero su formación y mencione en particular sus periodos de prácticas.

2- Sea claro y conciso

Utilice frases cortas. Concéntrese en los elementos relevantes de su formación y de su experiencia profesional.

Justifique las interrupciones en sus estudios o en su carrera profesional.

3- Adapte su CV al puesto de trabajo que solicita

Compruebe que se corresponde con el perfil requerido.

No incluya experiencias laborales o formativas que sean irrelevantes para la solicitud de empleo.

Ponga de relieve sus ventajas particulares para responder a las necesidades específicas del potencial empleador.

No infle artificialmente su CV; correría el riesgo de caer en descrédito .

4 Cuide la presentación de su CV

Presente sus capacidades y competencias de una manera clara y lógica, que resalte el valor de su candidatura.

Preste atención a detalles como la ortografía y la acentuación.

Imprima su CV sobre papel blanco.

Respete el tipo de letra y la maquetación propuestos en el modelo.

5- Revise su CV una vez completado

Corrija la ortografía, y asegúrese de que la estructura es clara y lógica.

Pida a alguien que revise su CV para asegurarse de que su contenido resulta claro y fácil de entender.

Europass es un dossier de documentos elaborado por la Unión Europea, con el fin de facilitar el movimiento de personas por todo el territorio.

Uno de los documentos más importantes es el modelo europeo de currículum.

En el Ministerio de Educación, Política Social y Deportes, puedes descargar los **modelos europeos** de currículum y ejemplos cumplimentados.

<http://www.mepsyd.es/europass/>

10. Saluda

Comunicado de saludo muy formalizado, que emplean personas con cargos de responsabilidad en empresas o instituciones.

Puede ser un Saluda impersonal, para lo que se puede utilizar: **Le Saluda**

Aprovecha la ocasión para mostrarle su consideración más distinguida

Cargo del remitente

Saluda

Nombre del destinatario y motivo de la comunicación

Nombre del remitente

Despedida con frase de cortesía

Localidad y fecha

11. Instancia

Es una solicitud dirigida a una autoridad pública. Es importante conocerla, ya que es el modelo básico de comunicación con la administración pública.

Muchas administraciones tienen modelos propios, que incluso en algunos casos, se pueden rellenar con procesador de textos.

Debe concretarse con claridad lo que exponemos y lo que solicitamos

D. _____ DNI/NIF _____

Con domicilio en _____ Calle _____

Tlfn _____ e-mail _____

EXPONE:

SOLICITA:

Documentos aportados:

1-

2-

3-

Localidad y fecha

Firma

SR. CARGO DE LA PERSONA DESTINATARIA LOCALIDAD

En el caso de que se adjunten documentos a la solicitud.

Ya no es necesario el tratamiento honorífico para presentar una instancia. Se utiliza Sr. o Sra., seguido de la denominación del cargo

12. Certificado

Es una comunicación que da fe de la veracidad de un hecho.

En general se escribe en tercera persona

En muchos organismos, el que certifica es el Secretario

Una autoridad superior suele supervisar algunos certificados

Membrete de la empresa u organismo

Nombre, apellido y cargo de la persona que certifica

CERTIFICA: _____

Y para que conste,

Localidad

Sello Firma

Fecha

VºBº
(de la autoridad superior al que firma)

Documentos aportados:

13. Declaración jurada y oficio

La **declaración jurada** es un **autocertificado** de un particular a la Administración.

El **oficio** es una comunicación entre **Organismos Públicos.**

Declaración jurada

Nombre, apellidos, DNI, dirección, localidad y provincia.

DECLARA que _____

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo la presente.

Localidad y fecha

Firma

Membrete del Organismo emisor

Ref
Asunto

(Explicación)

Localidad y fecha

Cargo que firma

Firma

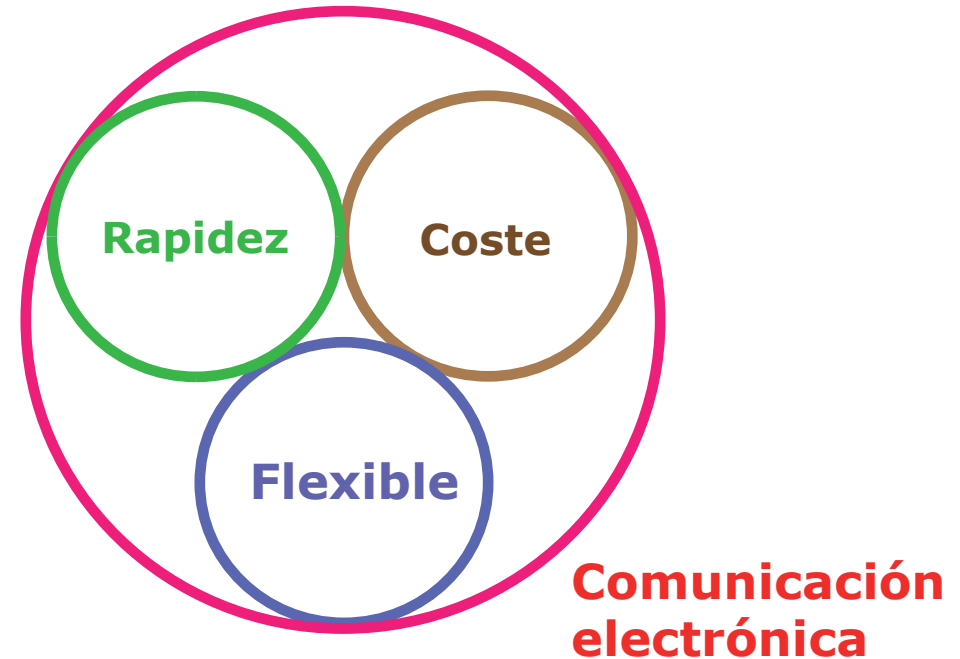
Cargo de la persona a la que se dirige

14. La comunicación electrónica

La comunicación con tecnologías de la información cada vez está más implantando en las empresas.

En los últimos años se ha generalizado el empleo del correo electrónico, la telefonía por IP y el uso de mensajería instantánea.

Rapidez, coste y flexibilidad han motivado el uso generalizado de la comunicación electrónica. Hacer esquema en illustrator.



Ventajas de la comunicación electrónica

- Rapidez. Prácticamente instantáneo.
- Coste. Prácticamente nulo.
- Flexible. Permite añadir archivos, enviar ar múltiples usuarios...

Teléfono por IP

Transmisión de la señal de voz por internet mediante un protocolo (IP=internet Protocol)

La señal de voz viaja en forma digital en paquetes en lugar de enviarla (en forma digital o analógica) a través del circuitos utilizables sólo para telefonía como una compañía telefónica convencional o PSTN (sigla de Public Switched Telephone Network, Red Telefónica Pública Conmutada).

15. Estructura del correo electrónico

“**Con copia**”, persona a la que se envía una copia del correo.

“**Con copia oculta**”, los destinatarios principales no verán a quién se les envía esta copia.

Descriptivo, claro, conciso y específico

El nombre del fichero debe describir su contenido con claridad

Regla DASP:

Directo
Activo
Simple
Positivo

Aviso de confidencialidad

Para: manuelperezlopez@bbva.es

CC: pedromartinez@compartiendo-conocimiento.com

CCO: josesande@compartiendo-conocimiento.com

Asunto: Edición corporativa BBVA cómic 2010

Adjuntos: Propuesta 1_BBVA_Economía en media hora
Propuesta 2_BBVA_Economía en media hora

Estimado Manuel,

Ya tengo la adaptación de la portada del cómic a la imagen corporativa del BBVA.

Te adjunto dos modelos de adaptación para tú valoración.

Cordialmente,
Pedro Martínez

Este correo es confidencial, si le llega por error, póngase en contacto con su remitente y destruya el correo.

¡Contribuimos!



FISCALIDAD
EMPRESARIAL



TRIBUTOS



IRPF



IMPUESTO
SOCIEDADES



IVA



CÁLCULO IVA

TEMA 5

FISCALIDAD

1. Fiscalidad empresarial

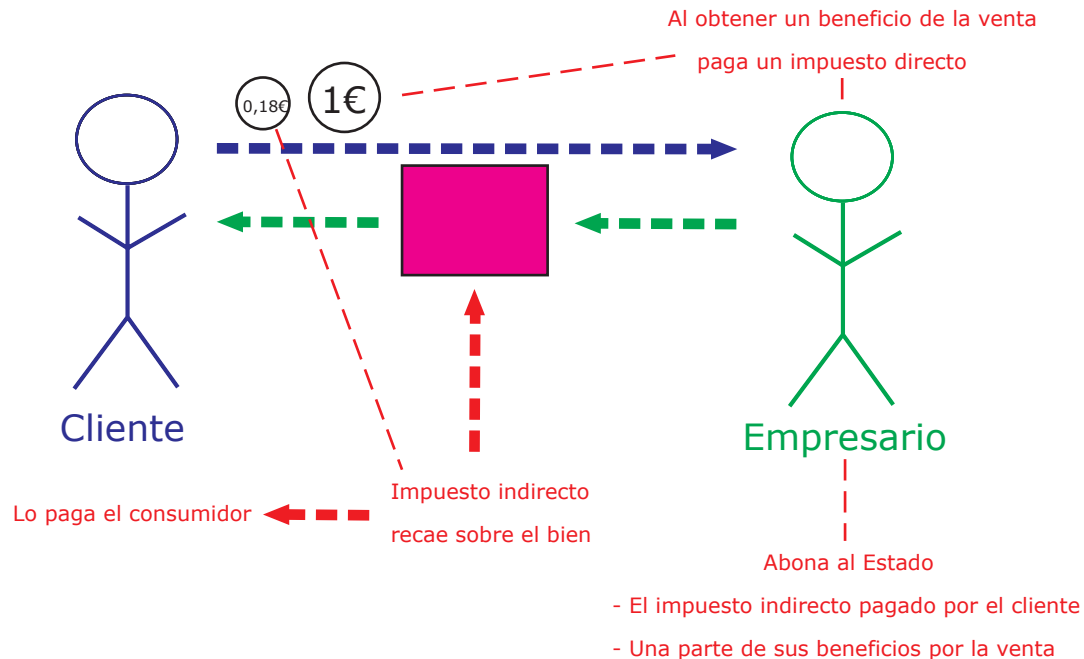
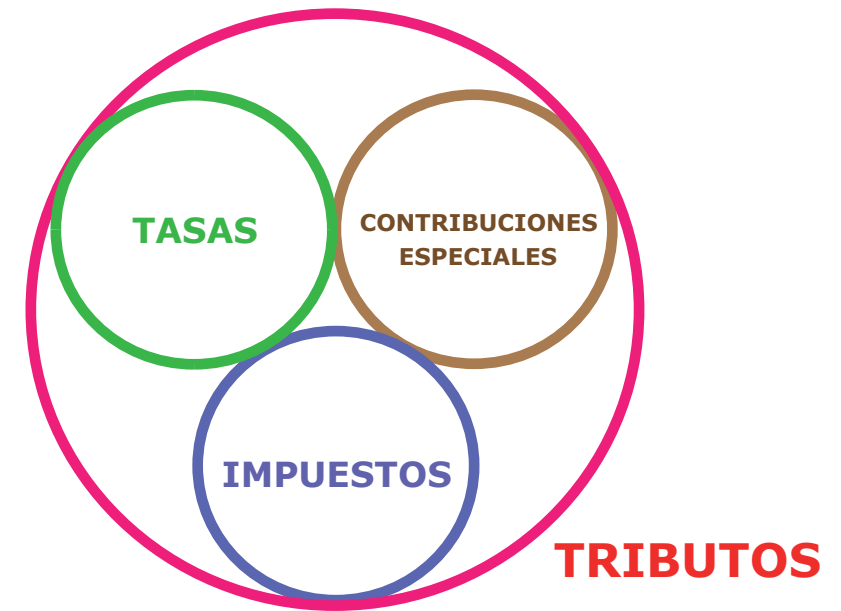
Los tributos son ingresos públicos coactivos (impuestos por el Estado), pecuniarios (en dinero) y contributivos (destinados a financiar el gasto público).

Los tributos se subdividen en tasas, contribuciones especiales e impuestos.

-**Tasas.** La administración realiza servicios (en algunas ocasiones obligatorios) que no presta el sector privado por lo que cobra al ciudadano.

-**Contribuciones especiales.** El ciudadano no solicita un servicio u obra pública, pero se beneficia directamente por el aumento del valor de su patrimonio de un modo directo.

- **Impuestos.** En este caso no existe contraprestación. Se paga en función de la capacidad económica de los ciudadanos, puesta de manifiesto por su nivel de renta (IRPF, IS), su consumo (IVA) o su patrimonio (IP).



Tipos de impuestos

-**Directos.** Recaen sobre las personas (físicas o jurídicas) por haber obtenido ingresos.

-**Indirectos.** Recaen sobre el consumo de bienes y servicios.

2. Elementos básicos de un tributo

Hecho imponible: es el motivo que da lugar al nacimiento de la obligación de pagar el tributo.

Sujeto pasivo: es la persona obligada al pago del tributo como contribuyente.
Base imponible: es la valoración económica del hecho imponible.

Base liquidable: es el resultado de restar a la base imponible las reducciones que se establezcan en la Ley.

Tipo de gravamen: es un porcentaje por el que multiplicamos la base liquidable para determinar el importe del tributo.

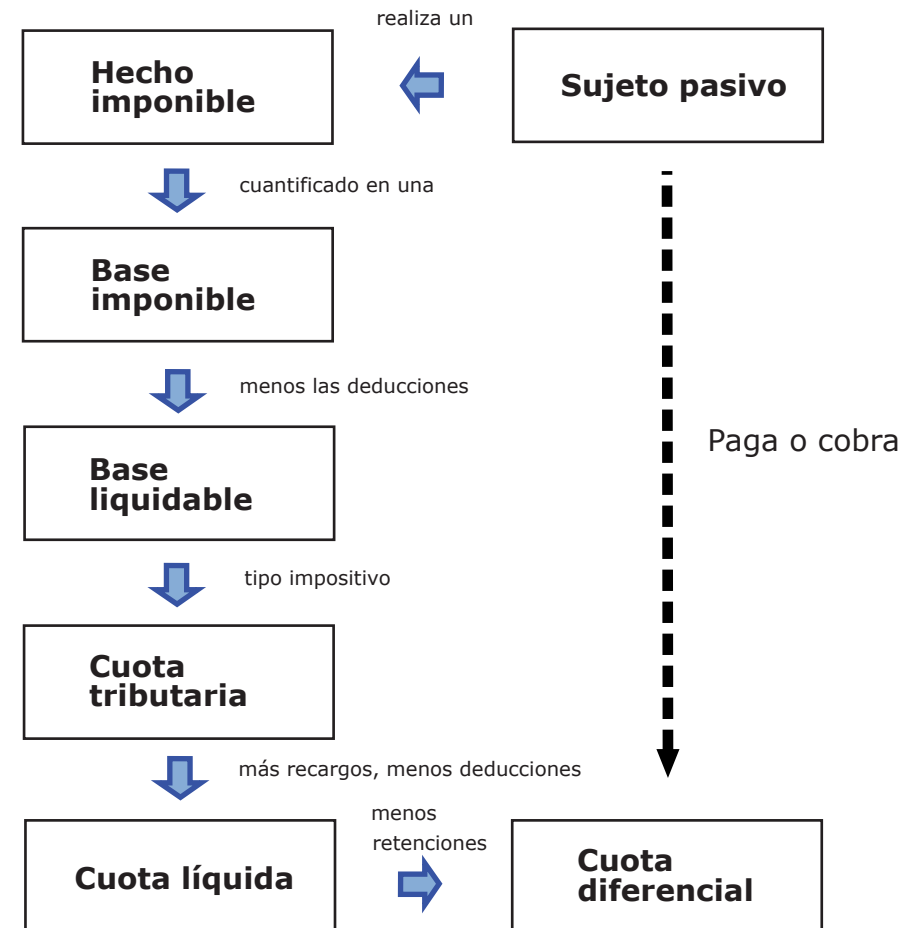
Cuota tributaria: es el resultado de aplicar el tipo impositivo a la base liquidable, salvo que sea una cantidad fija.

Cuota líquida: es el resultado de restar a la cuota íntegra las deducciones en la cuota que permite la Ley.

Cuota diferencial o deuda tributaria: la constituye la cuota líquida más los recargos y las multas que tenga que satisfacer el contribuyente.

“Hacienda me devuelve”...

Si la declaración de la renta nos sale negativa, significa que hemos pagado por adelantado más de lo que nos correspondía.



3. Impuesto sobre la renta de las personas físicas.

Es un impuesto directo, personal y progresivo que recae sobre la renta obtenidas por las personas físicas.

Rendimientos del IRPF

- Rentas del trabajo (por cuenta ajena).
- Rentas del capital inmobiliario (por propiedad de viviendas).
- Rentas del capital mobiliario (por propiedad de capital financiero como depósitos bancarios o acciones).
- Rendimientos de actividades económicas (por cuenta propia).
- Ganancias y pérdidas patrimoniales.

Rendimiento actividades económicas

Los empresarios individuales pueden estimar su rendimiento neto por:

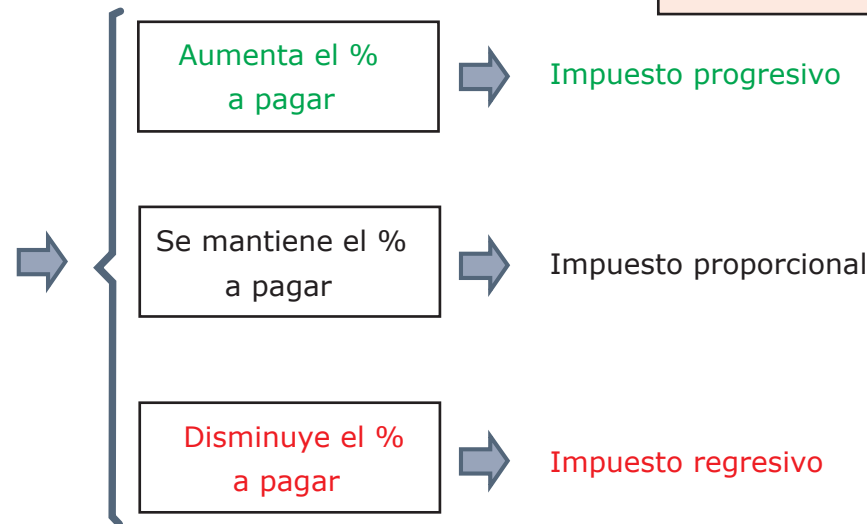
- Régimen de estimación directa

El beneficio se obtiene restando de sus ingresos los gastos necesarios para obtenerlos. Tiene una modalidad simplificada para empresas que no facturen más de 600.000 euros.

- Régimen de estimación objetiva por signos, índice o módulos.

El beneficio se determina por la naturaleza de las actividades y por unos parámetros objetivos: número de trabajadores, superficie...

Si al aumentar los ingresos



En los tres casos la persona con más ingresos paga más impuestos, pero en el caso del impuesto progresivo **no sólo paga más, sino una proporción mayor.**

Impuestos y tipo impositivo

4. Impuesto sobre sociedades y el IVA

El impuesto sobre sociedades

Es un impuesto directo y personal que grava la renta obtenida por las sociedades mercantiles.

El cálculo del rendimiento neto se realiza por estimación directa (ingresos computables – gastos deducibles).

El tipo impositivo aplicable:

30% con carácter general.

20% (Pymes con menos de 5 M de facturación/25 empleados y que mantengan empleo, hasta BI 300.000 €. Resto BI al 25%)

El impuesto sobre el valor añadido

Es un impuesto de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo de bienes y servicios.

La empresa lo cobra al consumidor y lo abona en la agencia tributaria. El sujeto pasivo es el consumidor final, que es el que soporta la carga del impuesto.

Existen **tres tipos impositivos**:

21% tipo general aplicable a la mayoría de los bienes y servicios.

10% tipo reducido aplicable a alimentos, vivienda, restaurantes...

4% tipo superreducido aplicable a pan, leche, libros, medicinas...

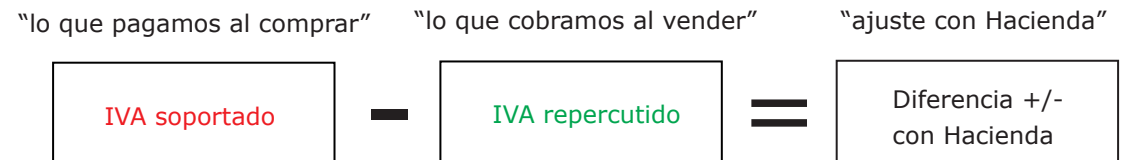
0% exentos la sanidad, la educación, los seguros...

El IVA es neutral para la empresa

La empresa en el régimen general ejerce únicamente de intermediario: cuando compra soporta IVA y cuando vende repercute IVA.

Si el IVA soportado es mayor que el IVA repercutido Hacienda le devuelve la diferencia negativa.

Si el IVA repercutivo es mayor que IVA soportado, debe ingresar en Hacienda la diferencia positiva.



Funcionamiento del IVA

Cálculo del IVA

El cálculo del IVA se realiza multiplicando la base imponible por el tipo impositivo:

Cuota IVA = Base imponible * Tipo impositivo



Precio final = Base imponible + Cuota IVA

$$\text{Precio final} = \text{Base imponible} * (1 + \text{tipo impositivo})$$

$$\text{Cuota IVA} = \text{Base imponible} * \text{Tipo impositivo}$$

$$\text{P.V.P.} = \text{Base imponible} + \text{Cuota IVA}$$

$$\text{P.V.P.} = \text{Base imponible} + \text{Base imponible} * \text{Tipo impositivo}$$

$$\text{P.V.P.} = \text{Base imponible} * (1 + \text{Tipo impositivo})$$

Adquirimos un automóvil cuyo precio sin IVA es 20.000 euros

- Base imponible = 20.000 euros
- Tipo impositivo = 21%

Cuota de IVA = 20.000 * 0,21 = 4.200 euros

Precio final = Base imponible + cuota de IVA = 24.200 €

Precio final = Base imponible * (1,21) = 24.200 €

Cálculo del IVA

Si tenemos el precio final, y queremos hallar la base imponible:

Precio final = Base imponible + Cuota IVA



Precio final = Base imponible * (1 + tipo impositivo)

$$\text{Base imponible} = \text{Precio final} / (1 + \text{tipo impositivo})$$

$$\text{P.V.P.} = \boxed{\text{Base imponible}} * (1 + \text{Tipo impositivo})$$

↓

$$\boxed{\text{Base imponible}} = \frac{\text{P.V.P.}}{(1 + \text{Tipo impositivo})}$$

Adquirimos un automóvil cuyo precio con IVA es 23.600 euros. Sabiendo que el tipo impositivo es del 18%,

¿Cuál es la base imponible?

