140

VIAJES TURISTICOS, SOCIEDAD LIMITADA
(VIATUR, S. L.)

.079
C

SERGIO M. CACERES VALLS

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ESCUELA DE COMERCIO

DE

LAS PALMAS

- MEMORIA DEL GRADO PROFESIONAL -

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
LAS PALMAS DE G. CANARIA
N.º Documento 2255800
N.º Copia 679041

BIBLIOTECA CENTRAL

ORGANIZACION DE LA EMPRESA

"VIAJES TURISTICOS, SOCIEDAD LIMITADA"

(VIATUR, S.L.)

EXAMEN DE GRADO DE Profesor Mercantil
ALUMNO Sergio M. Cáceres Valls
CALIFICACION Aprobado
FECHA 1 Febrero 1972
Las Palmas de G. C. a 1 de Febrero de 1972
El Secretario,

ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO - LAS PALMAS -

SERGIO M. CACERES VALLS

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2008

INDICE

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ANTECEDENTES HISTORICOS

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

La primera idea de una agencia de viajes partió de Thomas Cook, al que se le considera como padre del turiamo. De origen inglés, durante su juventud entró a formar parte de una editorial de una Asociación Baptista, que le encargó difundiera biblias por todo el condado de Rutland.

En 1841, tuvo lugar un Congreso Antialcohólico, y Cook tuvo la idea de organizar un tren especial; resueltas las gestiones, el tren sosteado por Cook, salió el 5 de julio con 570 pasajeros de ida y vuelta y al costo de un chelín por cabeza.

Este fué el primer viaje colectivo organizado.

Posteriormente, Cook continuó encargando trenes completos con motivo de Congresos o bien simples viajes de recreo.

En Hide Park, hubo una exposición que le proporcionó 165.000 clientes, siendo éste el nacimiento de la primera agencia de viajes. Junto con su hijo fundó la empresa Thomas Cook and Son que se extendió por toda Inglaterra, pasando luego al Continente en 1885: París, Bruselas, Colonia, Franckfurt, etc. En 1865 organizó un viaje a los Estados Unidos "todo incluido", con 35 personas, y en 1872 organizó la primera vuelta al mundo e inauguró su primera oficina permanente fuera de Europa, la de Nueva York.

En 1966 la Thomas Cook and Son contaba con más de 400 agencias en 86 paises.

Esd de destacar el continuo perfeccionamiento