- P.V.P = 24.200 euros
- Tipo impositivo = 21%

Precio final = Base imponible * (1,21) →

Base imponible = Precio final / (1,21) = 20.000 euros.

¡Financiamos!



FINANCIACIÓN
EMPRESARIAL



FONDO DE MANIOBRA



TIPO DE INTERÉS



PRÉSTAMO DE
CUOTA CONSTANTE



FUENTES
DE FINANCIACIÓN



FINANCIACIÓN
L/P Y C/P

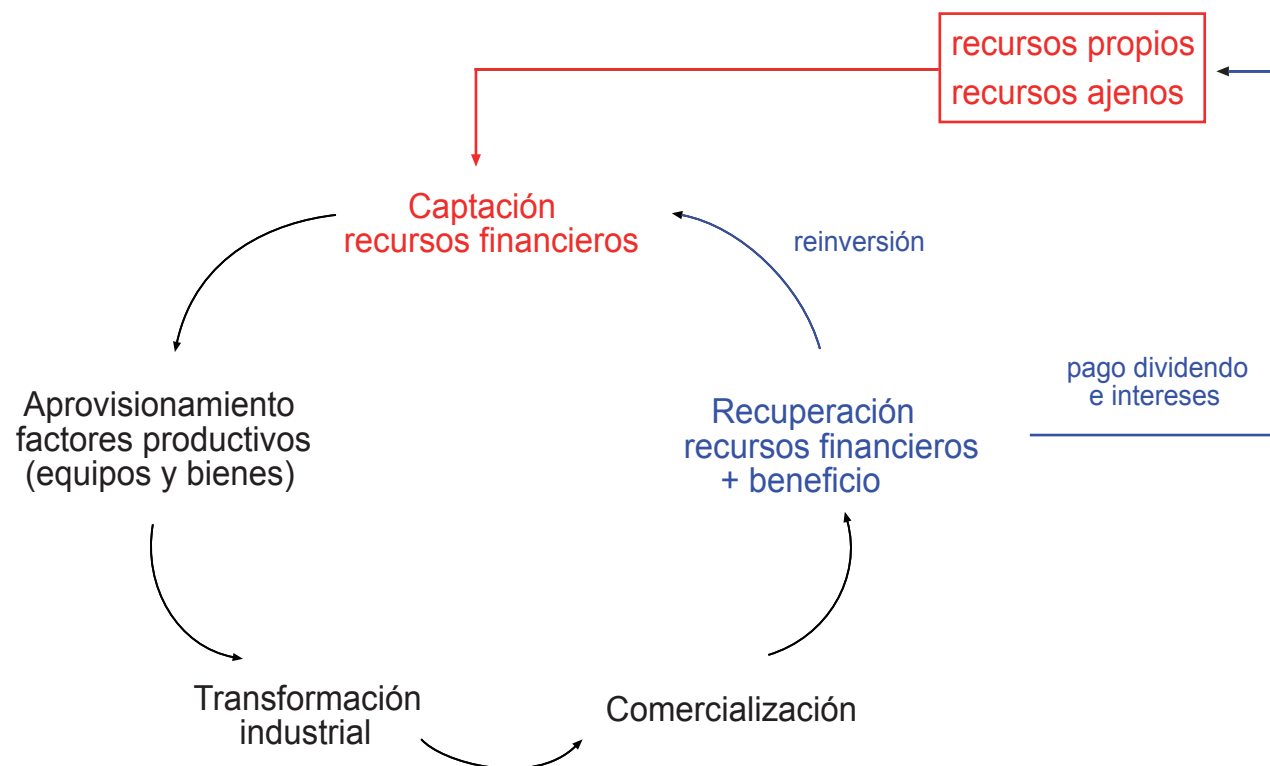
TEMA 6

FINANCIACIÓN

1. La financiación empresarial

Las empresas para desarrollar su actividad necesitan invertir en crear una **estructura económica** (local, maquinaria, equipos informáticos, materias primas, dinero en efectivo), que deben financiar con una **estructura financiera** (recursos propios o ajenos).

La empresa **adquiere recursos** para invertirlos en su actividad productiva, **esperando obtener los fondos** suficientes para remunerar a sus acreedores (recursos ajenos) y además obtener un beneficio para distribuir entre sus accionistas (recursos propios). Si la empresa de forma sistemática no obtiene esta recuperación, no sobrevive en el mercado.



Ciclo del capital

Captación de fondos
¿Cómo nos financiamos?



Función financiera

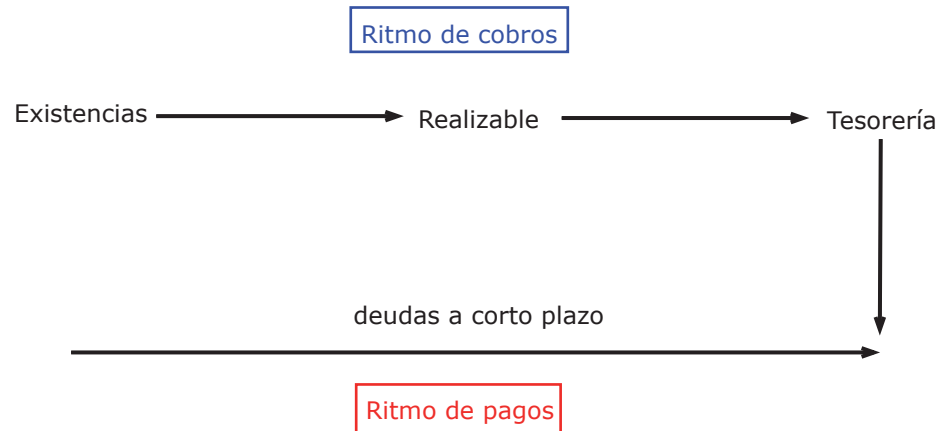


Aplicación de fondos
¿En qué invertimos?

La **función financiera** se ocupa de la captación y aplicación de los fondos necesarios para desarrollar la actividad productiva

2. El fondo de maniobra

En la empresa debe existir una relación entre el plazo de permanencia del activo y el plazo en que deber ser devueltos los fondos utilizados para financiar su adquisición. Parece lógico y sensato, que los activos no corrientes deben financiarse con capitales permanentes, y los activos corrientes con pasivos corrientes.



El ritmo de cobros puede no ser capaz de asumir el ritmo de pagos, es necesario la existencia de un fondo de maniobra

A medida que transcurre el ciclo de explotación de la empresa, las materias primas se transforman en productos, estos se venden y a continuación se cobran.

Con este efectivo la empresa espera afrontar las deudas corrientes, pero las deudas corrientes han de pagarse en menos de un año, mientras que no siempre todo el activo corriente se transforma en efectivo en este periodo.

No siempre es fácil, rápido o barato convertir el activo corriente en dinero líquido, por lo que para que no existan problemas de liquidez, debe tener suficiente dinero en efectivo para atender a los distintos pagos, siendo prudente que exista un fondo de seguridad que cubra los desajustes entre la corriente de cobros y la de pagos

Existen empresas que aunque tengan un fondo de maniobra negativo no tienen ningún problema de liquidez.

Cobran a los clientes antes de lo que pagan a los proveedores, y en ocasiones con una gran diferencia de tiempo.

Inditex, Carrefour, El Corte Inglés...funcionan como fondos de maniobra negativos y no sólo no tienen problemas financieros sino que obtienen una gran rentabilidad con ese funcionamiento.

ACTIVO

Activo no corriente

Activo corriente

NETO+PASIVO

Capitales permanentes

Fondo de maniobra

Pasivo corriente

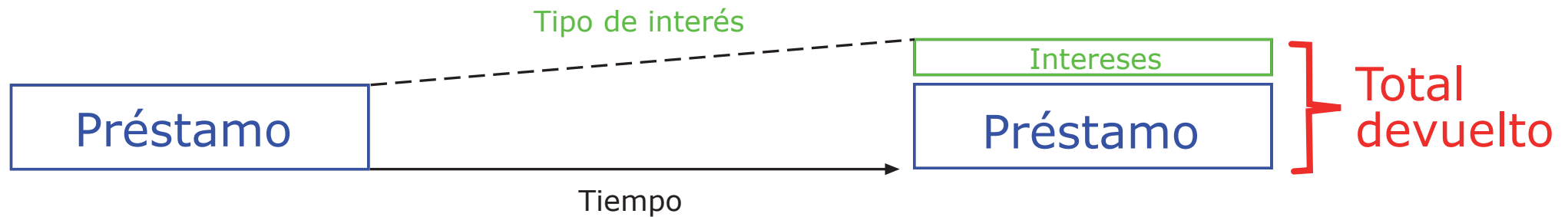
Es la parte de los capitales permanentes que financia el activo corriente

FM= Capitales permanentes - Activo no corriente

3. El tipo de interés

Las decisiones referidas a la política de inversiones se denominan presupuesto de capital, y están muy condicionadas por criterios financieros. Las personas y empresas prestan su dinero a cambio de una ganancia o interés.

Si solicito un préstamo por una cantidad determinada, dentro del plazo fijado devolveré esa cantidad más los intereses correspondientes.



La empresa solicita al banco un préstamo de 20.000 para adquirir una furgoneta. El banco le da un plazo de un año para la devolución, exigiendo un tipo de interés del 10%.

Cantidad prestada: 20.000 euros
Tipos de interés = 10% = 0,10
Plazo = 1 año

Intereses pagados = $20.000 * 0,10 = 2.000$ euros
Total devuelto = 22.000 euros.

$$\text{Total devuelto} = \text{Préstamo} * (1 + \text{Tipo de interés})$$

Interés compuesto: los intereses generados originan nuevos intereses (a pagar o cobrar).

Interés simple: los intereses generados no originan nuevos intereses (a cobrar o pagar).

4. Préstamo de cuota constante

El tipo de préstamo más frecuente es el de cuota constante (sistema francés).

Se paga la misma cuota a lo largo del préstamo, salvo que cambie el tipo de interés del mercado, de esta forma se pueden planear las cuotas a pagar.

$$\text{Cuota} = Co * \frac{i * (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

La fórmula es compleja, por lo que es habitual el empleo de hojas de cálculo.

Co = Cantidad nominal del préstamo, principal

n = duración de la operación en meses, trimestres, semestres o años

i = tipo de interés efectivo correspondiente al período considerado.



Cuota 1



Cuota 2



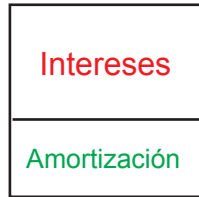
Cuota 3



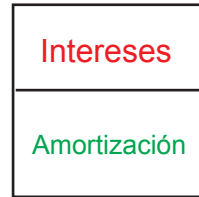
Cuota 4



Cuota 1



Cuota 2



Cuota 3



Cuota 4

Las cuotas son constantes



Pero una parte de la cuota es pago de intereses (I) y otra amortización del principal (A)



Cuota a cuota se pagan menos intereses y se amortiza más principal.

Ejemplo de préstamo de cuota constante

Existen muchas hojas de cálculo en internet de préstamos.

<table><tr><td>100.000</td><td>importe inicial del préstamo</td></tr><tr><td>3,25</td><td>tipo de interés nominal anual inicial en tanto por ciento</td></tr><tr><td>2</td><td>años de vida del préstamo</td></tr><tr><td>12</td><td>número de pagos periódicos al año</td></tr></table>									100.000	importe inicial del préstamo	3,25	tipo de interés nominal anual inicial en tanto por ciento	2	años de vida del préstamo	12	número de pagos periódicos al año
100.000	importe inicial del préstamo															
3,25	tipo de interés nominal anual inicial en tanto por ciento															
2	años de vida del préstamo															
12	número de pagos periódicos al año															
tipo de	importe a	opcion	período	períodos	préstamo	mensualidad	intereses									
interés	anticipar	reducir	actual	pendientes	vivo	o pago periódico	del periodo	cuota amortización								
3,25		0	0	24	100.000	4.309	271	4.038								
3,25		0	1	23	95.962	4.309	260	4.049								
3,25		0	2	22	91.912	4.309	249	4.060								
3,25		0	3	21	87.852	4.309	238	4.071								
3,25		0	4	20	83.781	4.309	227	4.082								
3,25		0	5	19	79.699	4.309	216	4.093								
3,25		0	6	18	75.605	4.309	205	4.104								
3,25		0	7	17	71.501	4.309	194	4.116								
3,25		0	8	16	67.385	4.309	183	4.127								
3,25		0	9	15	63.259	4.309	171	4.138								
3,25		0	10	14	59.121	4.309	160	4.149								
3,25		0	11	13	54.972	4.309	149	4.160								
3,25		0	12	12	50.811	4.309	138	4.172								
3,25		0	13	11	46.640	4.309	126	4.183								
3,25		0	14	10	42.457	4.309	115	4.194								
3,25		0	15	9	38.263	4.309	104	4.206								
3,25		0	16	8	34.057	4.309	92	4.217								
3,25		0	17	7	29.840	4.309	81	4.228								
3,25		0	18	6	25.612	4.309	69	4.240								
3,25		0	19	5	21.372	4.309	58	4.251								
3,25		0	20	4	17.121	4.309	46	4.263								
3,25		0	21	3	12.858	4.309	35	4.274								
3,25		0	22	2	8.583	4.309	23	4.286								
3,25		0	23	1	4.298	4.309	12	4.298								

La mensualidad siempre es la misma
(si no varía el tipo de interés)



Los intereses van disminuyendo con-
forme se pagan las cuotas



La amortización del principal aumenta
con el pago de cuotas

http://www.abcbolsa.com/calculo_de_un_prestamo_excel.htm

5. Fuentes de financiación

Las fuentes de financiación se pueden clasificar desde diferentes criterios:

- **Propiedad de los fondos.**

Financiación propia (capital, beneficios no distribuidos...) o ajena (préstamos bancarios...).

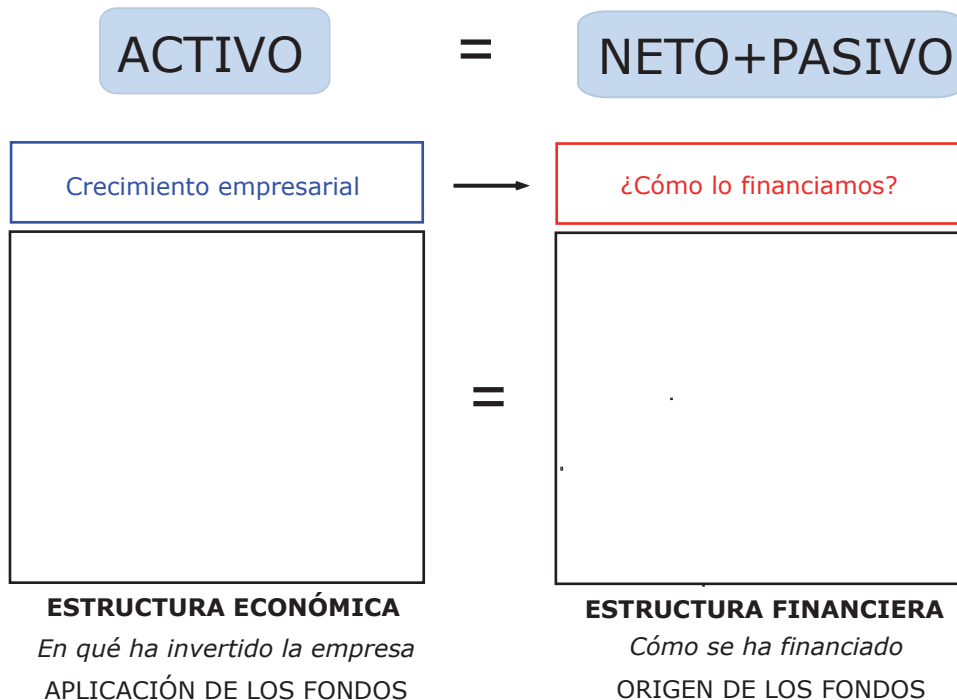
- **Permanencia.**

Recursos permanentes (neto y exigible a largo plazo) o recursos a corto plazo (pasivo corriente).

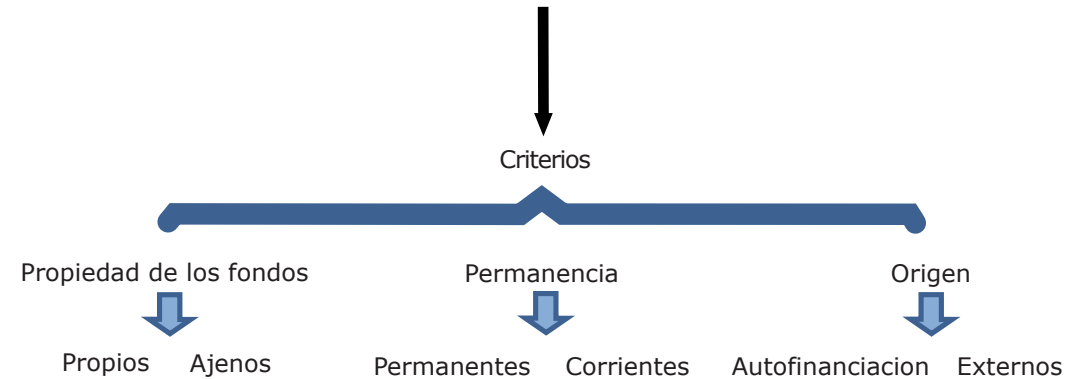
- **Origen.**

Autofinanciación (la propia empresa se financia), o financiación externa (los fondos proceden del exterior).

Las aportaciones de los socios son financiación propia según la propiedad, pero externa según el origen



Las fuentes de financiación



Recuerda que inversión y financiación son las dos caras de la misma moneda

6. Financiación a largo plazo

Si el plazo de vencimiento es superior a un año es financiación a largo plazo. Se distingue entre la propia y la ajena.

Fuentes de financiación propia

No tienen plazo de amortización establecido, los acreedores son los propietarios de la empresa.

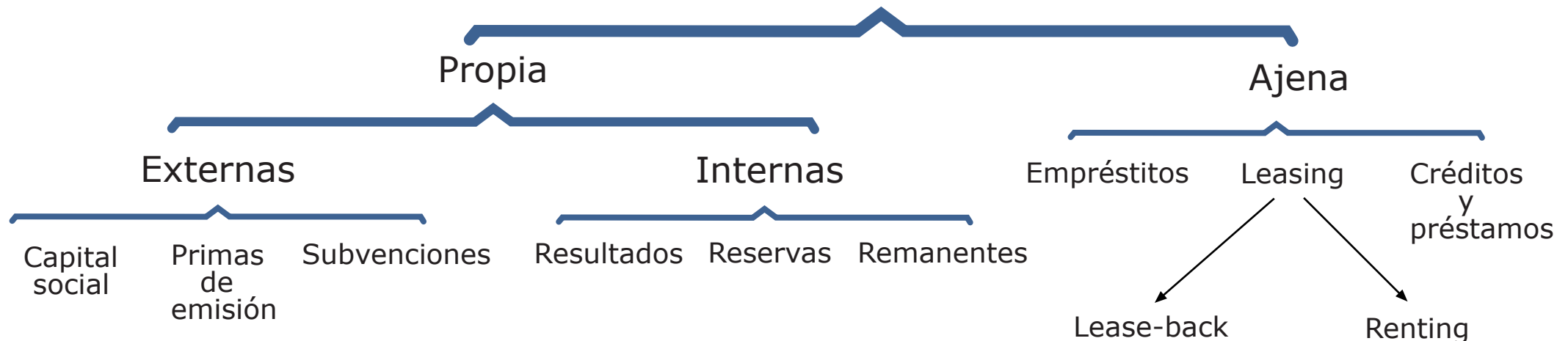
Aportaciones externas (no generadas por la empresa).

- El capital social. Inicialmente se constituye con las aportaciones de los socios. Si la empresa necesita financiación puede ampliar su capital social, mediante nuevas aportaciones, de los socios actuales o captando nuevos.
- Las primas de emisión de acciones. Mayor importe del valor de emisión de las nuevas acciones respecto el valor nominal.
- Las subvenciones. Aportaciones de instituciones que apoyan el crecimiento empresarial en determinada zona o sector.

Aportaciones internas (generadas por la empresa).

- Resultados. Beneficio obtenido por la empresa
- Reservas. Son beneficios obtenidos por la empresa y que no han sido distribuidos entre sus propietarios.
- Remanentes. Beneficio que no ha sido repartido ni aplicado, porque todavía no se tiene claro su fin.

Financiación a l/p



Financiación a largo plazo: la financiación ajena

A diferencia de la propia, implican un plazo de amortización y el abono de intereses.

- **Empréstitos.** Préstamo dividido en fracciones denominadas bonos. Si se emiten a menos de 18 meses se denominan letras o pagarés y cuando el plazo es superior a los 10 años obligaciones.

En otros países a todos los activos de renta fija con plazo superior a un año se les llama bonos.

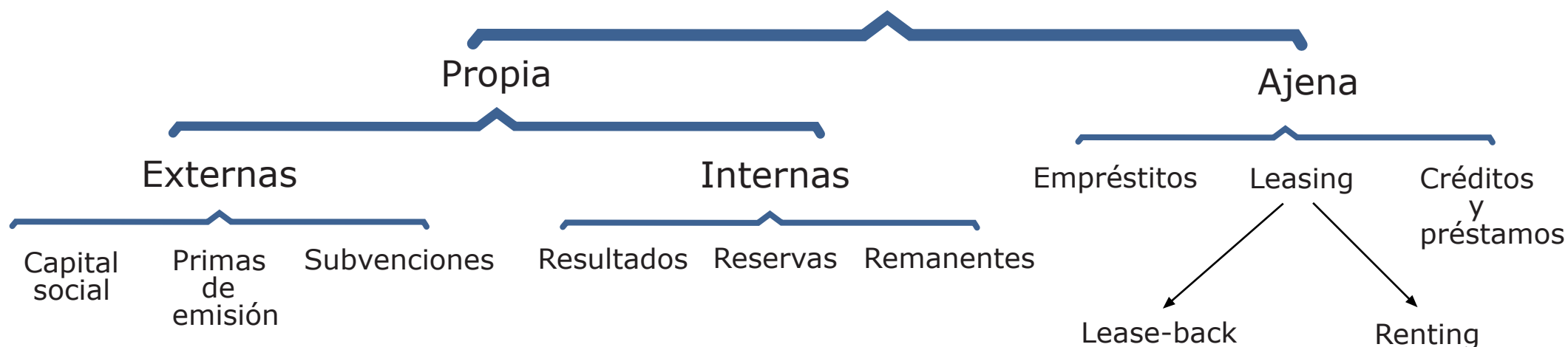
- **Arrendamiento financiero (leasing).** Contrato mediante el que un arrendador alquila un bien a una empresa (arrendatario), a cambio de unas cuotas y con opción de compra al final del período. Permite disponer de activos sin necesidad tener fondos propios.

- **Lease-back (retroleasing).** El titular del bien lo vende a una entidad de leasing (de esta forma obtiene liquidez) y realiza un contrato de leasing (dispone del uso del bien) con opción de compra.

- **Créditos y préstamos a largo plazo.** El crédito implica obtener financiación hasta una cantidad, mientras el préstamo es de una cantidad.

- **Renting.** Servicio integral de alquiler de bienes sin opción de compra, por el que se paga una cuota fija durante la vigencia del contrato, incluyendo todos los servicios de mantenimiento, seguros...

Financiación a l/p



8. Financiación a corto plazo

Son las obligaciones de pago que tienen un plazo de vencimiento inferior al año:

- Préstamo

El prestamista entrega una cantidad al prestatario, que debe devolver esa cantidad (principal) en el plazo estipulado, más los intereses pactados.

- Crédito

El cliente o deudor tiene a su disposición fondos hasta un límite determinado. Se pagan intereses por el capital que efectivamente se utilice de la línea de crédito.

- Descuento bancario

Abono anticipado de un derecho de cobro. La entidad financiera adelanta el pago, pero descuenta del total intereses, gastos y comisiones. En caso de que llegado el momento el deudor no pague, la entidad financiera reclama la devolución del abono adelantado más gastos y comisiones.

- Factoring

La empresa de factoring (“el factor”) compra el derecho de cobro asumiendo los riesgos del impago. Su coste es más elevado que el descuento bancario. La empresa cede por tanto la gestión de sus cobros. No confundir con el confirming (“reverse factoring”), en el que se cede a una empresa la gestión de los pagos.

- Crédito comercial

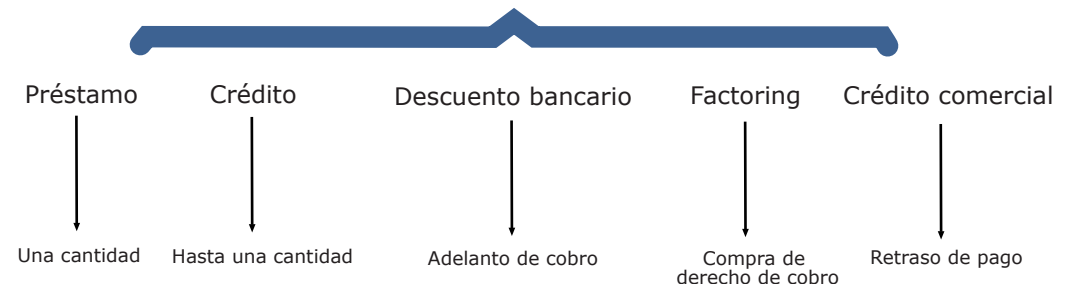
Muchas compras no se abonan en el acto, por lo que durante el tiempo los proveedores están financiando a la empresa.

En el mercado entre empresas (B2B) es frecuente el crédito comercial, pagando a los proveedores a 30, 60 o 90 días.

Financiación a c/p



Tipos



¡Proveemos!



MÉTODOS
VALORACIÓN



PRECIO MEDIO
PONDERADO



FIFO



LIFO



CONTABILIDAD
DE COMPRAS



CONTABILIDAD
DE VENTAS

TEMA 7

Existencias

1. Las existencias

Las existencias se dividen en:

- Comerciales. Son destinadas a la venta sin transformación.
- Materias primas. Serán transformadas en la producción.
- Otros aprovisionamientos. Utilizados por la empresa pero no participan en la transformación (material de oficina, envases...).

Criterios de valoración de existencias

El PGC recoge las existencias que entran en almacén deben valorarse al precio de adquisición o al coste de producción.

Para valorar las salidas se pueden utilizar distintos criterios:

- Precio medio ponderado. Se calcula un precio medio.
- FIFO (First In First Out). Primero en entrar, primero en salir.
- LIFO (Last in First OUT). Último en entrar primero en salir.

Lo ideal es identificar el precio del bien que se vende de manera individualizado, pero esto no siempre es posible.

Con carácter general el **PGC recomienda el método del precio medio ponderado** y en segunda instancia, del método FIFO.

Precio de adquisición

Precio de la compra
+ Gastos hasta que están en almacén (transporte, seguros...)
- Descuentos
+ Intereses (si el crédito de compra es menor a un año)

Coste de producción

Precio de compra de materias primas
+ Costes directos
+ Parte de los costes indirectos

Métodos de valoración de existencias

Valoración existencias

Precio medio ponderado



Cálculo del precio medio móvil

F I F O



Primero en entrar, primero en salir

L I F O



Último en entrar, primero en salir

Ejemplo práctico criterios de valoración existencias

Existencias iniciales de mercaderías: 1000 unidades a 10 € unidad.

Compra de mercaderías al contado: 600 unidades a 8 € unidad.

Venta de mercaderías al contado: 400 unidades a 12 € unidad.

Compra de mercaderías al contado: 1000 unidades a 7 € unidad.

Utilizamos 2 decimales, simplificando el cálculo pero perdiendo exactitud.

Fecha	Concepto	Entradas			Salidas			Existencias		
		Unidad	Precio	Total	Unidad	Precio	Total	Unidad	Precio	Total
01/01/2010	Ex. Iniciales	-	-	-	-	-	-	1000	10	10000
02/01/2010	Compra	600	8	4800	-	-	-	1600	9,25	14800
03/01/2010	Venta	-	-	-	400	12	4800	1200	9,25	11100
04/01/2010	Compra	1000	7	7000	-	-	-	2200	8,28	18216

Cálculo del precio medio ponderado:

$$\text{Pm 1} = (1000 * 10 + 600 * 8) / 1600 = 9,25$$

$$\text{Pm 2} = (1200 * 9,25 + 1000 * 7) / 2200 = 8,28$$

Se le llama precio móvil, porque el precio medio cambia con las compras

Ejemplo práctico de método FIFO

Fecha	Concepto	Entradas			Salidas			Existencias		
		Unidad	Precio	Total	Unidad	Precio	Total	Unidad	Precio	Total
01/01/2010	Ex. Iniciales	-	-	-	-	-	-	1000	10	10000
02/01/2010	Compra	600	8	4800	-	-	-	1000	10	10000
								600	8	4800
								1600	-	14800
03/01/2010	Venta	-	-	-	400	10	4000	600	10	6000
								600	8	4800
								1200	-	10.800
04/01/2010	Compra	1000	7	7000	-	-	-	600	10	6000
								600	8	4800
								1000	7	7000
								2200	-	17800

Las últimas 1000 unidades, serán las últimas que salgan

Las primeras 400 unidades en entrar (a 10 euros unidad) en entrar, han sido las primeras en salir.

El resultado final de valoración difiere en cada método.

Contabilización de compras

Compra 100 ordenadores a 500 euros la unidad. La mitad a crédito y la otra mitad se paga a través del banco. El transporte y los seguros ascienden a 500 euros, aplicando un descuento en el total de la factura del 2%. IVA aplicable 18%.

Precio de compra: 50.500
+ Gastos: 500
- descuentos: 1.010

49.490	(600)	Compras de mercaderías	(572)	Bancos	29.199,1
8.908,2	(472)	H.P. IVA soportado	(400)	Proveedores	29.199,1

Dado el volumen de la compra, el proveedor realiza un descuento de 100 euros en el importe de la deuda.

118	(400)	Proveedores	(609)	Rappels por compras	100
			(472)	H.P. IVA soportado	18

Los descuentos por volumen de compras (**rappels**) y los descuentos financieros (**606 descuentos sobre compras por pronto pago**), si se realizan en el momento de la compra se deducen directamente del precio, **si es más tarde, se contabilizan aparte.**

El proveedor gira una letra con vencimiento a 60 días por el importe de la deuda. .

29.199,1	(400)	Proveedores	(401)	Proveedores efectos comerciales a pagar	100
----------	-------	-------------	-------	---	-----

Pago a través del banco de la letra de cambio

29.199,1	(401)	Proveedores efectos comerciales a pagar	(572)	Banco	29.081,1
----------	-------	---	-------	-------	----------

La letra de cambio es un efecto comercial que recoge de una manera formal la deuda (título de crédito).

Contabilización de compras (II)

Pago de un anticipo a proveedores de 3.000 €, con dinero de la caja. IVA aplicable 18%.

2.542,37	(407) Anticipo a proveedores	←	
457,63	(472) H.P. IVA soportado	(570) Caja	3.000

Una parte del anticipo a proveedores es IVA

Base imponible:

$3.000/1,18 = 2.542,37$

IVA soportado:

$3.000 - 2.542,37 = 457,63$

Recibe la mercancía por valor de 60.000 €. Gastos de transporte y seguros 600 €. Descuento por volumen de compras de 1.000 € y por pronto pago de 600.

60.000	(400) Compras de mercaderías	(400) Proveedores	67.717,63
10,260	(472) H.P. IVA soportado	← (407) Anticipo a proveedores	2.542,37

En el IVA soportado restamos el valor pagado en el anticipo.
 $18\% \text{ s/ } (60.000 - 3.000)$

Por desperfectos observados, devuelve mercancía por valor de 1.000 €.

1.180	(400) Proveedores	(609) Devolución de compras y operaciones similares	1.000
		(472) H.P. IVA soportado	180

Pago a través del banco de la deuda con los proveedores.

29.081,1	(400) Proveedores	(572) Banco	29.081,1

Los descuentos por volumen de compras (rappels) y los descuentos financieros (descuentos sobre compras por pronto pago), si se realizan en el momento de la compra se deducen directamente del precio, si es más tarde, se contabilizan aparte.

Contabilización de ventas

Venta a crédito, de mercaderías por un importe de 25.000 €. IVA aplicable 18%. Descuento

28.320	(430) Clientes	(700) Venta de mercaderías	24.000
		(477) H.P. IVA soportado	4.320

Los descuentos en el momento de la factura se incluyen en ella como menor importe de venta.

Pago de 600 € del transporte fue a cargo de la empresa vendedora.

600	(624) Transportes		
108	(472) H.P. IVA soportado	(572) Banco	2.542,37

Los gastos de venta a cargo de la empresa vendedora, se contabilizan en cuentas de gastos

Gira una letra a 90 días por el importe, que es aceptada por los clientes.

28.320	(431) Clientes, efectos comerciales a cobrar	(430) Clientes	28.320

El cliente anuncia que pagará en una semana, por lo que recibe un descuento por pronto

600	(606) Descuento sobre ventas por pronto pago	(431) Clientes, efectos comerciales a cobrar	29.081,1
108	(477) H.P. IVA repercutido		

El cliente tiene que aceptar la letra para contabilizarse como efecto comercial.

Pago a través del banco de la letra pendiente.

26.612	(572) Banco	(431) Clientes, efectos comerciales a cobrar	29.081,1

Contabilización de ventas (II)

Un cliente paga un anticipo de 1.000 €. IVA aplicable 18%

1.180	(572) Bancos, c/c	(437) Anticipos de clientes	1.000
		(477) H.P. IVA repercutido	4.320

Venta de 6.000 € de mercancías. IVA aplicable 18%.

5.900	(430) Clientes	(572) Ventas de mercadería	6.000
1.000	(437) Anticipo de clientes	(477) H.P. IVA repercutido	900

Los gastos de venta a cargo de la empresa vendedora se contabilizan en cuentas de gastos.

Por desperfectos observados, el cliente devuelve mercancía por valor de 300 €.

300	(708) Devoluciones de ventas y operaciones similares	(430) Clientes	354
54	(477) H.P. IVA repercutido		

Descuento de 100 € al cliente por alto volumen de compras anual.

100	(709) Rappel sobre ventas	(430) Clientes	118
18	(477) H.P. IVA repercutido		

En las devoluciones y descuentos no debemos olvidar la parte correspondiente al IVA.

El cliente paga la deuda a través del banco.

5.428	(572) Banco	(431) Clientes	5.428
-------	-------------	----------------	-------

¡Intercambiamos!



PROCESO



CONTRATO



PEDIDO Y ALBARÁN



RECIBO Y FACTURA



LETRA DE CAMBIO



CHEQUE Y PAGARÉ

TEMA 8

COMPRA-VENTA

1. Proceso de compraventa

En su actividad comercial, la empresa compra y vende bienes y servicios. El proceso de compraventa sigue los siguientes pasos.

Elementos de la compraventa

- Pedido.
- Contrato de compraventa.
- Albarán.
- Factura.
- Pago.
- Recibo.

Normalmente el proceso se inicia cuando el comprador detecta una necesidad y busca a una empresa pueda satisfacerla (proveedor).

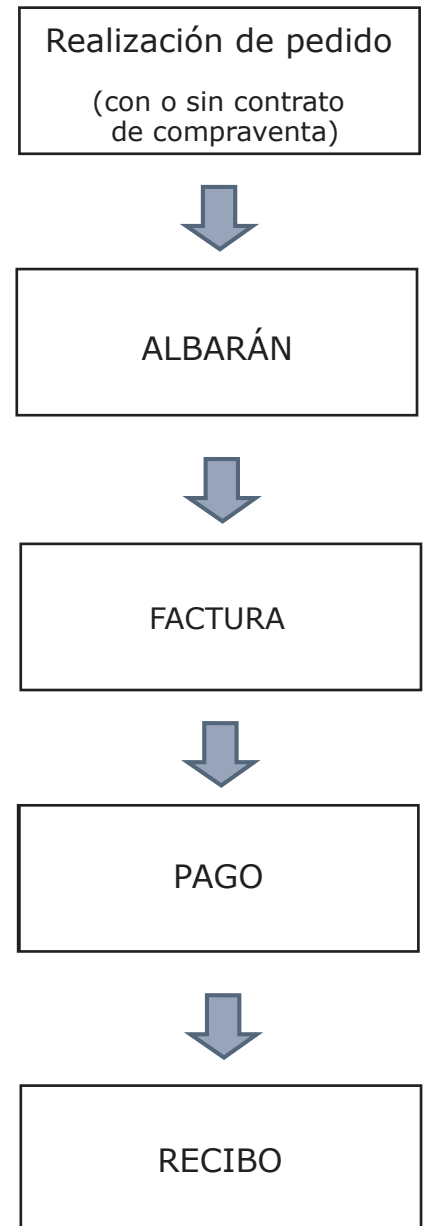
Según el tipo de relación comercial se puede firmar o no, un contrato de compraventa o de prestación de servicios, en el que se aclaran con detalle todos las condiciones del intercambio.

Cuando la empresa realiza la entrega adjunta un albarán, que sirve como justificante de haber recibido la mercancía.

El vendedor realiza la factura de la entrega efectuada.

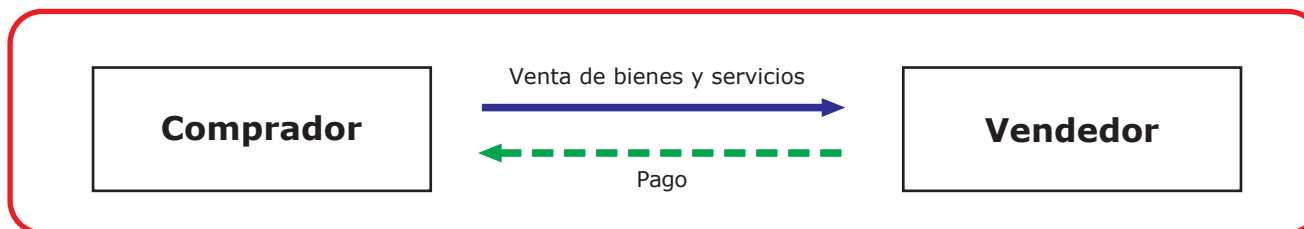
El comprador paga la factura en la forma y plazo convenidos.

El vendedor emite un recibo justificativo del pago.



Envío de la factura al comprador

Realización en la forma y plazo previsto



2. El contrato de compraventa

En algunos casos, las partes previamente a la realización del pedido acuerdan por escrito un contrato de compraventa.

Elementos del contrato

Personales

- Vendedor. Persona con capacidad civil de obrar que entrega el bien y cobra un precio.
- Comprador. Persona con capacidad civil de obrar que recibe el bien y paga un precio.

Reales

- El bien. Bien o servicio objeto del contrato.
- El precio. Cantidad de dinero que el vendedor recibe a cambio de la venta del bien o la prestación del servicio.
- Las condiciones de venta. Lugar, plazo y forma de entrega del bien y pago del precio.

Formales

- Puede ser oral o escrito. Lo habitual es que sea escrito para poder demostrar los términos del acuerdo y obligar a la otra parte al cumplimiento.

Contrato de compraventa: acuerdo bilateral en el que una de las partes (vendedora) se obliga a la entrega de una cosa determinada y la otra (compradora) a pagar por ella un cierto precio.

Lugar y fecha

Descripción de las personas
que intervienen en el acuerdo

Manifiesto de voluntad de acuerdo

Condiciones del acuerdo (cláusulas)

Firma de las partes

Modelo de contrato de compraventa

Las partes pueden actuar en nombre propio o representando a personas jurídicas que previamente les han autorizado.

En las cláusulas se pueden concretar las indemnizaciones que tendrán lugar si alguna parte no cumple con lo estipulado.

La firma de los contratos puede ser digital si está realizada con medios legalmente autorizados: certificados, DNI electrónico...

En A Coruña a 10 de agosto de 2010

REUNIDOS

De una parte D. Juan Pérez Pérez, mayor de edad, con NIF 32.323.323 F, con domicilio en C/ Tuy nº 10, 5 I, A Coruña y

De otra parte Dña. María Pi Pla, mayor de edad, con NIF 22.222.222 J, con domicilio en C/ Juan Flórez nº 2, 2 E, A Coruña.

INTERVIENEN

D. Juan Pérez Pérez interviene en nombre propio.

Dña. María Pi Pla interviene como administradora de Pi S.L, sociedad mercantil con domicilio en Plaza de Pontevedra 2, 2 A y CIF B32827877

Ambos comparecientes se reconocen con capacidad legal para otorgar el presente contrato de compraventa mercantil.

MANIFIESTAN

Que D. Juan Pérez Pérez es propietario de los bienes que se relacionan en este contrato y que procede a vendérselo a Pi S.L.de acuerdo a estas

CLAÚSULAS

- 1- Los bienes objeto son 2.000 kg de papel reciclado tipo ABC.
- 2- El precio de los 2.000 kg es de 1.000 €, incluidos todos los gastos.
- 3- El vendedor entregará los bienes en el domicilio del comprador antes de 3 días naturales desde la firma de este contrato.
- 4- El comprador ingresará el pago antes del 1 de mayo mediante ingreso en la cuenta corriente 2091 0001 12 1234567890.

Las partes contratantes firman el siguiente contrato como manifestación de conformidad con el mismo, en el lugar y fecha señalados.

El vendedor



Fdo: Juan Pérez Pérez

El comprador



Fdo: María Pi Pla

3. El pedido

Petición de compra que un cliente realiza a un proveedor para que le suministre bienes o servicios. Como el resto de la documentación de compraventa no tiene un modelo oficial, cada empresa suele diseñarlo según sus necesidades.

Se suelen hacer 3 ejemplares:

- El original para el vendedor.
- Una copia para el almacén que recibirá la mercancía.
- Una copia para el departamento comercial para seguir el proceso.

El pedido oral es frecuente entre empresas que mantienen una fluida y continua relación comercial. Muchas veces traen problemas o confusiones, por lo que se debe enviar algún tipo de comunicación escrita.

Datos comprador

Pedido nº

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe

Condiciones

Observaciones

Firma del comprador

Datos vendedor

Fecha

Ejemplo de pedido

Como en el resto de la documentación comercial, los correos electrónicos han sustituido al papel.

Las empresas diseñaran la hoja de pedido con el formato que mejor se adapte a su realidad empresarial.

Pi S.L.
CIF B32827877
Plaza de Pontevedra 2, 2 A
A Coruña
981 20 20 20
info@pisl.com

D. Juan Pérez Pérez
NIF 32.323.323 F,
C/ Tuy nº 10, 5 I
A Coruña
981 22 22 22

Pedido nº 100

Fecha 10/09/2010

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe
ABCREC	Papel reciclado ABC	2.000 kg	0,5 €	1.000 €

Condiciones

Gastos de transportes incluidos. Pago a los 3 días.

Observaciones

Llamar al 981 20 20 20, al menos 2 horas antes de entrega.

Firma del comprador



Fdo: Marta Pi Pla

4. El albarán

El albarán o nota de entrega lo emite el vendedor al entregar la mercancía en las condiciones pactadas. Por una parte justifica la salida y por otra acredita la entrega.

Se suelen hacer 3 copias:

- Al almacén del que ha salido.
- Al departamento de ventas para preparar la factura.
- Al cliente que lo recibe.

Es fundamental que el cliente firme el albarán como prueba de la entrega.

Datos vendedor

Albarán de Pedido nº

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe

Condiciones de entrega

Observaciones

Datos comprador

Fecha

Conforme

Firma del comprador

Ejemplo de albarán

D. Juan Pérez Pérez
NIF 32.323.323 F,
C/ Tuy nº 10, 5 I
A Coruña
981 22 22 22

Pi S.L.
CIF B32827877
Plaza de Pontevedra 2, 2 A
A Coruña
981 20 20 20
info@pisl.com

Albarán nº 1111 de Pedido nº 100 Fecha 15/09/2010

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe
ABCREC	Papel reciclado ABC	2.000 kg	0,5 €	1.000 €

Condiciones de entrega
Portes pagados, 20 bultos, transportista SEUR.

Observaciones
Uno de los bultos presenta un leve deterioro en el embalaje.

Indicar las incidencias en la entrega es importante para futuras reclamaciones

Conforme



Fdo: Marta Pi Pla

5. La factura

Es el documento expedido por el vendedor a cargo del comprador, que acredita la compraventa.

IVA y facturas
La factura debe incluir la base imponible y el tipo aplicable a cada producto.

También debe incluir referencias a los documentos de compra (número de pedido) y entrega (número de albarán).

Datos vendedor

Fecha
Factura nº

Datos comprador

Pedido nº
Albarán nº

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe

Base imponible	Tipo de IVA	Cuota de IVA	Total factura

Fecha de vencimiento

Forma de pago

Ejemplo de factura

El contenido de la factura se rige por:

- Ley 37/1992 del IVA.
- Real Decreto 1496/2003 sobre obligaciones de facturación

Las facturas han de realizarse por escrito y conservarse durante 6 años. Si son de bienes de inversión 10 años y si corresponden a terrenos y construcciones 15 años.

D. Juan Pérez Pérez
NIF 32.323.323 F,
C/ Tuy nº 10, 5 I
A Coruña
981 22 22 22

Pi S.L.
CIF B32827877
Plaza de Pontevedra 2, 2 A
A Coruña
981 20 20 20
info@pisl.com

Fecha 16/09/2010

Factura nº 1111

Pedido nº 100

Albarán nº 1111

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Importe
ABCREC	Papel reciclado ABC	2.000 kg	0,5 €	1.000 €

Base imponible	Tipo de IVA	Cuota de IVA	Total factura
1.000 €	18 %	180 €	1.180 €

Fecha de vencimiento: 19/09/2010

Forma de pago: Ingreso en CC 2091 0001 12 1234567890

6. El recibo

Es un documento expedido por la parte que recibe cierta cantidad (el vendedor), para que sirva al que paga (comprador) como justificante del pago.

Número Recibí de _____ La cantidad de _____ En concepto de _____ Lugar y fecha	Número Recibí de _____ La cantidad de _____ En concepto de _____ Lugar y fecha Son _____ € Nombre y firma del que recibe
---	--

Talonarios

Normalmente los recibos van agrupados en talonarios constando de dos partes:

- El recibo entregado al pagador.
- La matriz que queda en el talonario.

Normalmente se pone la cifra en letra en “la cantidad de” y en número en “Son”.

Ejemplo de recibo

Número123 Recibí de Dña. Marta Pi Plaza La cantidad de 600 euros En concepto de Anticipo A Coruña 15 de diciembre de 2010	Número123 Recibí deDña. Marta Pi Plaza La cantidad deSeiscientos euros ----- En concepto deAnticipo A Coruña 15 de diciembre de 2010 Son600€  Fdo: Juan Pérez Pérez
Matriz para el que recibe	Recibo para el que paga

7. La letra de cambio

Es un medio de pago emitido por quien debe cobrar (a diferencia del cheque y el pagaré que lo emite el que debe pagarlo). Se realiza en un modelo oficial que se puede comprar en cualquier estanco.

Con la compra del impreso se abona el impuesto de Actos Jurídicos Documentados, que estará en función del importe de la letra.

LUGAR DE LIBRAMIENTO		IMPORTE		X € De € Hasta € L 000000 L
FECHA DE LIBRAMIENTO		VENCIMIENTO		
Por esta LETRA DE CAMBIO pagará usted al vencimiento expresado a:				
La cantidad de (en letras):				
Persona o entidad: Dirección u oficina: Población:		En el domicilio de pago siguiente: CÓDIGO CUENTA CLIENTE (CCC)		
ACEPTO Fecha (firma)	cláusulas:		LIBRADOR (firma, nombre y domicilio)	
	LIBRADO Nombre: Domicilio: Población C.P.: Provincia:			
No utilizar este espacio por estar reservado a inscripción magnética				

Librado: persona que ha de pagar.

Librador: persona que emite la letra y tiene el derecho de cobro.

Avalista o fiador: garantiza el pago si el librado no lo hace.

El **timbre** (o sello) indica el precio del impreso y los límites que se pueden librar en esa letra.

El endoso de la letra de cambio

En el reverso de la letra de cambio figura el avalista (si lo hubiere) y el endoso (si se realiza). El endoso consiste en la transmisión a un tercero de los derechos de cobro de la cantidad librada en la letra.

No utilice este espacio por estar reservado para inscripción magnética		
Por aval de.....	Páguese a	
.....		
.....		
.....		
.....	con domicilio en	
A.....de.....de.....		
Nombre y domicilio del avalista		
.....	, a.....dede	
.....	Nombre y domicilio de endosante	
		

El librador puede ejercer acciones legales contra el avalista si el librado no paga la letra.

El avalista puede exigirle al librado la cantidad pagada en su nombre.

Si no se incluye la cláusula “no a la orden”, la letra podrá transmitirse por endoso en repetidas ocasiones.

Ejemplo de letra de cambio

Si suponemos que Marta Pi Plaza, acepta una letra de cambio emitida por Juan Pérez Pérez por valor 2.000 euros, la letra de cambio podría ser así:

LUGAR DE LIBRAMIENTO A Coruña		IMPORTE # 2.000.- € #	8,41 € De 1.502,53 € a 3.005,06€ L 000000 L
FECHA DE LIBRAMIENTO 20-11-2010		VENCIMIENTO 20-12-2010	
Por esta LETRA DE CAMBIO pagará usted al vencimiento expresado a: Juan Pérez Pérez			
La cantidad de (en letras): Dos mil euros -----			
Persona o entidad: Caixa Galicia Dirección u oficina: Plaza de Pontevedra 12 Población: A Coruña	En el domicilio de pago siguiente: CÓDIGO CUENTA CLIENTE (CCC) 2091 0000 01 0000000000		
ACEPTO Fecha 21-11-2010 (firma)  Fdo: María Pi Pla	cláusulas: LIBRADO Nombre: Marta Pi Plaza Domicilio: Juan Flórez 2, 2º E Población: A Coruña C.P.: 15000 Provincia: A Coruña	LIBRADOR (firma, nombre y domicilio)  Fdo: Juan Pérez Pérez C/ Tuy nº 10, 5 I, A Coruña	
No utilizar este espacio por estar reservado a inscripción magnética			

La aceptación puede ser total o parcial, pero siempre sin estar sujeta a ninguna condición

El **timbre** (o sello) indica el precio del impreso y los límites que se pueden librar en esa letra.

En este caso el impreso de la letra costaría 8,41 €, pudiendo librarse con él, la cantidad de 3.005,06 €.

Ejemplo de endoso de la letra de cambio

Supongamos que el padre de Marta, Salvador Pi Molina, avala la letra. Juan Pérez decide endosarla a Pinturas Artísticas S.A.

El endosante garantiza la aceptación y el pago de la letra.

Se puede excluir esta garantía con la cláusula "sin garantía".

No utilice este espacio por estar reservado para inscripción magnética		
Por aval de... el aceptante..... hasta 1.000 euros A 21... de Noviembre... de 2010	Páguese a Pinturas Artísticas S.A. con domicilio en ...C/ Sto. Tomás 2.... A Coruña, a 3 de Diciembre de 2010	CAIXA GALICIA declara a los efectos previstos en la Ley 19/1985, que presentado el presente efecto el 20 de diciembre de 2010, se ha denegado el pago por 2.000 euros. Madrid a 26 de Diciembre de 2010  /
Nombre y domicilio del avalista Salvador Pi Molina C/ Alfredo Vicenti 12, 2 A..... A Coruña	Nombre y domicilio del endosante  Fdo: Juan Pérez Pérez C/ Tuy nº 10, 5 I, A Coruña	

El protesto

Si llegado el vencimiento el librado no paga la letra, se procede al protesto notarial o declaración equivalente.

El Notario levanta acta conforme no ha sido pagada, teniendo dos días el librado para pagar ante el Notario o realizar alegaciones. Superado este plazo el Notario devuelve al tenedor la letra y el acta del protesto, para que este pueda ejercitar las acciones legales.

El protesto notarial se puede sustituir por una declaración de la entidad financiera en la que estaba domiciado el pago

8. El cheque

Documento de crédito utilizado por el titular de una cuenta bancaria para dar una orden de pago al banco con cargo a sus fondos.

Si no consta el nombre del beneficiario, se considera emitido **al portador**.

Banco o caja (entidad pagadora)	Entidad	Oficina	DC	Número de cuenta
Domicilio	CCC	0000	0000	00 0000000000
Euros				€
Páguese por este cheque a				
Euros (en letra)				
Ena.....de.....de.....				
				Firma del emisor
Serie tipo y número de documento				
Serie tipo y número de documento en código para lectura electrónica				

Cada cheque es único, y la serie, el tipo y el número sirve para identificarlo

Si el emisor es una empresa, además de la firma del apoderado lleva el sello de la empresa

Ejemplo de cheque

Documento de crédito utilizado por el titular de una cuenta bancaria para dar una orden de pago al banco con cargo a sus fondos.

Aunque el cheque sea nominal, es necesario presentar el NIF para cobrarlo si es superior a **3.005,06 €**

Los cheques prescriben a los seis meses

Plazos máximos de presentación de un cheque al cobro:

- 15 días para los emitidos en España.
- 20 días para los emitidos en Europa.
- 60 días para los emitidos en el resto de países.

CAIXA GALICIA	Entidad	Oficina	DC	Número de cuenta		
Plaza de Pontevedra 12	CCC	2091	0001	12	1234567890	
A Coruña						
Euros					----600 ---- €	
Páguese por este cheque a					Juan Pérez Pérez	NO A LA ORDEN
Euros (en letra)					-----Seiscientos-----	
En					A Coruña	a. 15 de Diciembre de 2010
Serie 8300 N° 1.123.456 3 9.200 1					Firma del emisor	
1.123.456.789*1112					Fdo: María Piñola	

Claúsulas que se pueden incluir en el cheque:

- “A la orden”. El tenedor del cheque puede endosarlo o transmitirlo a un tercero.
- “No a la orden”. No permite el endoso.

También pueden llevar el sello **“conformado”** que indica que el banco garantiza que existen fondos para pagarlo o **“para abonar en cuenta”**, que obliga a cobrarlo mediante su ingreso en una cuenta bancaria.

El cheque cruzado

En esta variante se trazan dos líneas paralelas que cruzan el cheque forma transversal. a emisión de cheques. Se utiliza para asegurar que el cheque se cobra a través de una entidad bancaria (cualquiera si se no se pone ninguna) o específica (si se añade un nombre).

CAIXA GALICIA	Entidad	Oficina	DC	Número de cuenta
Plaza de Pontevedra 12	CCC	2091	0001	12 1234567890
A Coruña	Euros ----600 ---- €			
Páguese por este cheque a Juan Pérez Pérez		NO A LA ORDEN		
Euros (en letra) -----Seiscientos-----				
En A Coruña		a 15 de Diciembre de 2010		
Serie 8300 N° 1.123.456 3 9.200 1		Firma del emisor		
1.123.456.789*1112		Fdo: María Piñola		

Se suelen utilizar las denominaciones “y Cía” o “Banco” en el interior de las bandas de cruce.

9. El pagaré

Documento que supone una promesa de pago. A diferencia del cheque queda determinado en el momento de la emisión cuando se podrá cobrar.

Si no consta la fecha del vencimiento se considera que el vencimiento es **a la vista** (a partir de ese momento).

Banco o caja (entidad pagadora)	Entidad	Oficina	DC	Número de cuenta
Domicilio	CCC	0000	0000	00 0000000000
Euros				€
Vencimientode.....de.....				
Por este pagaré me comprometo a pagar el día del vencimiento				
a				
Euros (en letra)				
Ena.....de.....de.....				
				Firma del emisor
Serie tipo y número de documento				
Serie tipo y número de documento en código para lectura electrónica				

Cada pagaré es único, y la serie, el tipo y el número sirve para identificarlo

Si el emisor es una empresa, además de la firma del apoderado lleva el sello de la empresa

Ejemplo de pagaré

Si no consta la fecha del vencimiento se considera que el vencimiento es **a la vista** (a partir de ese momento).

CAIXA GALICIA	Entidad	Oficina	DC	Número de cuenta	
Plaza de Pontevedra 12	CCC	2091	0001	12	1234567890
A Coruña	Euros -----600----- €				
Vencimiento 17 de Diciembre de 2010					
Por este pagaré me comprometo a pagar el día del vencimiento					
a Juan Pérez Pérez					
Euros (en letra) -----Seiscientos-----					
En A Coruña a 15 de Diciembre de 2010					
Serie 8300 N° 1.123.456 3 9.200 1					
1.123.456.789*1112					
Firma del emisor					
Fdo: María Piñella					

Cada pagaré es único, y la serie, el tipo y el número sirve para identificarlo

Al igual que el cheque se puede añadir cláusulas para endosarlo o abonarlo en cuenta.

¡Pagamos!



CONTRATO DE TRABAJO



SALARIO



DEDUCCIONES
SALARIO



ESTRUCTURA
RECIBO SALARIAL



FINIQUITO



CONTABILIDAD
DE NÓMINAS

TEMA 9

NÓMINAS

El Texto Refundido de la Ley Estatuto de los Trabajadores de 1995 (LET) es el marco general que regula las relaciones laborales en España. De forma sucesiva van operando **otros marcos** como la legislación específica de contratación y el convenio colectivo. El contrato de trabajo no puede vulnerar ni contradecir ninguno de estos límites legales.

LEY DEL ESTATUTO DE LOS TRABAJADORES

El contrato de trabajo

Es un acuerdo entre empresario y trabajador. Se puede celebrar por escrito o verbalmente, salvo cuando la ley marque lo contrario.

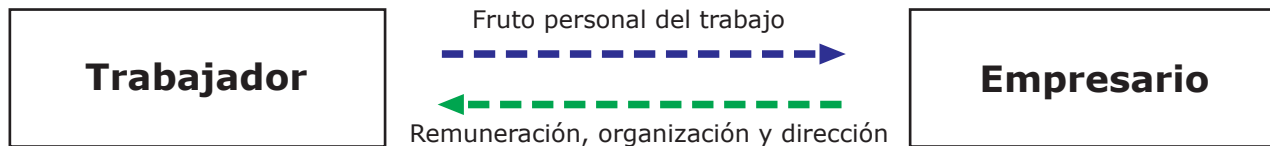
Existen muchas modalidades de contratos de trabajo, pero básicamente se pueden dividir en:

- Contratos indefinidos. No se fija una duración determinada de tiempo.
- Contratos temporales. Con duración establecida o fecha de finalización condicionada a algún suceso.
- Contratos a tiempo parcial. La duración de la jornada laboral es inferior a lo habitual. Pueden ser indefinidos y temporales.

Legislación específica de contratación

Convenio colectivo

Pacto
empresario
trabajador



Contrato de trabajo: acuerdo entre una persona con capacidad legal para trabajar (trabajador), para realizar personal y voluntariamente un trabajo por cuenta ajena, bajo la organización y dirección de otra (empresario), a cambio de una remuneración.

2. El salario

El Estatuto de los Trabajadores considera salario a “la totalidad de las percepciones económicas, en dinero o en especie”. Establece como excepciones algunos tipos de indemnizaciones (traslados, despidos, Seguridad Social..), que se restarán de la cantidad percibida como salario.

Componentes del salario

El salario se dividen en dos grandes bloques:

- **Salario base.** Se percibe por el hecho de trabajar, en función de la categoría profesional. No tiene en cuenta las circunstancias personales o resultados de la empresa.
- **Complementos salariales.** Están en función de la situación personal del trabajador o del rendimiento realizado: antigüedad, horas extra, primas, turnicidad, desplazamientos, dietas...

Salarios: totalidad de las percepciones económicas de los trabajadores, en dinero o en especie, por la prestación profesional de servicios laborales por cuenta ajena, ya retribuyan el trabajo efectivo, cualquiera que sea la forma de remuneración, o los periodos de descanso computables como de trabajo.

SMI: Salario mínimo interprofesional. Establecido como mínimo por el Estatuto de los Trabajadores para un jornada laboral a tiempo completo.



3. Deducciones en el salario

El trabajador no recibe íntegramente su retribución: se le deduce su aportación a la Seguridad Social y la retención del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.



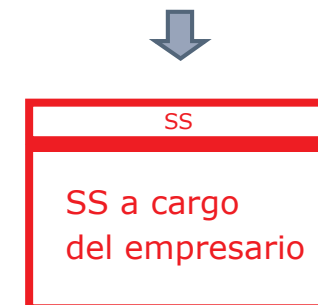
Retención IRPF: dinero que la Agencia Tributaria detrae del salario por medio de la empresa como anticipo de la cuota del impuesto que después habrá que pagar.

Coste salarial para el empresario

El empresario, tener contratado un trabajador no sólo le cuesta el salario bruto, también tiene que abonar una cuota mensual a la seguridad social.

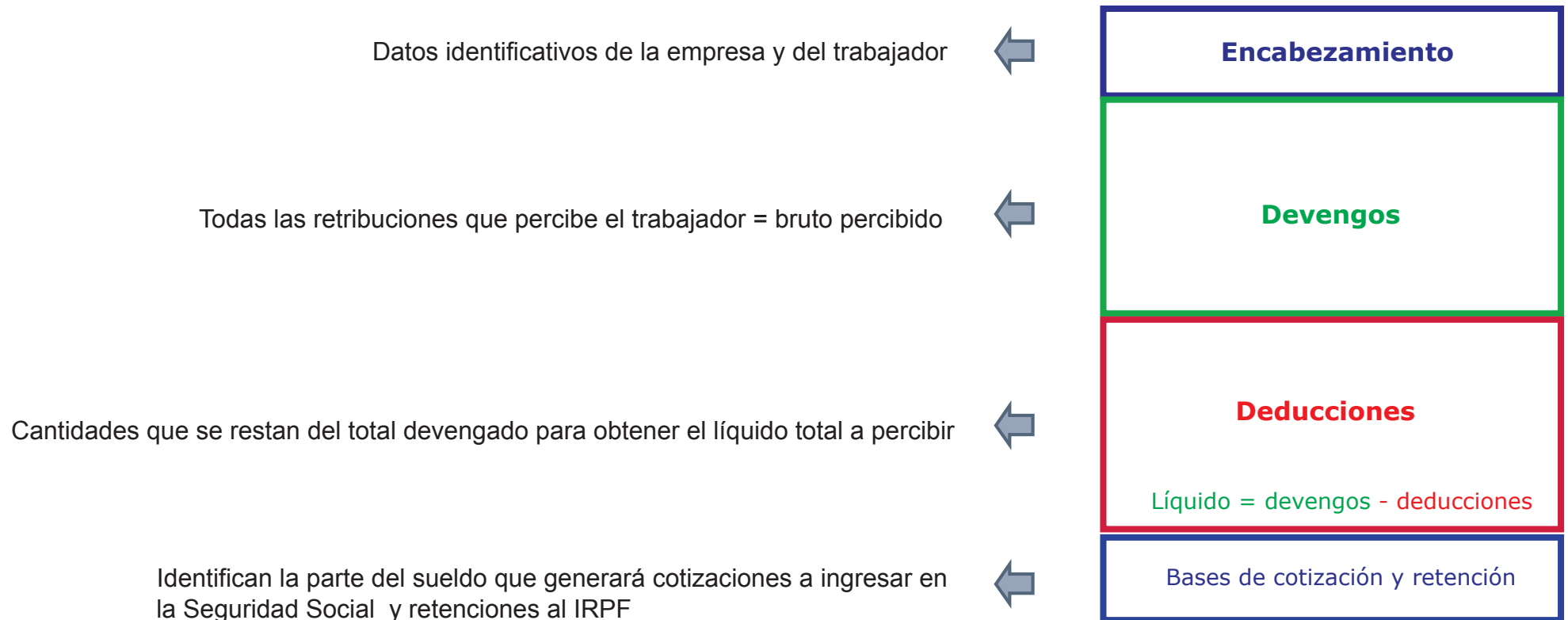


El empresario ingresa en la Seguridad Social la cuota que le corresponde a él, más la cuota que le retiene al trabajador.

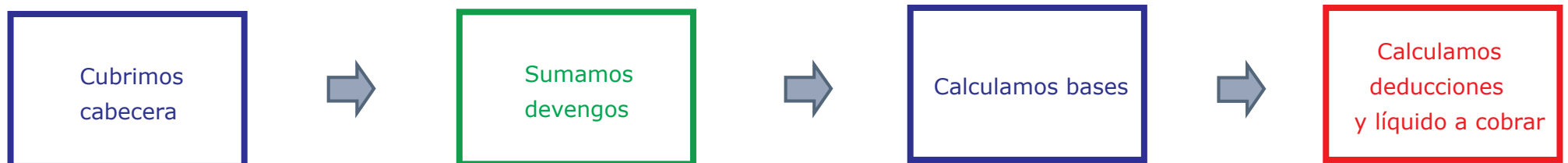


4. Estructura del recibo de salarios

La **nómina o recibo salarial** es el documento que justifica el pago de las retribuciones al trabajador por parte del empresario.



Proceso de elaboración



5. Encabezamiento

La categoría o grupo profesional y los grupos de cotización están definidos en tablas oficiales.

Desde el 2002 no es obligatorio que la empresa lleve Libro de Matrícula.

Se asigna desde la primera vez que un trabajador se da de alta. El trabajador mantiene este número durante toda su vida.

Empresa: _____	Trabajador: _____
Domicilio: _____	N.I.F. : _____ Número Libro de Matrícula: _____
C.I.F.: _____	Número de afiliación a la Seguridad Social: _____
Código de cuenta de cotización a la Seguridad Social: _____	Categoría o grupo profesional: _____
	Grupo de cotización: _____

Periodo de liquidación: del de al dede	Total días
---	---------------------------------

- Si el trabajador tiene retribución mensual y ha estado de alta todo el mes, se pone siempre el total de 30 días (independientemente de los días que tenga ese mes).
- Si su retribución es diaria y ha estado de alta todo el mes, se pone el número de días que realmente tiene ese mes, 28, 29, 30 o 31
- Si comenzó a trabajar después del día 1, se contarán los días exactos que estuvo incorporado ese mes.

6. Devengos

Como regla general las percepciones salariales cotizan a la Seguridad Social.

Las **percepciones salariales** son la totalidad de retribuciones, en dinero o en especie, que el trabajador percibe como contraprestación a su prestación de servicios laborales.
Retribuyen tanto el trabajo efectivo como los períodos de descanso computables como trabajo (días festivos, descanso semanal, vacaciones..).

Las **percepciones extrasalariales** tienen como finalidad compensar los gastos ocasionados al trabajador como consecuencia del desarrollo de su trabajo.

I. DEVENGOS	TOTALES
1. Percepciones salariales	
Salario base.....	_____
Complementos salariales	
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Horas extraordinarias	_____
Gratificaciones extraordinarias	_____
Salario en especie	_____
2. Percepciones extrasalariales	
Indemnizaciones o suplidos por gastos	
_____	_____
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social	
_____	_____
Indemnizaciones por traslados, suspensiones y despidos	
_____	_____
Otras percepciones no salariales	
_____	_____
A. TOTAL DEVENGOS.....	_____

Las percepciones extrasalariales por regla general no cotizan

7. Bases de cotización

BCCC = Percepciones Salariales, sin incluir las horas extraordinarias + excesos no salariales + Prorratio de retribuciones de vencimiento superior al mes (pagas extras, de beneficios)

Prorratio de retribuciones superior al mes = Importe anual estimado / 12

DETERMINACIÓN DE LAS BASES DE COTIZACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL Y CONCEPTOS DE RECAUDACIÓN CONJUNTA Y DE LAS BASE SUJETA A RETENCIÓN DEL I.R.P.F.

- | | |
|---|-------|
| 1. Base de cotización por contingencias comunes | |
| Remuneración mensual | _____ |
| Prorrata pagas extraordinarias | _____ |
| TOTAL | _____ |
| 2. Base de cotización por contingencias profesionales (A.T. y E.P.) y conceptos de recaudación conjunta (Desempleo, Formación Profesional, Fondo de Garantía Salarial)..... | _____ |
| 3. Base de cotización adicional por horas extraordinarias | _____ |
| 4. Base sujeta a retención del I.R.P.F. | _____ |

BCCP Y CONCEPTOS DE RECAUDACIÓN CONJUNTA =

Percepciones Salariales, incluyendo horas extraordinarias + Excesos de percepciones no salariales + Prorratio de retribuciones de vencimiento superior al mes (pagas extras, de beneficios)

B.C. HORAS EXTRAORDINARIAS =

Retribución en concepto de Horas Extraordinarias

CONTINGENCIAS COMUNES: situaciones derivadas de enfermedades comunes, maternidad y accidente no laboral.

CONTINGENCIAS PROFESIONALES: (Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales; AT y EP).

DESEMPLEO: se destina a cubrir este riesgo, que está gestionado por el INEM.

FONDO DE GARANTIA SALARIAL: se destina a garantizar los salarios, indemnizaciones y salarios de tramitación que las empresas no abonen a sus trabajadores, con independencia de la propia responsabilidad empresarial.

FORMACION PROFESIONAL: están destinadas a fines de formación, reciclaje, etc. profesional.

COTIZACION ADICIONAL POR HORAS EXTRAORDINARIAS: están sujetas a una cotización adicional, con el fin de incrementar los recursos de la Seguridad Social.

8. Deducciones

Cuota Cotización por Contingencias Comunes =

Tipo aplicable según tabla sobre Base de Cotización por Contingencias Comunes.

Cuota Cotización por Desempleo =

Tipo aplicable según tabla sobre Base de Cotización por Desempleo.

Cuota Cotización por Formación Profesional =

Tipo aplicable según tabla sobre Base de Cotización por Formación Profesional.

Cuota Cotización por Horas Extraordinarias =

Tipo aplicable según tabla sobre Base Cotización por Horas Extraordinarias.

II. DEDUCCIONES

TOTALES

1. Aportación del trabajador a las cotizaciones a la Seguridad Social
conjunto de conceptos de recaudación

	%	
Contingencia comunes	_____	_____
Desempleo	_____	_____
Formación Profesional	_____	_____
Horas extraordinarias	_____	_____
Fuerza mayor o estructurales	_____	_____
No estructurales	_____	_____
TOTAL APORTACIONES	_____	_____
2. Impuesto sobre la renta de las persona físicas	_____	_____
3. Anticipos	_____	_____
4. Valor de los productos en especie	_____	_____
5. Otras deducciones.....	_____	_____

B. TOTAL A DEDUCIR

-B).....

A PERCIBIR (Adede

Firma y sello de la Empresa

RECIBÍ

El empresario tiene la obligación de practicar la retención de IRPF que corresponda según la situación económica y familiar del trabajador.

9. “El finiquito”

Nombre común que recibe el documento que firma el trabajador a la extinción de su contrato de trabajo.

Componentes del finiquito

- El Salario de los últimos días trabajados del mes en el que cesa.
- El pago de las vacaciones no disfrutadas (calculadas desde el 1 de enero del año en curso hasta el cese a razón de 2,5 días por mes y descontando los días disfrutados).
- Las pagas extraordinarias. Se calcula la parte proporcional desde el inicio del semestre hasta la fecha de cese.
- Otros conceptos. Se incluirían posibles indemnizaciones (como puede ser el caso de algunos contratos de duración determinada) y otras pagas extraordinarias reguladas en el convenio aplicable.

Parte
proporcional
pendiente

Salario

Vacaciones

Pagas extra

Otros

La firma del finiquito

La firma del finiquito libera al empresario de futuras obligaciones. Por ello es muy importante que el trabajador esté conforme y bien informado de lo que firma.

Para ello tiene derecho a requerir la presencia de un miembro del comité de empresa o delegado de personal.

Sólo se debe firmar el finiquito si se está totalmente seguro y convencido de lo que se firma.

Ejemplo de recibo salarial

RECIBO INDIVIDUAL JUSTIFICATIVO DEL PAGO DE SALARIOS

Empresa: EMPRESA, S.A.
Domicilio: Bonilla, 19
C.I.F.: 28028
Codigo de Cuenta de Cotización
a la Seguridad Social: 28000094844

Trabajador: ANTONIO ALVAREZ AVILES
N.I.F.: 14769332 M Antigüedad: 01-01-1990
Número de Afiliación a la Seguridad Social: 280000324433
Categoría o Grupo Profesional: Jefe Administrativo
Grupo de Cotización: 03

Periodo de liquidación: del 1 de Enero al 31 de Enero de 2.009

Total días 31

I. DEVENGOS

TOTALES

1. Percepciones salariales	
Salario base	841,42
Complementos salariales	
Antigüedad	126,21
Plus Convenio	174,29
Plus Distancia	36,06
Horas Extraordinarias	120,20
Gastos Manutención	474,80
Salario en especie	
2. Percepciones no salariales	
Indemnizaciones o suplidos	
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social	
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos	
Otras percepciones no salariales	

A TOTAL DEVENGADO 1.772,98

II. DEDUCCIONES

1. Aportación del trabajador a las cotizaciones a la Seguridad Social y conceptos de recaudación conjunta	
%	
Contingencias comunes	4,70 64,88
Desempleo	1,55 23,26
Formación Profesional	0,10 1,50
Horas extraordinarias	
Fuerza mayor	
Resto	4,70 5,65
TOTAL APORTACIONES	95,29
2. Impuesto sobre la renta de las personas físicas 20	269,25
3. Anticipos	
4. Valor de los productos recibidos en especie	
5. Otras deducciones	

B. TOTAL A DEDUCIR 364,54

LIQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A-B) 1.408,44

Firma y sello
de la Empresa

Madrid, 31 de enero de 2.009

RECIBI

DETERMINACIÓN DE LAS BASES DE COTIZACIÓN A LA SEGURIDAD SOCIAL Y CONCEPTOS DE RECAUDACIÓN CONJUNTA Y DE LA BASE SUJETA A RETENCIÓN DEL I.R.P.F.

1. Base de cotización por contingencias comunes	
Remuneración mensual	1.190,00
Prorrata pagas extraordinarias	190,32
TOTAL	1.380,32
2. Base de cotización por contingencias profesionales (A.T. y E.P.) y concepto de recaudación conjunta (Desempleo, Formación Profesional, Fondo de Garantía Salarial)	1.500,52
3. Base de cotización adicional por horas extraordinarias	120,20
4. Base sujeta a retención del I.R.P.F.	1.346,26

Fuente

www.seg-social.es/prdi00/groups/public/documents/binario/50925.pdf

11. Contabilidad de nóminas

En la contabilidad diferenciaremos la retribución bruta, los pagos a la seguridad social y las retenciones del IRPF.

Ejemplo:

Contratamos un empleado cuyo sueldo mensual es:

- Retribución bruta = 2.000 €
- S.S. a cargo de la empresa (cuota patronal) = 600 €.
- S.S. a cargo del trabajador (cuota obrera) = 200 €
- Retención por I.R.P.F. = 20%

A la Seguridad Social la empresa le debe la cuota patronal + la cuota obrera

2.000	(640) Sueldos y salarios	(476) Organismos S.S. acreedores	800
600	(642) S.S. a cargo de la empresa	(475) H.P. acreedora por retenciones	400
		(572) Banco c /c	1.400

Costes brutos y totales

El trabajador recibe sólo una parte del coste laboral total, y el empresario paga bastante más del sueldo bruto.

¡Obtenemos!



INGRESOS Y GASTOS



COBROS Y PAGOS



CUENTA
RESULTADOS ANALÍTICA



TIPOS DE RESULTADOS



APLICACIÓN
DEL RESULTADO



RENTABILIDAD

TEMA 10

RESULTADOS

1. La cuenta de resultados

La cuenta de resultados (pérdidas y ganancias) informa del resultado económico obtenido por la empresa. El resultado modifica el valor patrimonial de la empresa, aumentando en caso de beneficio y disminuyendo si existe pérdida.

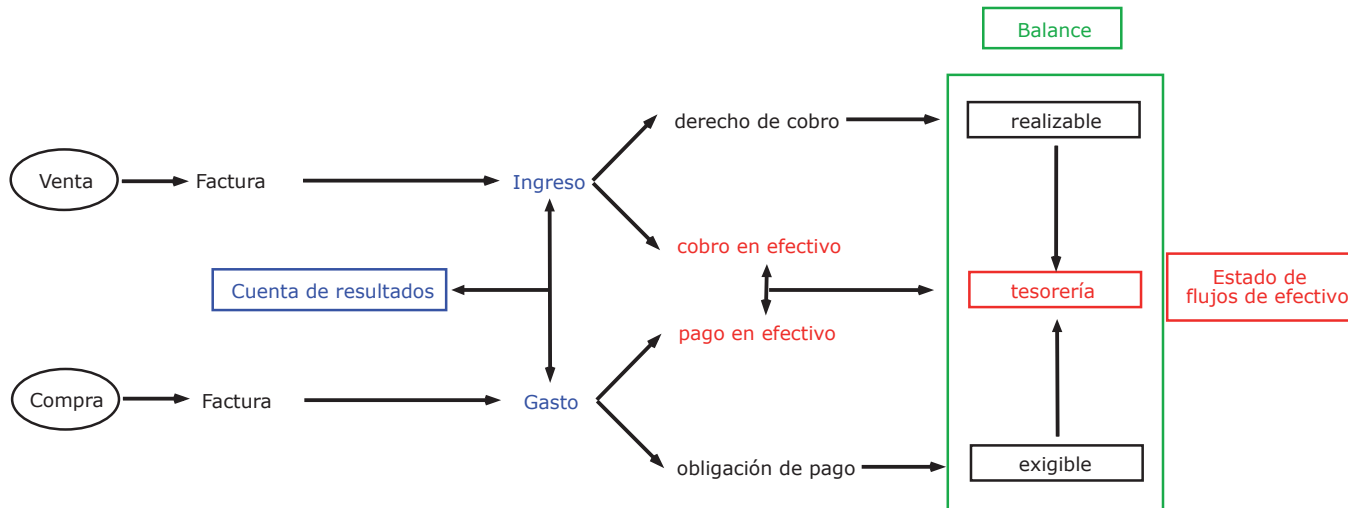
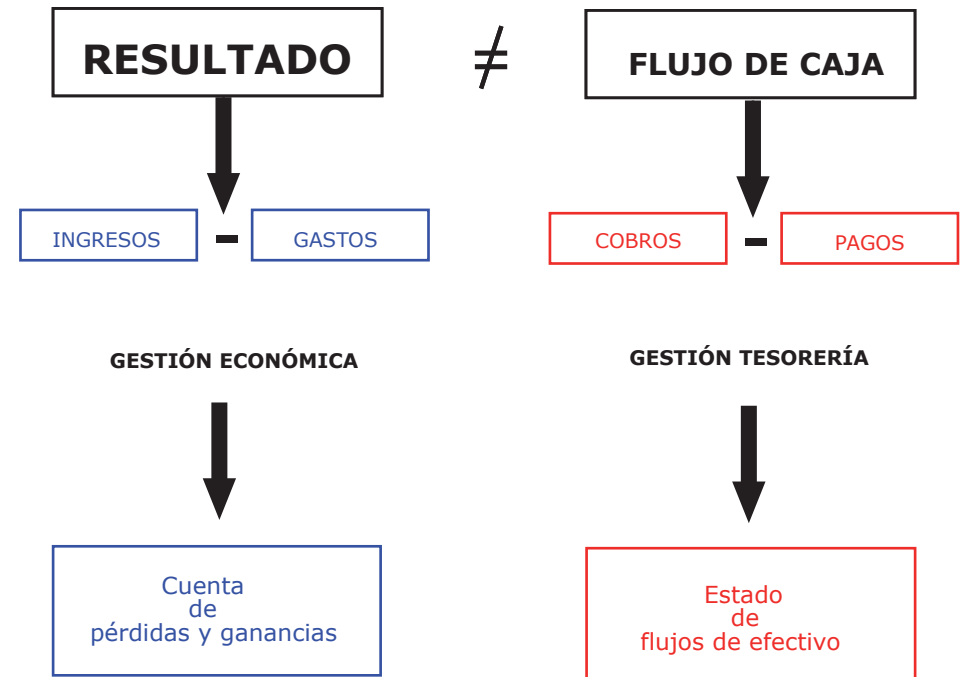
Es importante distinguirla del estado de flujos de efectivo (EFE), que recoge los movimientos y saldos de tesorería: las entradas y salidas de efectivo.

Ingreso: operaciones que incrementan el valor patrimonial de la empresa (ventas, subvenciones...).

Gasto: operaciones que disminuyen el valor patrimonial de la empresa (salarios, teléfono...).

Cobro: entrada de flujo de dinero en la empresa.

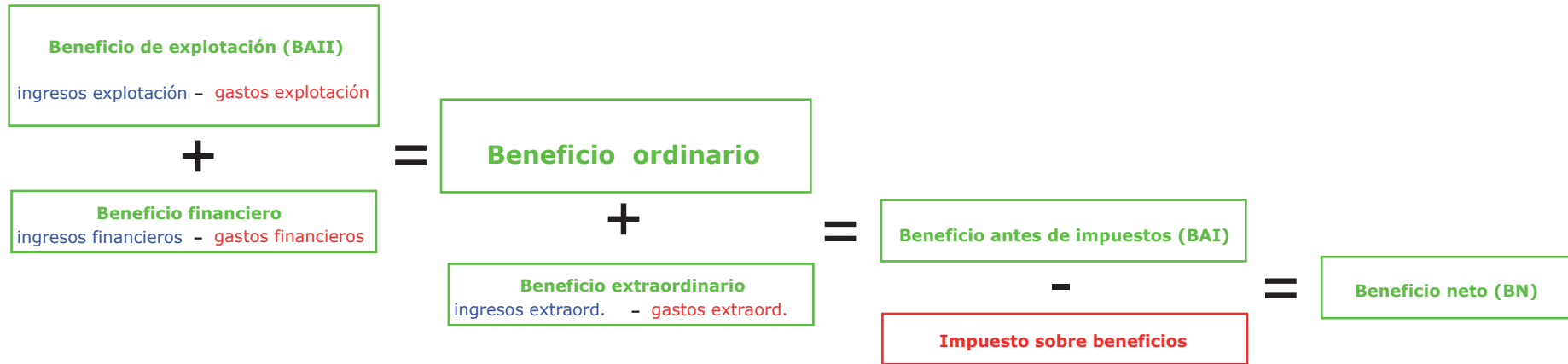
Pago: salida de flujo de dinero de la empresa.



Al producirse una **venta** se genera una **factura** que se refleja en la cuenta de resultados como un **ingreso**, con independencia de que se cobre al contado o quede pendiente de cobro.

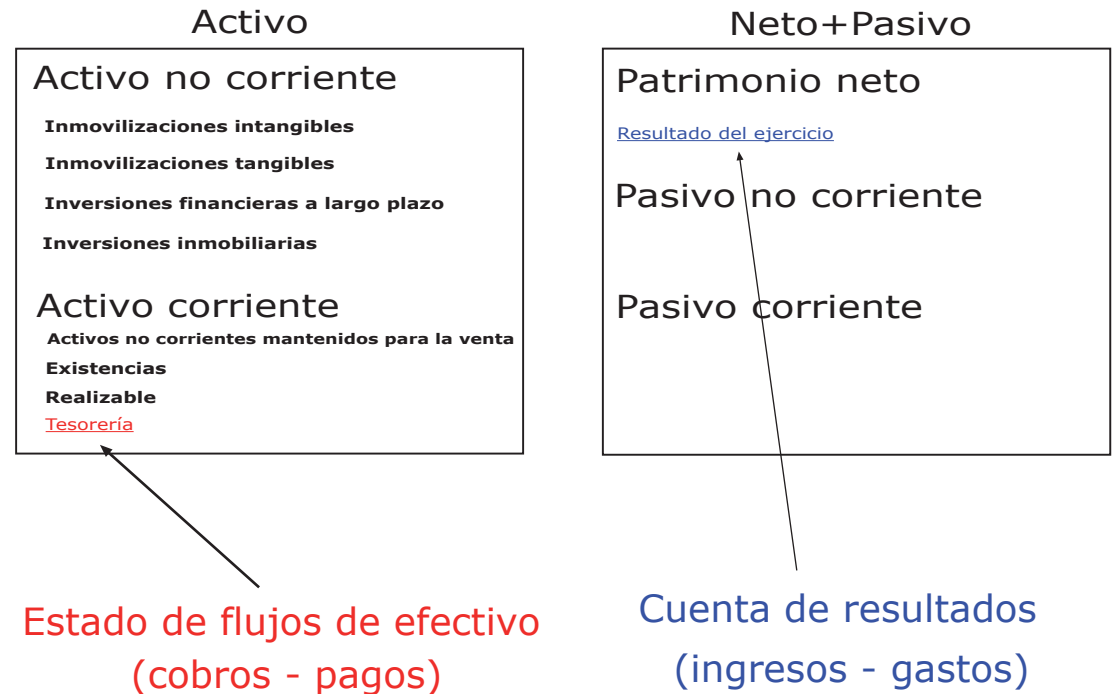
Cuando se produce una **compra** se computa en la cuenta de resultados como un **gasto**, independientemente del momento de pago.

2. Clases de resultados



CLASES DE RESULTADO

- **Resultado de explotación (BAII):**
Ingresos menos los gastos de la actividad principal de la empresa.
- **Resultado financiero:**
Ingresos y beneficios menos los gastos y pérdidas de carácter financiero.
- **Beneficio antes de impuestos (BAI):**
Suma del resultado de explotación y del financiero.
- **Beneficio neto:**
Procede de deducir del BAI el impuesto de sociedades.



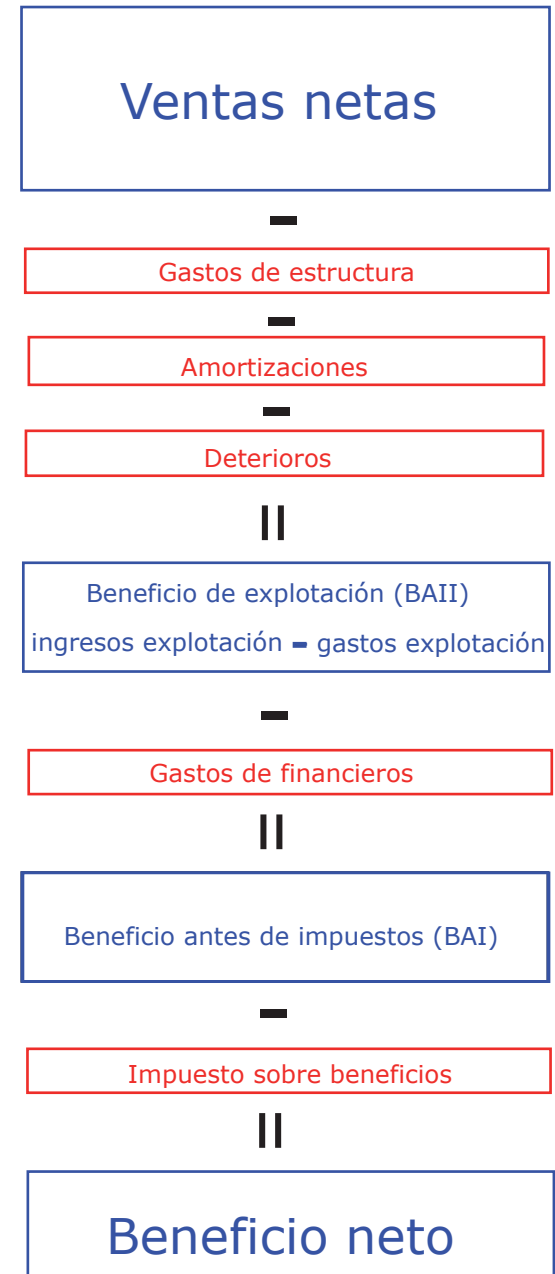
3. La cuenta de resultados analítica

Para analizar el resultado de la empresa se suele utilizar un formato distinto al oficial:

- **Ventas netas:** ingresos por la actividad propia de la empresa, deducidos los descuentos y bonificaciones en factura y los impuestos de dichas ventas.
- **Gastos proporcionales:** directamente imputables a las ventas (materias primas, portes...).
- **Margen bruto** = ventas netas- gastos proporcionales
- **Gastos de estructura:** gastos fijos (alquileres, sueldos...)
- **Amortizaciones:** desgaste del inmovilizado.
- **Deterioros:** Pérdida de valor de los activos.
- **Beneficio antes de intereses e impuestos** o BAI o EBIT (earnings before interests and taxes): recoge el resultado de la empresa sin tener en cuenta la estructura financiera.
- **Ingresos y gastos financieros:** relacionados con la actividad financiera de la empresa.
- **Beneficio antes de impuestos:** resultado teniendo en cuenta la estructura financiera.
- **Impuesto sobre beneficios:** importe que debe pagar en función del beneficio obtenido.
- **Resultado neto:** resultado final de la empresa.

EBITDA= Resultado operativo, es el Beneficio antes de intereses, impuestos y amortizaciones (earnings before interests, taxes, depreciation and amortization).

Es frecuentemente utilizado, ya que es muy útil para medir la capacidad de la empresa de generar fondos si no se tiene en cuenta la política de financiación, fiscalidad y las amortizaciones del inmovilizado.



4. La aplicación del resultado

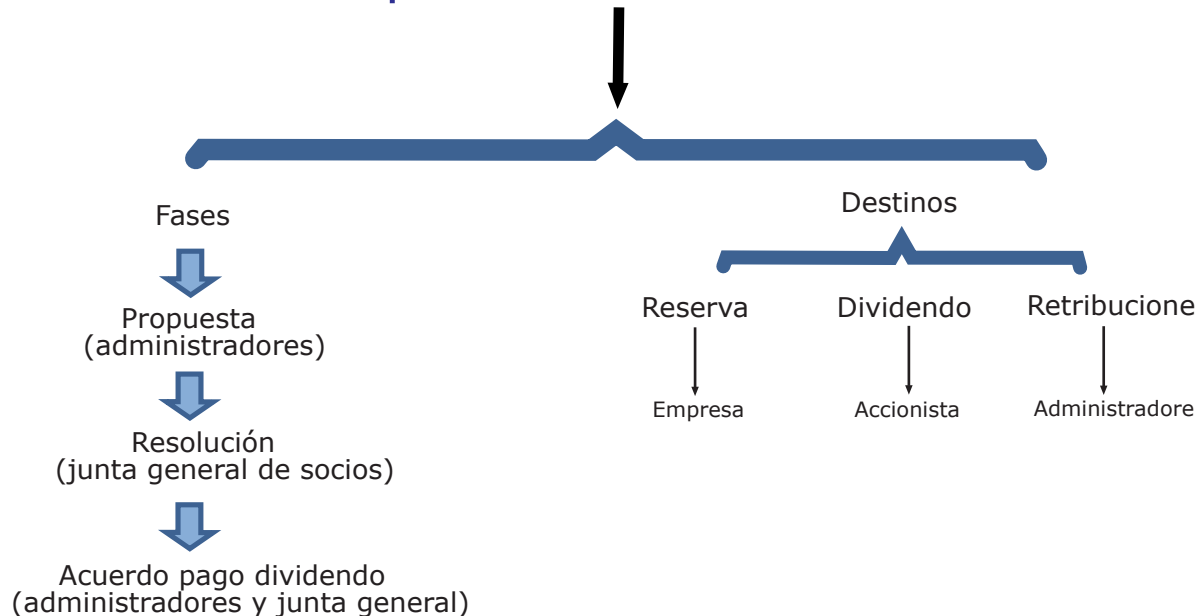
Los recursos propios principalmente proceden de las aportaciones sociales y de los beneficios no repartidos (reservas).

- El capital social (aportaciones socios)
- La aplicación del resultado

Fases de la aplicación del resultado:

- Propuesta de aplicación por los administradores.
- Resolución por la junta general.
- Acuerdo de pagos de dividendos a cuenta por administradores y junta general.

La aplicación del resultado



En qué se aplica el resultado:

- Reserva legal.
Obligatoria. Siempre que haya beneficio hay que dotarla con un 10% del beneficio hasta que alcance el 20% del capital social.
- Reservas especiales.
Existen otros tipos de reservas como las estatutarias, las de acciones propias aceptadas como garantía o las de capital amortizado, que también son obligatorias.
- Dividendos activos.
Parte del beneficio abonado a los accionistas. Necesario cubrir primero las reservas de carácter obligatorio antes de proceder al reparto.
- Reservas voluntarias.
Constituidas libremente por la empresa.
- Retribución a los administradores.

5. La rentabilidad

Un dato crucial para la empresa es conocer su rentabilidad, el grado de eficiencia con que utiliza sus recursos para generar ingresos. La rentabilidad muestra una relación entre beneficios obtenidos e inversión realizada

Ventas netas
- Gastos proporcionales (coste ventas)
= Margen bruto
- Gastos de estructura
- Deterioros
= BENEFICIO OPERATIVO (EBITDA), ANTES DE AMORTIZACIONES, INTERESES E IMPUESTOS
- Amortizaciones
= BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS (BAII, EBIT)
+/- Ingresos y Gastos financieros
= BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)
- Impuestos sobre beneficios
= RESULTADO DEL EJERCICIO



BENEFICIO

INVERSIÓN



ACTIVO

NETO
PASIVO

La **rentabilidad económica** o ROI (return on investment):

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{BAII}}{\text{ACTIVO}}$$

Es deseable que sea lo mayor posible, y en concreto mide:

- La eficacia del activo independientemente de cómo esté financiado.
- La capacidad de la empresa para remunerar a los recursos financieros utilizados.

La **rentabilidad financiera** o ROE (return on equity):

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{NETO PATRIMONIAL}}$$

Es deseable que sea lo mayor posible, y en concreto mide:

- El rendimiento obtenido por el capital invertido de los socios.

Ejercicio práctico contable: De Oriente S.A.

- 1- Con el objetivo de compra-venta de material informático directamente de China, creas una S.A. aportando un capital de 60.100 € .
- 2- Alquilas un local por el que pagas 9.000 € de arrendamiento anual.
- 3- Compras un ordenador (1.000 €), una silla y una mesa (300 €).
- 4- Contratas un empleado trilingüe chino-español-inglés cuyo sueldo anual pagas por adelantado:
 - Retribución bruta = 20.000 €
 - S.S. a cargo de la empresa (cuota patronal) = 6.000 €.
 - S.S. a cargo del trabajador (cuota obrera) = 2.000 €
 - Retención por I.R.P.F. = 20%
5. El banco te concede un préstamo por valor de 60.000 € para devolver antes de finalizar el año, pagando 6.000 euros de intereses por adelantado.
6. Adquieres mercaderías por valor de 90.000 euros. Las pagarás a los 3 meses.
7. Vendes las mercaderías por 150.000 euros, cobrando a los dos meses.
8. Prestas a otra empresa 6.000 euros, que te devolverán antes de finalizar el año con un tipo de interés del 5%.
9. Los clientes aceptan una letra de cambio por el valor de la deuda.
10. Los clientes pagan la letra de cambio.
11. Aceptas una letra de cambio por tu deuda con los proveedores.
12. Pagas la deuda con los proveedores.
13. Devuelves el préstamo.
14. La empresa te devuelve el dinero prestado y los intereses correspondientes.
15. Abonas gastos de luz, agua, calefacción...total 3.000 euros.

Es un ejemplo muy simplificado, evidentemente alquileres, sueldos y otros gastos no se suelen pagar por adelantado, sino mes a mes.

Se pide:

- a) Contabiliza las distintas operaciones en el libro diario y el libro mayor (IVA 18%)
- b) Realiza un balance de comprobación de sumas y saldos después de contabilizar el último asiento.
- c) Al finalizar el ejercicio económico calcula el resultado (Impuesto sobre sociedades 30%).
- d) Representa el balance empresarial (antes del cómputo del impuesto sobre sociedades) y la cuenta de resultados analítica.
- e) Calcula la rentabilidad económica y la financiera.

Suponemos que todos los suministros asumen un IVA del 18%. Aunque realmente la electricidad tiene un iva del 18%, mientras que el agua tiene una parte al 18% por la conservación del contador (base imponible), otra parte sin iva por el saneamiento el resto al 8%.

Solución ejercicio práctico final

60.100	(572) Banco c / c	(100) Capital social	60.100
9.000	(624) Arrendamientos		
1.620	(472) H.P. IVA soportado	(572) Banco c /c	10.620
1.000	(217) Equipo procesamiento de la información		
300	(216) Mobiliario	(572) Banco c / c	1.534
234	(472) H.P. IVA soportado		
20.000	(640) Sueldos y salarios	(476) Organismos S.S. acreedores	8.000
6.000	(642) S.S. a cargo de la empresa	(475) H.P. acreedora por retenciones	4.000
		(572) Banco c /c	14.000
60.000	(572) Banco c / c	(520) Deudas a c/p con entidades de crédito	60.000
6.000	(662) Intereses de deudas	(572) Banco c / c	14.000
90.000	(600) Compras de mercaderías		
16.200	(472) H.P. IVA soportado	(400) Proveedores	106.200
177.000	(430) Clientes	(700) Ventas de mercaderías	150.000
		(477) H.P. IVA repercutido	27.000

Aunque es poco realista, para simplificar, contabilizamos los alquileres y el salario por el total anual y no mes a mes, como sería lo normal.

Es importante ir fijándose en qué cuentas son del grupo 7 (ingresos) y cuáles del grupo 6 (gastos).

6.000	(542) Créditos a c/p	(573) Banco c / c	6.000
177.000	(431) Clientes, efectos comerciales a cobrar	(430) Clientes	177.000
177.000	(572) Banco c / c	(431) Clientes, efectos comerciales a cobrar	177.000
106.200	(400) Proveedores	(401) Proveedores efectos comerciales a pagar	106.200
106.200	(401) Proveedores efectos comerciales a pagar	(572) Banco c /c	106.200
60.000	(520) Deudas a c/p con entidades de crédito	(572) Banco c /c	60.000
6.300	(572) Banco c / c	(542) Créditos a c/p	6.000
		(762) Ingresos de créditos	300
3.000	(628) Suministros		
540	(472) H.P. IVA soportado	(572) Banco c /c	3.540

A medida que vamos anotando las operaciones en el libro diario, lo vamos haciendo también en el mayor.

Al finalizar el ejercicio, para calcular el resultado, se realiza un proceso denominado **regulización**, en el que no entramos en esta asignatura.

Debe	Banco c/c	Haber
60.100		10.620
60.000		1.534
		14.000
177.000		6.000
		6.000
6.300		106.200
		3.540

Debe	Capital social	Haber
		60.100

Debe	Arrendamientos	Haber
9.000		

Debe	H.P. IVA Soportado	Haber
1.620		
234		
16.200		
540		

Debe	Equipo proc. información	Haber
1.000		

Debe	Mobiliario	Haber
300		

Debe	Sueldos y salarios	Haber
20.000		

Debe	S.S. a cargo de la empresa	Haber
6.000		

Debe	Organismos S.S. acreedores	Haber
		8.000

Debe	H.P. acreedora por retenc.	Haber
		4.000

Debe	Deudas a c/p ent. crédito	Haber
60.000		60.000

Debe	Intereses de deudas	Haber
6.000		

Debe	Compra de mercaderías	Haber
90.000		

Debe	Proveedores	Haber
106.200		106.200

Debe	Cientes	Haber
177.000		177.000

Debe	Venta de mercaderías	Haber
		150.000

Debe	Créditos a c/p	Haber
6.000		6.000

Debe	Cientes, efec comerc.	Haber
177.000		177.000

Debe	Proveedores efec. comerc.	Haber
106.200		106.200

Debe	Ingresos de créditos	Haber
		300

Debe	Suministros	Haber
3.000		

Debe	H.P IVA repercutido	Haber
		27.000

	Sumas		Saldos	
Cuentas	Debe	Haber	Deudor	Acreedor
Banco c/c	303.400	207.894	95.506	
Capital social		60.100		60.100
Arrendamientos	9.000		9.000	
H.P. IVA Soportado	18.594		18.594	
Equipos para procesos de informat	1.000		1.000	
Mobiliario	300		300	
Sueldos y salarios	20.000		20.000	
Seguridad Social cargo empresa	6.000		6.000	
Organismos S.S. acreedores		8.000		8.000
H.P. acreedora por retenciones		4.000		4.000
Duedas a c/p con entidades crédito	60.000	60.000	0	0
Intereses de deudas	6.000		6.000	
Compra de mercaderías	90.000		90.000	
Proveedores	106.200	106.200	0	0
Clientes	177.000	177.000	0	0
Venta de mercaderías		150.000		150.000
Créditos a c/p	6.000	6.000	0	0
Clientes, efect comerc.	177.000	177.000	0	0
Proveedores efec. Comerciales	106.200	106.200	0	0
Ingresos de créditos		300	0	300
Suministros	3.000		3.000	
H.P. IVA repercutido		27.000		27.000
Total	1.089.694	1.089.694	249.400	249.400

Ventas netas	150.000
-Gastos proporcionales (coste ventas)	-90.000
= Margen bruto	60.000
- Gastos de estructura	-38.000
- Amortizaciones	
- Deterioros	
+/- Ingresos y Gastos excepcionales	
= BENEFICIO ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS (BAII)	22.000
+/- Ingresos y Gastos financieros	-5.700
= BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	16.300
- Impuestos sobre beneficios	-4.890
= RESULTADO DEL EJERCICIO	11.410

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	1300
Inmovilizado intangible.	
Inmovilizado material.	1300
Inversiones inmobiliarias.	
Inversiones financieras a largo plazo	
ACTIVO CORRIENTE	95506
Activos no corrientes para la venta	
Existencias.	
Realizable	
Tesorería	95506
TOTAL ACTIVO	96806

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	
PATRIMONIO NETO	76400
PASIVO NO CORRIENTE	
PASIVO CORRIENTE	20406
TOTAL NETO + PASIVO	96806

La **rentabilidad económica** o ROI (return on investment):

$$\text{Rentabilidad económica} = \frac{\text{BAII}}{\text{ACTIVO}} = \frac{22.000}{96.806} = 23\%$$

La **rentabilidad financiera** o ROE (return on equity):

$$\text{Rentabilidad financiera} = \frac{\text{BENEFICIO NETO}}{\text{APORTACIONES SOCIOS}} = \frac{11.410}{60.100} = 19\%$$

Para la rentabilidad financiera tenemos en cuenta lo aportado por los socios (60.100 euros).

¡Dibujamos!



LIENZO DE
MODELOS NEGOCIOS



COMPONENTES



EJEMPLO
NESPRESSO



EJEMPLOS NAVIDAD



PLANTILLA LIENZO



CASO IZELAI

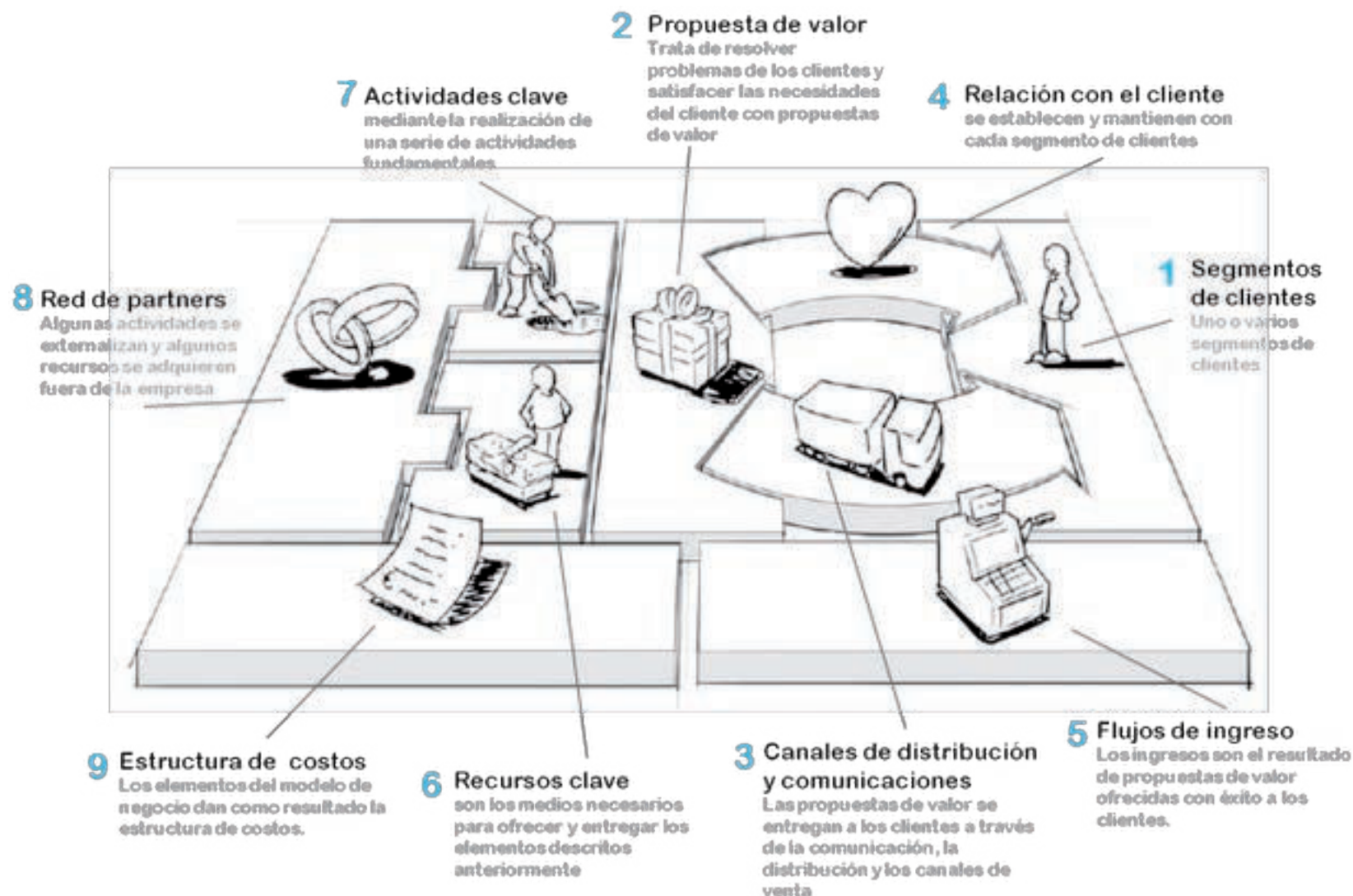
TEMA 11

EL LIENZO DE MODELOS DE NEGOCIO

1. El lienzo de modelos de negocio

Es una herramienta diseñada por Alex Osterwalder con la ayuda de Yves Pigneur. Se dio a conocer con el libro “Generación de Modelos de Negocio”. Se trata del lienzo para diseñar modelos de negocio (business model canvas). Es un instrumento que facilita comprender y trabajar con el modelo de negocio desde un punto de vista integrado que entiende a la empresa como un todo.

Se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa y que debemos estudiar en nuestro modelo de negocio: segmento de clientes, propuesta de valor, canal, relación, flujos de ingresos, recursos clave, actividades clave, alianzas y estructura de costes.

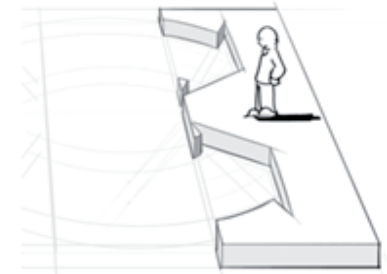


2. Componentes del lienzo de modelos de negocio

Se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa y que debemos estudiar en nuestro modelo de negocio:

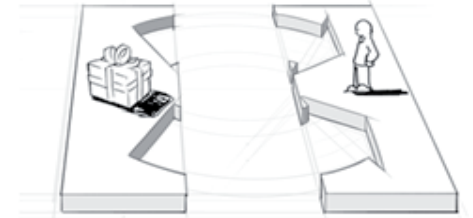
Segmento de clientes

Nuestros clientes son la base de nuestro modelo de negocio, así que deberíamos conocerlos perfectamente: ¿Cuales son nuestros segmentos de clientes más importantes? ¿Nos dirigimos hacia el gran publico, el mercado de masas o a un nicho muy concreto? ¿Hay varios segmentos de clientes interrelacionados?



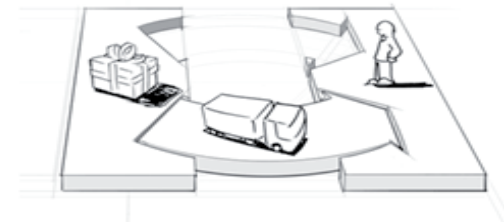
Propuesta de valor

La propuesta de valor habla del problema que solucionamos para el cliente y cómo le damos respuesta con los productos o servicios de nuestra empresa. También habla de nuestra estrategia competitiva... ¿precio? ¿personalización? ¿ahorro? ¿diseño?



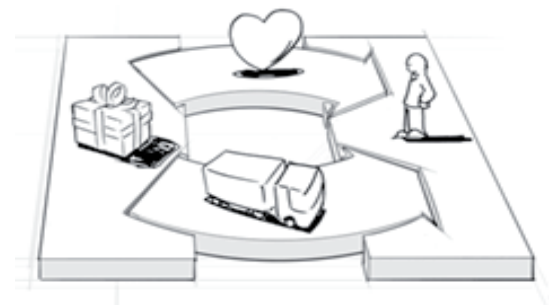
Canal

En éste bloque se trata uno de los aspectos clave de cualquier modelo de negocio: ¿cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?. El canal es clave, y en base a las decisiones que tomemos en éste punto conformaremos una experiencia de cliente u otra...



Relación

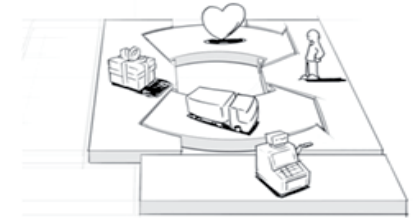
Uno de los aspectos más críticos en el éxito de un modelo de negocio, y a la par uno de los más complejos de tangibilizar: ¿que relación mantendremos con nuestros clientes? ¿que va a inspirar nuestra marca en ellos? Hablamos además de percepciones, por lo que el diseño de servicios (service design) es una metodología básica.



Componentes del lienzo de modelos de negocio (II)

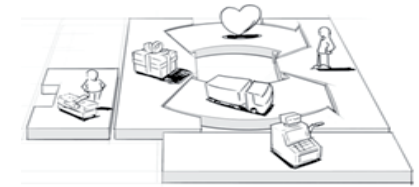
Flujos de ingresos

Este punto podría resultar a priori bastante obvio, pero sin embargo solemos ser muy conservadores a la hora de diseñar la estrategia de ingresos, donde solemos optar casi siempre por la venta directa... hace tiempo mencionamos algunos ejemplos de modelos de negocios innovadores, donde veíamos que había muchas formas de plantear los ingresos: venta, suscripción, freemium...etc



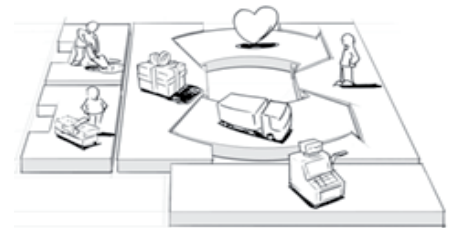
Recursos clave

Para llevar nuestra propuesta al mercado (cuya estrategia describimos en el lado derecho del modelo de negocio) debemos realizar una serie de actividades (lado izquierdo). Una de las más claras es el hecho de consumir diversos recursos. En éste apartado se describen los principales recursos necesarios, así como tipo, cantidad e intensidad



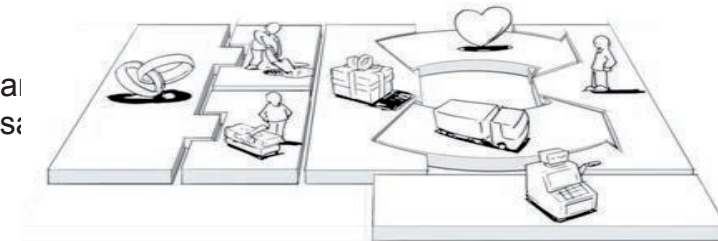
Actividades clave

De forma similar a lo comentado en el punto anterior, para entregar la propuesta de valor debemos llevar una serie de actividades clave internas (típicamente abarcan los procesos de producción, marketing...etc). Éstas son las actividades que nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor via una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.



Alianzas

En éste apartado se definen las alianzas necesarias para ejecutar nuestro modelo de negocio con ganancia que complementen nuestras capacidades y potencien nuestra propuesta de valor, optimizando de esta forma los recursos consumidos y reduciendo la incertidumbre.

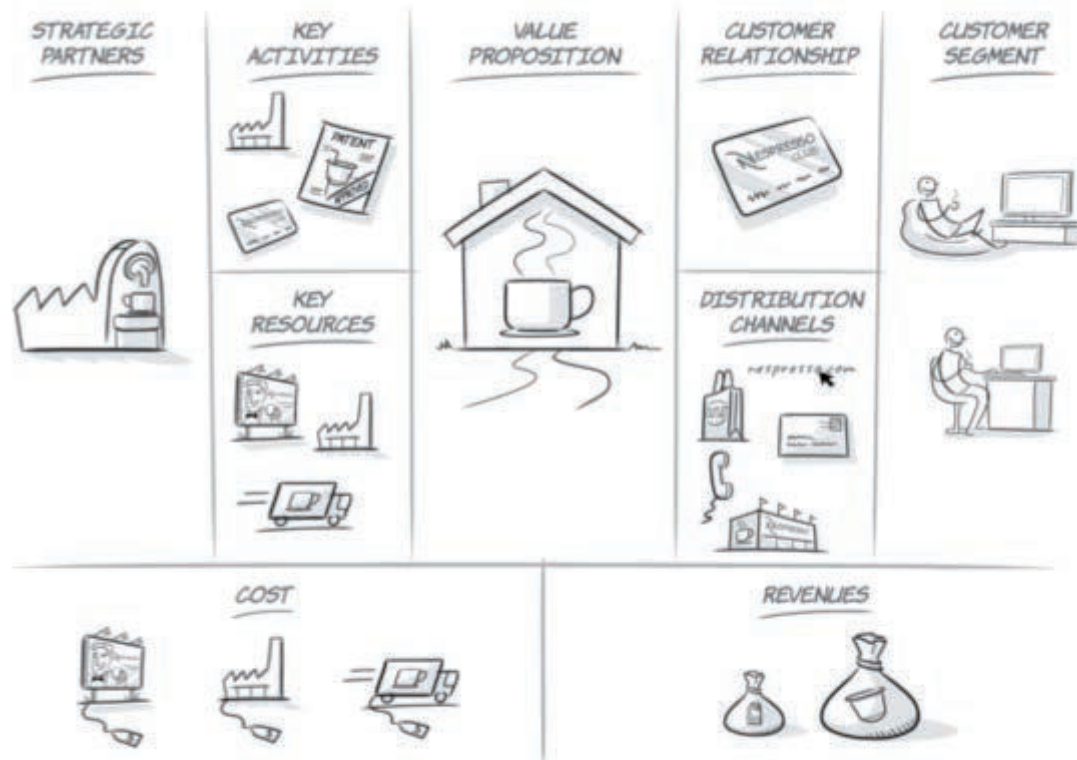


Estructura de costes

En éste caso se trata de modelar la estructura de costes de la empresa, habitualmente apalancada en las actividades y recursos descritos en los puntos anteriores. Se trata de conocer y optimizar costes fijos, variables para intentar diseñar un modelo de negocio escalable... sin duda una de las áreas donde más se puede innovar.



3. El ejemplo de Nespresso



Fuente: javiermegías.com

PROPUESTA DE VALOR: La proposición de valor de Nespresso es clara: “el mejor café que puedas tomar, en tu casa”.

CLIENTES: Nespresso se dirige principalmente a dos perfiles: Por un lado a uno de un perfil adquisitivo medio-alto y por otra parte a un usuario de empresa/profesional

CANAL: Para entregar ésta propuesta utiliza diversos canales: teléfono, tiendas físicas, postal o internet.

RELACIÓN: La relación, uno de los aspectos más clave, se gestiona a través del club Nesspresso, que no sólo fideliza y premia periódicamente a sus clientes sino que es capaz de avisar a un cliente de forma proactiva cuando le toca hacer una limpieza de su cafetera.

INGRESOS: Los principales flujos de ingreso son dos: El principal viene de la venta de cápsulas (modelo bait&hook), mientras que un flujo inferior de ingresos viene de los fabricantes de cafeteras licenciarios de su tecnología).

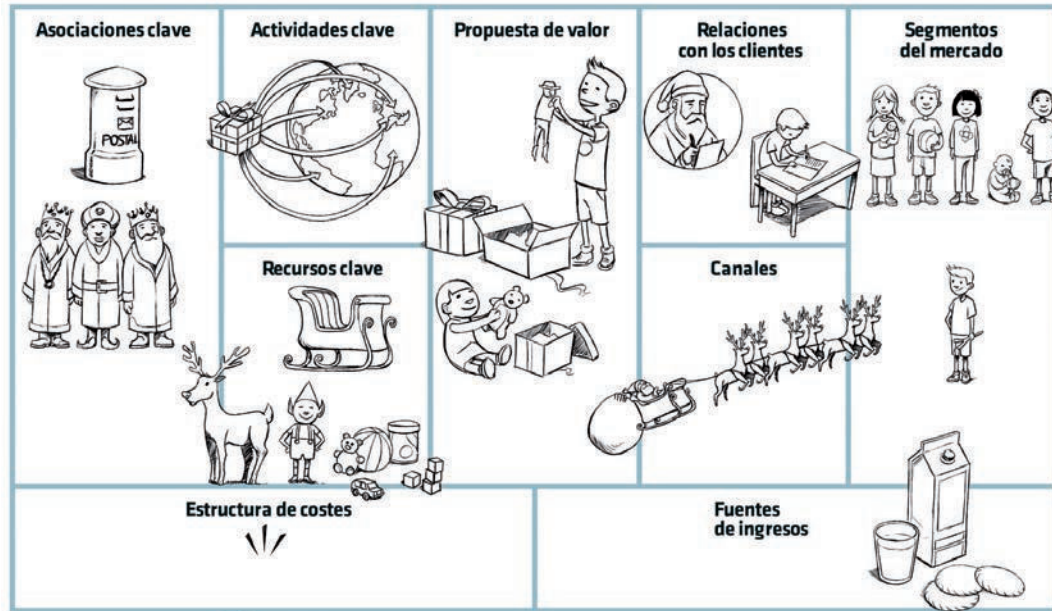
RECURSOS: Para entregar éste modelo de negocio, los principales recursos que utiliza Nespresso son el de la logística, la producción de las cápsulas y la publicidad.

ACTIVIDADES: Las actividades que consumen dichos recursos son las fabriles (producción de cápsulas), la I+D y la gestión del club Nespresso.

ALIANZAS: La alianza más relevante que tiene la compañía es con diversos fabricantes de cafeteras (Krupps...etc).

COSTES: La estructura de costes que soporta el modelo de negocio tiene 3 elementos clave: coste del marketing y publicidad, coste de la producción y coste de la logística

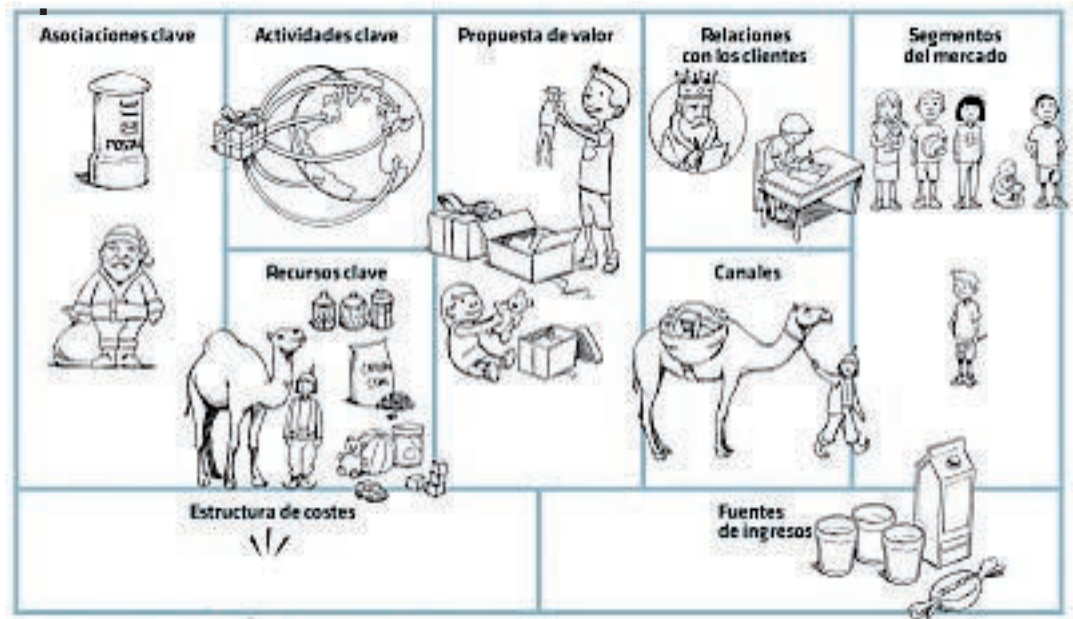
4. Ejemplos de lienzo de modelo de negocios



Una Explicación Visual de SinPalabras © 2011

Modelo de negocio de Santa Claus

Modelo de negocio de los Reyes Magos



Una Explicación Visual de SinPalabras © 2011

Partners Clave ¿Qué pueden hacer los partners mejor que tu o con un coste menor y, por tanto enriquecer tu modelo de negocio?	Actividades Clave ¿Qué actividades clave hay que desarrollar en su modelo de negocio de que manera las llevas a cabo?	Propuesta de Valor ¿Qué problema solucionamos? ¿Qué necesidad satisfacemos? ¿Qué beneficios aporta?	Relación con los Clientes ¿Qué tipo de relaciones esperan tus clientes que establezcas y mantengas con ellos?	Segmento de Clientes ¿A quién nos dirigimos? ¿Qué segmentos consideramos? ¿Cuales son prioritarios?
	Recursos Clave ¿Qué recursos clave requiere tu modelo de negocio?		Canales ¿A través de qué canales/medios contactarás y atenderás a tus clientes?	
Estructura de Costes ¿Cuál es la estructura de costes de tu modelo de negocio?		Flujos de Ingresos ¿Qué valor están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución y mediante qué formas de pago? ¿Qué márgenes obtengo?		

5. Hotel Izelai: el hotel sin recepción



Modelo de negocio del Hotel Izelai (fuente: Shirley Masso)

Izelai. Modelo de negocio de un hotel sin recepción

Pero, ¿qué hace a este hotel ser singular?

La reserva y el posterior check-in y acceso a una habitación de hotel resulta tan sencilla como sacar dinero de un cajero automático. Izelai dispone de un sistema informático en la entrada del hotel donde el usuario puede hacer el check-in y obtener la llave de la habitación de manera directa.

Clientes. No segmentan por mercado de origen ni por razón de viaje... sino por estilo de vida. Sus clientes son viajeros que buscan intimidad e independencia.

Propuesta de Valor. Duerme como en casa. Y, la propuesta diferencial es ofrecer un alojamiento con la automatización de todos los procesos, haciendo al cliente parte activa del mismo, con lo que se logra -además de un ahorro en costes- una satisfacción por el ahorro de tiempos, agilidad y la ausencia de colas.

Canales de distribución. Los consolidadores y página web propia.

Relación con clientes. Aquí se da una extraordinaria paradoja sobre los conceptos asumidos por la industria: No fidelizan al cliente con el trato amable de todo su personal. Ellos, innovando y buscando un océano azul, han cambiado el concepto y están fidelizando a sus clientes a la inversa. Brindan la máxima intimidad, autonomía y discreción, dejando la asistencia personal -¡mediante una línea de atención a incidencias 24 horas 7 días a la semana!- únicamente bajo petición del cliente.

Recursos claves. El recurso clave es la infraestructura en sí misma, con su localización y su innovadora tecnología. ¡No tienen personal... más que la dirección!

Actividades claves. La dirección se centra en las actividades comerciales, la coordinación de partners y el control de calidad.

Socios Claves. Para manejar este modelo de negocio, es necesario tener una red de aliados que permita una óptima externalización. Principalmente, es clave la empresa de limpieza. Otro socio clave es el bar restaurante que está debajo del hotel. No es de propiedad del hotel, y han firmado un convenio donde el hotel recomienda el restaurante, y los propietarios del restaurante, dan información que necesite el huésped, incluyendo, si es necesario, la guía en el check in o check out.

Estructura de costos. Es reducida y, especialmente, variable por lo que no se requiere de alto volumen de habitaciones para **poder acceder a un nivel bueno de rentabilidad.**

Ingresos. La estructura de costes y el modelo, permite posicionar el hotel con un nivel de precios muy económicos que aseguran una buena ocupación, siendo ésta la única fuente de ingresos, pero suficiente para un buen nivel de rentabilidad.

Proyecto empresarial

1. El plan de empresa.
2. La estructura del plan de empresa.
3. El resumen ejecutivo.
4. Descripción del proyecto empresarial.
5. Descripción del producto o servicio.
6. El plan de marketing.
7. Producción y medios técnicos.
8. Organización y recursos humanos.
9. Forma jurídica.
10. Estudio económico financiero.
11. Trámites de constitución de una sociedad mercantil.



1. El plan de empresa

Es una memoria detallada del proyecto empresarial, un esquema de su razonamiento.
Sus funciones son:

- Internas. Punto de referencia durante la ejecución del proyecto.
- Externas. Tarjeta de presentación del emprendedor para obtener financiación.

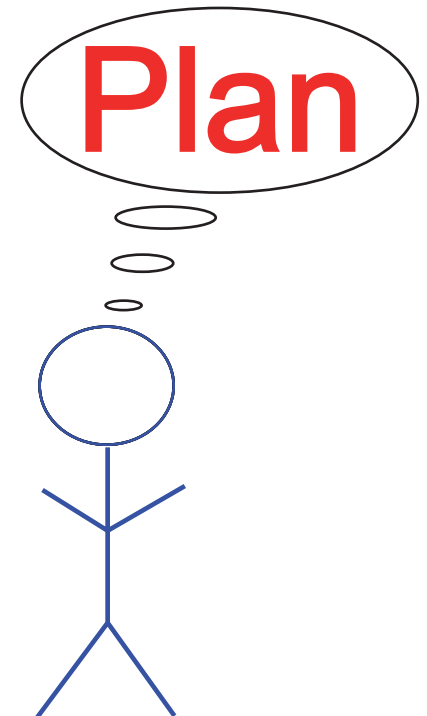
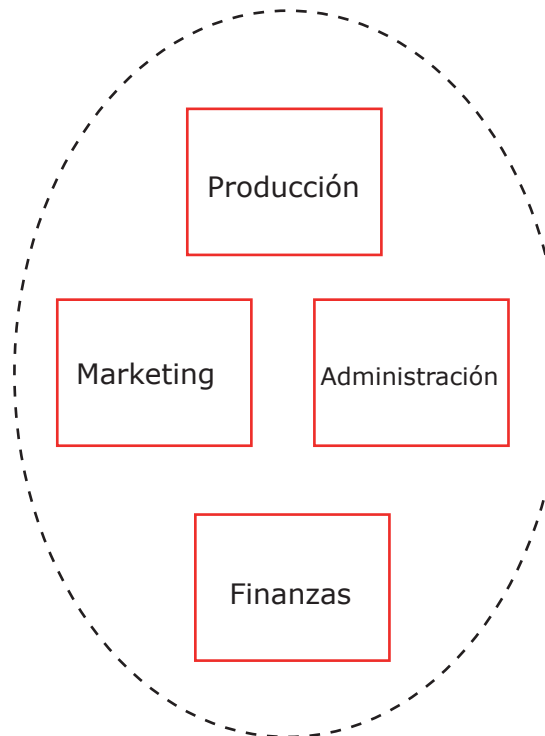
Plan de empresa: documento que refleja con detalle el contenido del proyecto empresarial.

Contenidos del plan de empresa

- **Por qué.** Las empresas se orientan a los consumidores.
Se debe explicar su misión.
- **Qué.** Analizar los productos que se van a ofrecer y los objetivos que se fijan.
- **Quién.** Identificar a los promotores, destacando sus capacidades y experiencia para desarrollar la idea empresarial.
- **Cómo.** Definir el tipo de organización y las necesidades de recursos humanos.
- **Dónde.** Señalar el ámbito de actuación y los segmentos del mercado a los que se dirige.
- **Cuándo.** Temporalizar los distintos momentos de ejecución.
- **Cuánto.** Prever los ingresos y gastos, y la gestión de tesorería para verificar que la idea es viable.

Requisitos elaboración:

1. **Claro:** redacción clara, concisa y veraz.
2. **Actual:** información y datos recientes.
3. **Global:** todas las áreas de la empresa.
4. **Comprensible:** inteligible para todos los destinatarios.



2. La estructura del plan de empresa

El plan de empresa relata la historia de nuestro proyecto empresarial:

- Inicio: “el escenario”. Definición de la idea, sus antecedentes y gestación.
- Desarrollo: “la acción”. Explicación detallada de la propuesta.
- Desenlace: “las conclusiones”. Qué se necesita, qué riesgos existen y cómo se evitarán.Cuál es la recompensa esperada (beneficios).

“El plan de empresa se debe estructurar de la misma forma que una historia...” Finch (2002)

Estructura del plan de empresa:

1. Resumen ejecutivo.
2. Descripción del proyecto empresarial.
3. Descripción del producto o servicio.
4. Plan de marketing.
6. Producción y medios técnicos.
7. Organización y Recursos Humanos.
8. Forma Jurídica.
9. Estudio económico financiero.

A mayor planificación



Mayor probabilidad
de supervivencia

"Un objetivo sin un plan es un sueño". W.J. Reddin

3. El resumen ejecutivo

Es una breve descripción del producto, el mercado, la empresa, sus factores de éxito, las necesidades de financiación y los resultados esperados.

Es la primera evaluación de la propuesta, de sus miembros, su idea, la oportunidad, índices y proyecciones.

En el plan de empresa figura al principio, pero el resumen es lo último que se elabora

El **resumen ejecutivo** debe captar rápidamente la atención del lector, en muchas ocasiones es lo único que se lee...

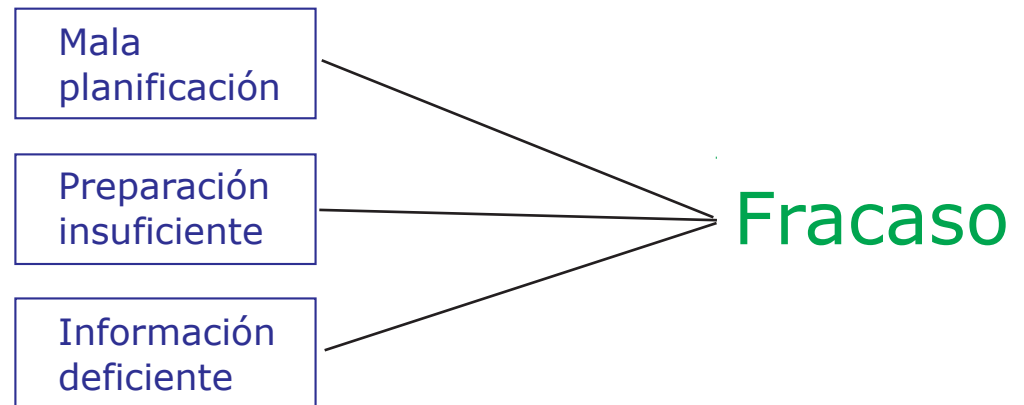
Estructura y contenido del resumen ejecutivo:

- Claro y conciso, preferiblemente en una o dos páginas , si son más, se deben acompañar de imágenes o gráficos ilustrativos.
- Cómo se creará valor para el consumidor, qué se pretende lograr y quién está involucrado.
- Cuál es el estado actual del proyecto empresarial.

Predominarán las ideas positivas, se evitará nombrar los riesgos potenciales y se expondrán las principales cifras de negocio (grandes números, y sin decimales).

Causas del fracaso de las nuevas empresas:

- **Falta de planificación.** No basta con una buena idea, para tener posibilidades de supervivencia se debe planificar cuidadosamente el proyecto.
- **Falta de preparación.** Los emprendedores con carencias en conocimientos técnicos y habilidades sociales tienen muy pocas posibilidades.
- **Falta de información adecuada.** El conocimiento del producto, competencia, del estado de madurez del mercado, de las nuevas tendencias o de las leyes vigentes.



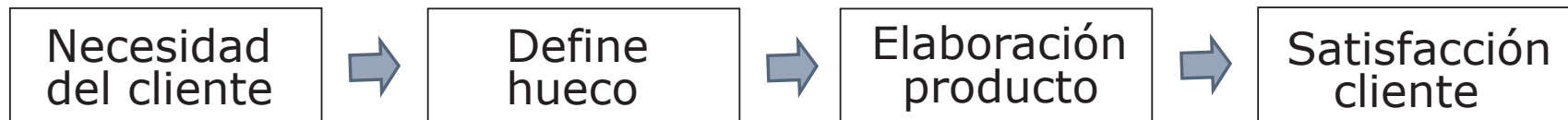
4. Descripción del proyecto empresarial

Descripción de forma sintética de la **visión, misión y objetivos** del proyecto, quiénes lo van a llevar a cabo y cuál es la idea de negocio.

Misión: ¿Para qué existimos?
Visión: ¿Cómo queremos ser en unos años?
Valores: ¿En qué creemos y cómo somos?

La idea: buscando el hueco en el mercado

Las necesidades de los clientes son las que definen los huecos que existen en el mercado. Las empresas crean valor elaborando un producto o servicio que satisfaga estas necesidades, logrando la satisfacción de los clientes.



Buscando el hueco en el mercado

La empresa enfocada al cliente

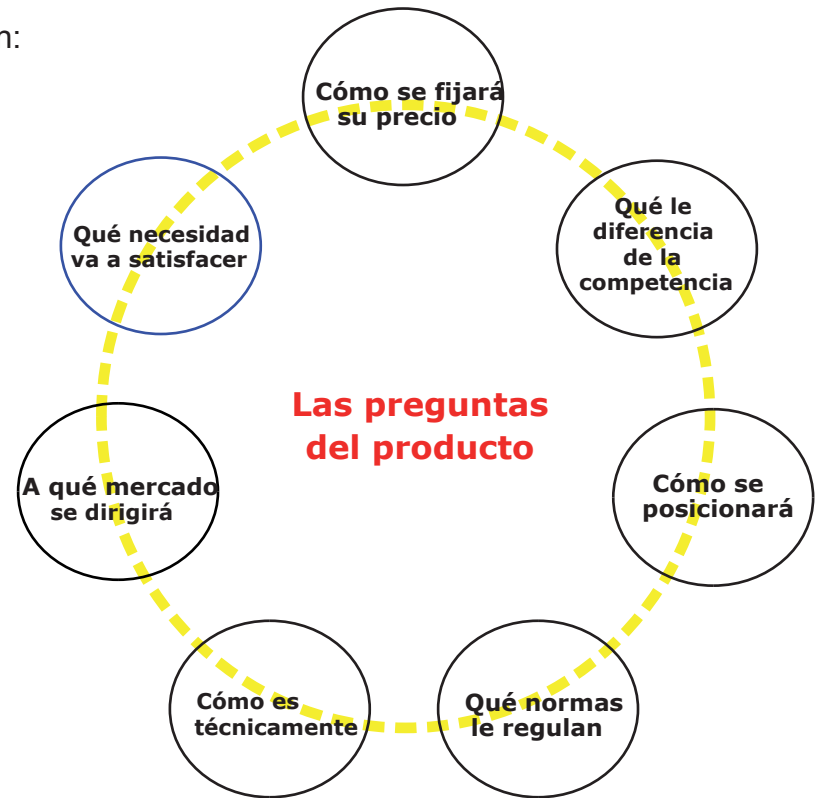
- 1- Detectar una necesidad no cubierta (o deficientemente cubierta).
- 2- Existir un público objetivo suficiente, para que compense desarrollar el proyecto.
- 3- Desarrollar un producto atractivo para que el consumidor lo compre.
- 4- Definir el posicionamiento estratégico, la imagen que se desea tener en la mente de consumidor: liderazgo en costes, diferenciación, especialización...

La empresa ha de enfocarse a crear valor para el consumidor, para lo que debe desarrollar **ideas suficientemente innovadoras.**

5. Descripción del producto o servicio

Se debe describir con precisión el producto o servicio que se ofertará, incidiendo en:

- ¿Qué necesidad va a satisfacer?
- ¿A qué mercado se dirigirá?
- ¿Cómo es técnicamente?
- ¿Cómo se posicionará?
- ¿Qué le diferencia de la competencia?
- ¿Cómo se fijará su precio en el mercado?
- ¿Qué normas, leyes o patentes le regulan?



Como señala Nueno (2001) , resulta conveniente pensar además qué aspectos del producto o servicio permiten una extensión del mismo:

- Posibilidad de **modificarlo** y así poder introducirlo en otros mercados.
- Posibilidad de encontrar **productos o servicios complementarios** que permitan incrementar las ventas.
- Posibilidad de extender el concepto de producto hacia una **familia de productos**.
- Posibilidad de encontrar **avances** que permitan, mediante su incorporación, pensar en la segunda o tercera generación del producto.

Una vez que la empresa haya sido fundada con éxito, es preciso garantizar su crecimiento y éste sólo es posible mediante una **oferta de productos o servicios continuamente renovada** (Nueno, 2001).

6. Plan de marketing

El desarrollo del plan de marketing se va concretando en las tres fases, pero se debe destacar que:

- El producto es viable.
- La empresa tiene un hueco en el mercado.

Satisfacción y fidelización

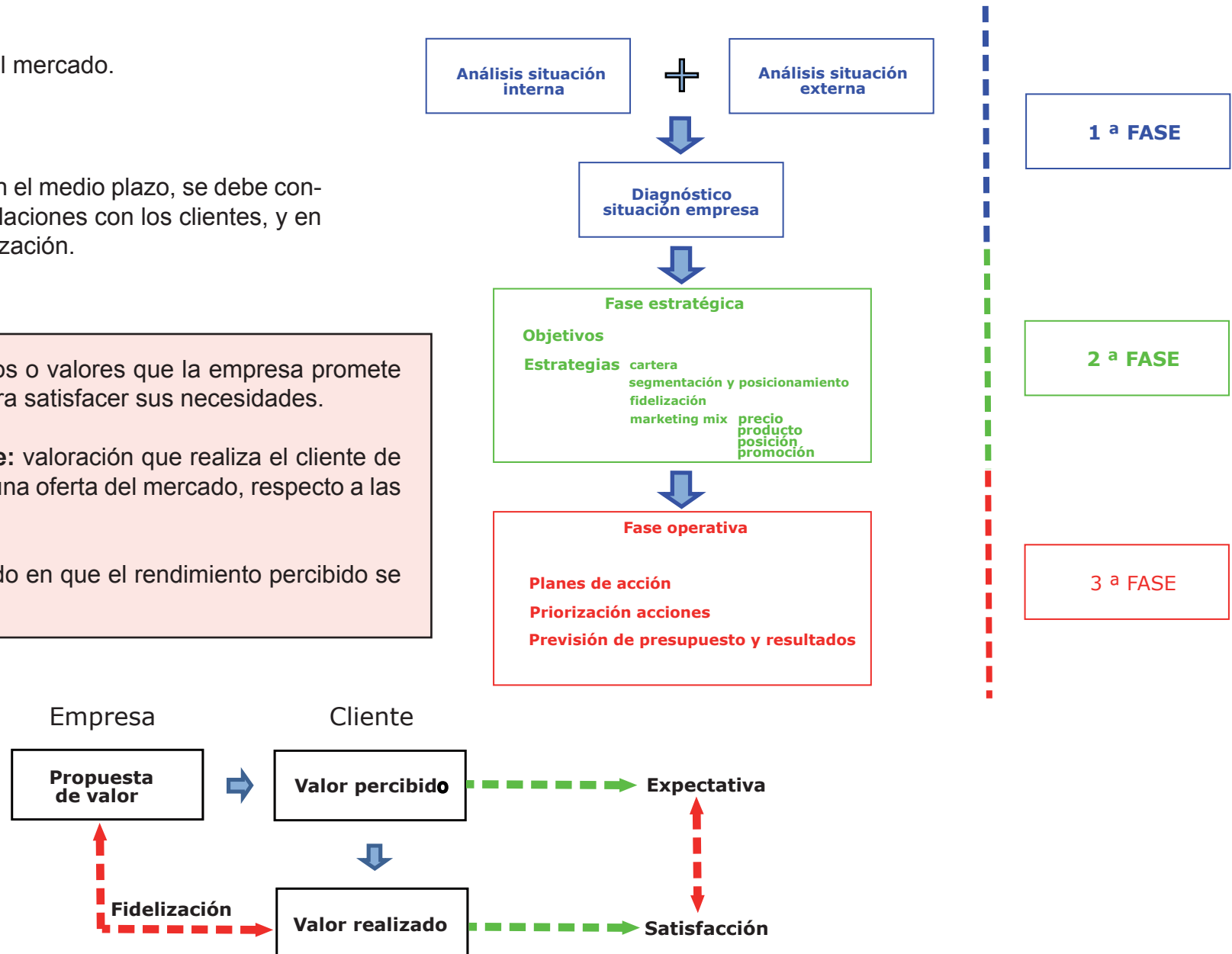
Para que el producto sea viable en el medio plazo, se debe concretar cómo se gestionarán las relaciones con los clientes, y en concreto, las estrategias de fidelización.

Propuesta de valor: beneficios o valores que la empresa promete proporcionar a sus clientes para satisfacer sus necesidades.

Valor percibido por el cliente: valoración que realiza el cliente de los beneficios que obtiene de una oferta del mercado, respecto a las ofertas de la competencia.

Satisfacción del cliente: grado en que el rendimiento percibido se ajusta a las expectativas.

Fases del plan de marketing



7. Producción y medios técnicos

Es el estudio de los medios materiales y humanos requeridos, abarcando las siguientes cuestiones:

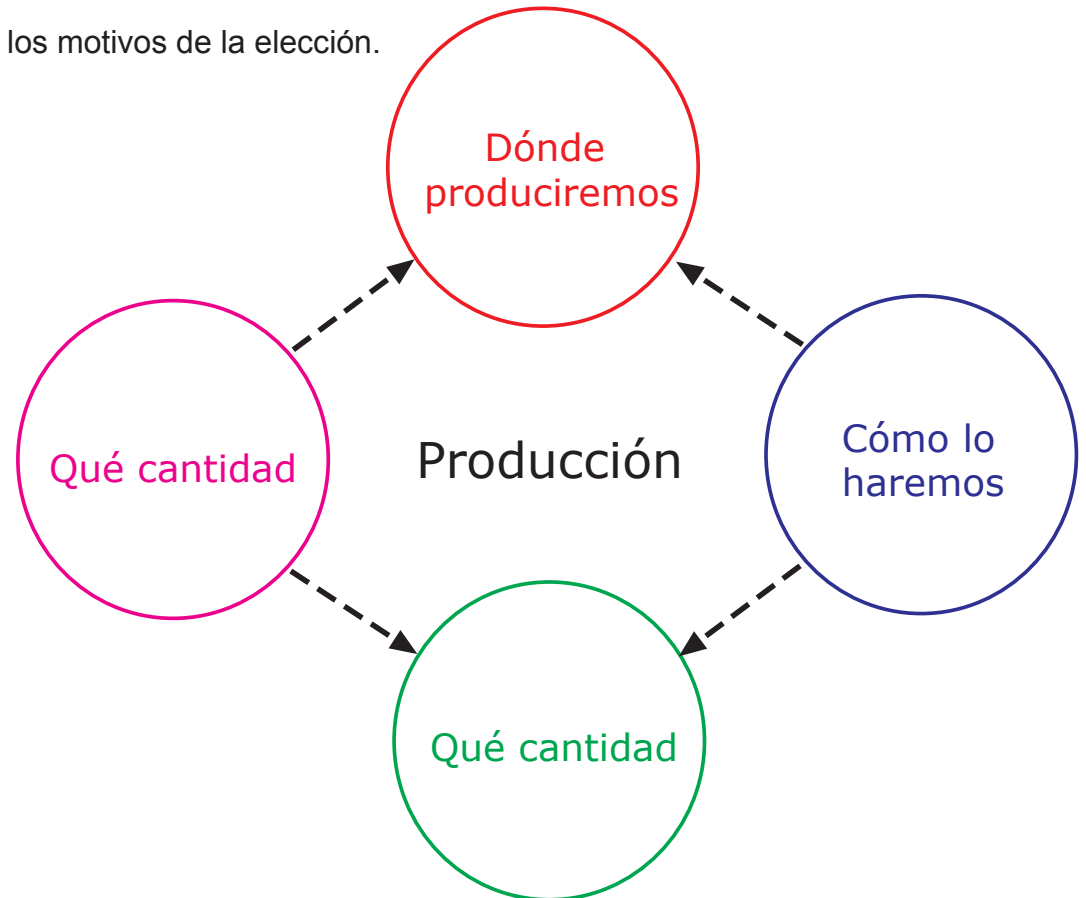
- ¿Dónde produciremos?
- ¿Cómo lo haremos?
- ¿Qué cantidad?
- ¿En cuánto tiempo?

Localización y logística

- Descripción del lugar escogido para emplazar la empresa, comentando los motivos de la elección.
- Análisis de la red de comunicaciones disponible.
- Referencias a normativas y exigencias legales.

Descripción del proceso productivo

- Estrategias y modelos de producción.
- Procesos de control de calidad.
- Gestión de residuos.
- Estrategias de logística: abastecimiento, stocks...



8. Organización y recursos humanos

En las empresas del siglo XXI, el factor humano es el decisivo.

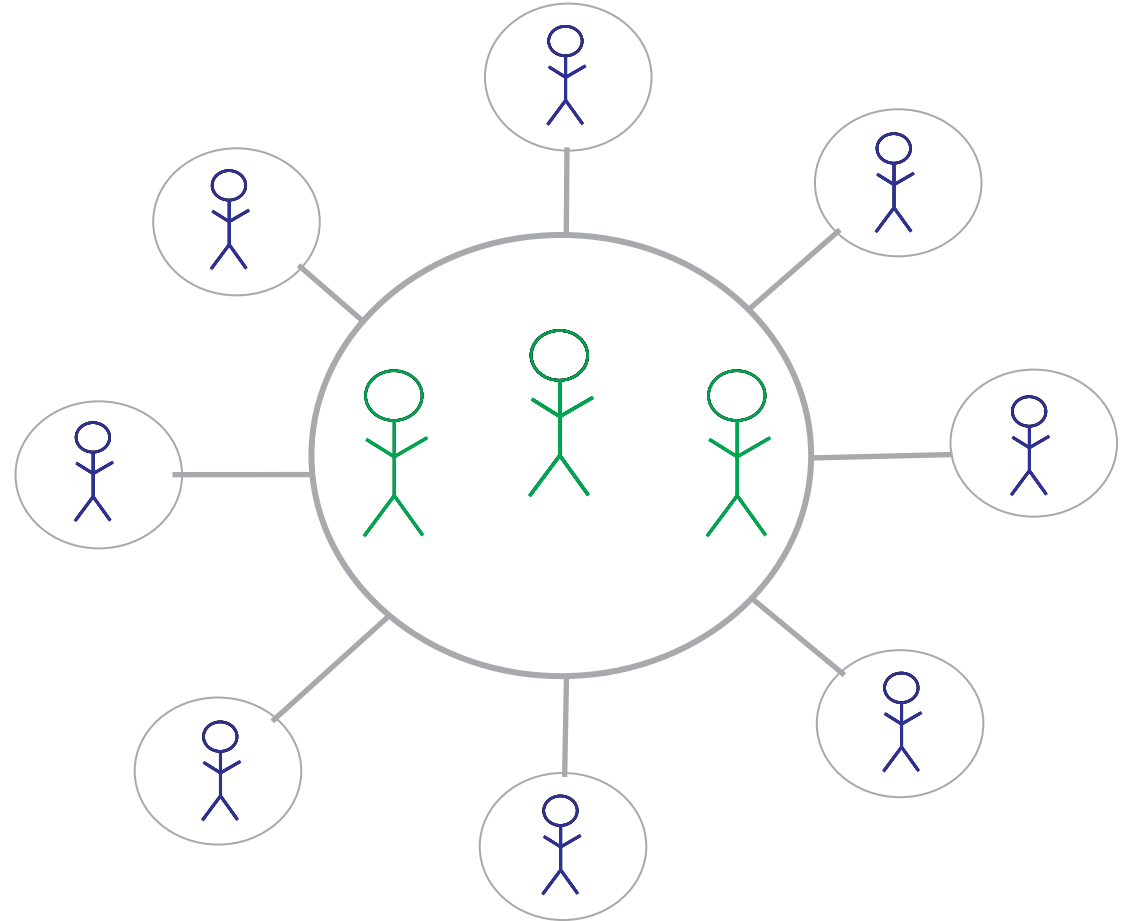
Se concretará qué grupo humano es necesario, explicitando la función y responsabilidad que tendrá cada persona en la empresa:

- **Organigrama de la empresa.** Dibujo de la organización de las personas que integran la empresa, mostrando las relaciones de mando.
- **Recursos humanos internos.** Descripción del perfil (experiencia, conocimientos, habilidades y motivaciones) de las personas que integrarán el equipo humano de la empresa.

Análisis de las modalidades de contratación óptimas para cada puesto, de las políticas salariales y de los incentivos.

- **Recursos humanos externos.** Explicación de qué personas externas a la empresa desarrollarán tareas para la misma, así como la modalidad de la relación (trabajadores autónomos dependientes, empresas independientes o del grupo...).

Los recursos humanos

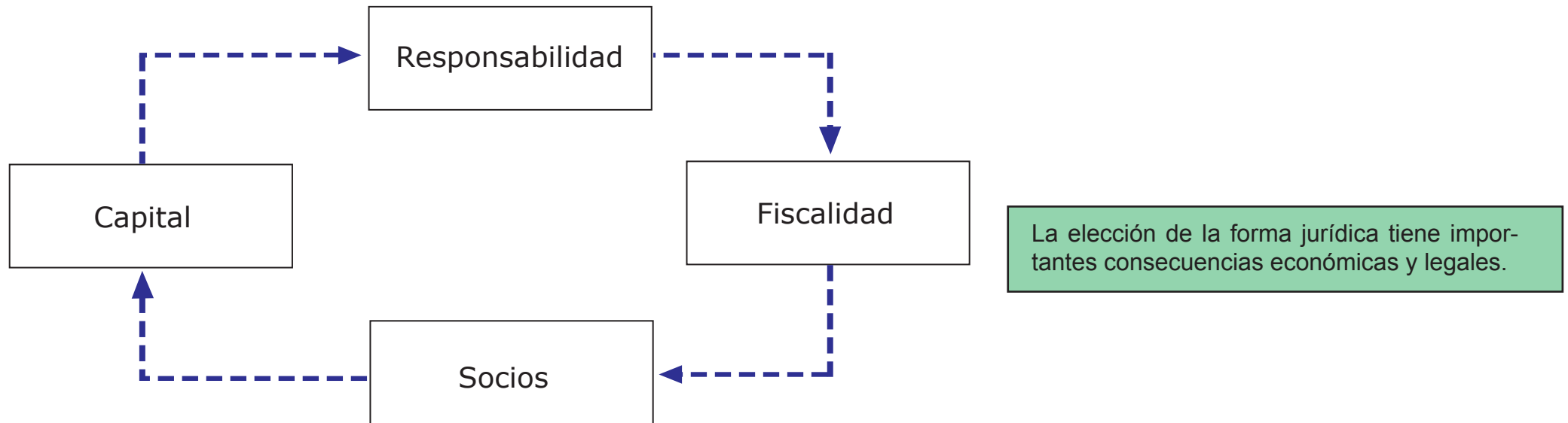


9. Forma jurídica

Descripción de quiénes son los socios y cuáles serán sus aportaciones. También se aclarará si existen socios trabajadores y en qué condiciones se les remunerará.

En la elección de la forma jurídica es importante valorar:

- **La responsabilidad frente a terceros.** Existen formas jurídicas en las que se limita esta responsabilidad (S.A o S.L), mientras que en otras (empresario individual o sociedad colectiva) el riesgo recae sobre el patrimonio personal.
- **El capital necesario para su constitución.** Unas formas jurídicas no tienen capital de constitución mínimo (empresario individual), mientras otras requieren una aportación elevada (S.A).
- **El número de socios.** No disponer del número mínimo de socios puede limitar la elección de la forma mercantil (en las sociedades laborales se requieren 4 socios como mínimo).
- **La fiscalidad soportada.** Según los ingresos previstos puede ser más interesante tributar al impuesto sobre sociedades o al IRPF. También hay que tener en cuenta que existen formas jurídicas como las cooperativas o las sociedades laborales, que están bonificadas fiscalmente.



Factores en la elección de la forma jurídica

10. Estudio económico financiero

Se cuantifica de forma clara pero rigurosa, todo lo aportado en las partes anteriores del plan.

Inversiones iniciales

Se distinguirán entre las que tengan un carácter de permanencia en la empresa (activo no corriente) y las que su periodo de permanencia sea inferior al año (activo corriente).

Financiación

Indica de dónde provienen los fondos para financiar las inversiones. Se puede distinguir entre los recursos propios (aportaciones de los socios y subvenciones) y los ajenos (deudas a corto y largo plazo).

Ingresos y gastos

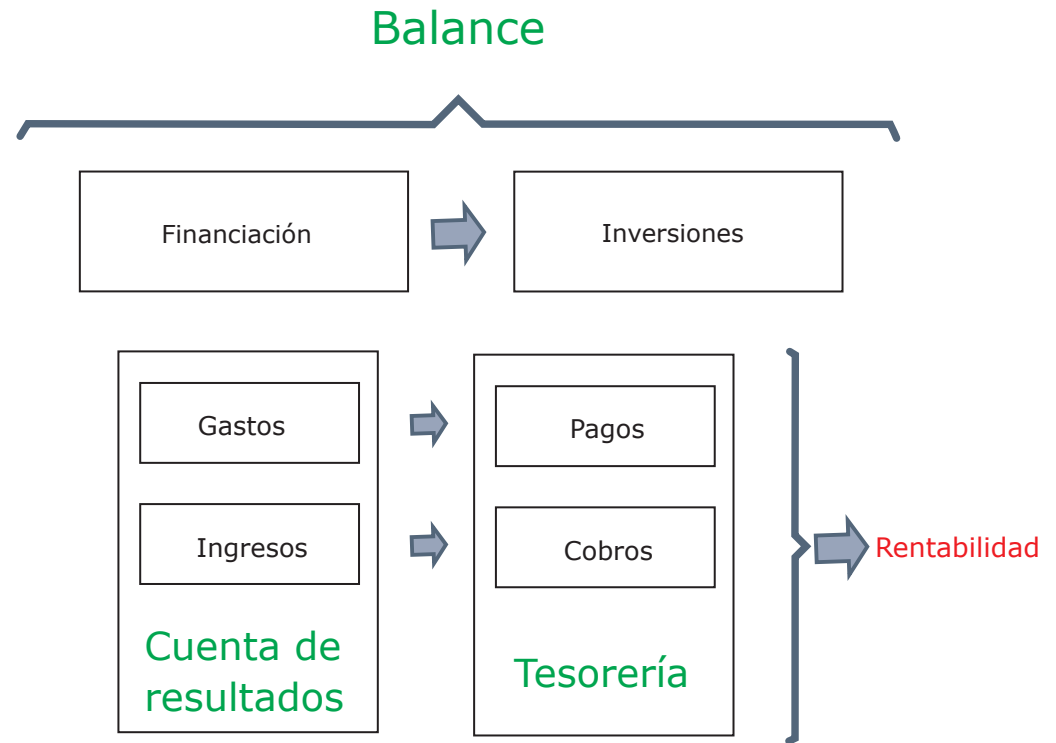
Se realizará una previsión realista de los ingresos y gastos de la empresa, durante un periodo que se considere adecuado según la naturaleza de la actividad.

Cobros y pagos

La mala planificación de la tesorería y los problemas de liquidez son determinantes para el cierre de muchas empresas. Como no suelen coincidir ingreso con cobro, ni gasto con pago, es necesario prever que se dispondrá de la liquidez adecuada, en el momento adecuado.

Umbral de rentabilidad

Teniendo en cuenta los costes (fijos y variables) y el precio, se determina el nivel mínimo de ventas a alcanzar para que el proyecto sea rentable. Se puede acompañar con el análisis de VAN, TIR y PAY BACK.



Estudio económico financiero

11. Trámites de constitución de una sociedad mercantil

Certificación negativa de nombre

Su fin es conocer que el nombre que queremos utilizar no coincide con el de otra empresa ya en funcionamiento. Se realiza en el Registro Mercantil Central.

Ingreso capital de constitución en el banco

Apertura de una cuenta corriente a nombre de la empresa con la denominación “en constitución”, en la que se ingresa el capital social inicial de la empresa (cumpliendo los mínimos legales).

Escritura pública de constitución

Con el justificante del ingreso bancario y el certificado negativo de denominación, el notario puede realizar la escritura de la sociedad. La escritura es un documento en el que los socios manifiestan su voluntad de constituir la sociedad. Los estatutos son las normas que regirán su funcionamiento.

Inscripción en el Registro Mercantil provincial

Su finalidad es dar publicidad legal de la sociedad. La sociedad adquiere personalidad jurídica propia.

Trámites en Hacienda

Liquidación del ITPAJD (Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados).

Declaración censal

Solicitud de CIF

Trámites en la Seguridad Social

Inscripción de la empresa, afiliación y alta de trabajadores, pago de cotizaciones...

Trámites en el Ayuntamiento

Licencia municipal de obra, altas en servicios de aguas, basuras, residuos urbanos...

Al igual que una persona física se inscribe al nacer en el registro civil, las empresas deben cumplir una serie de obligaciones administrativas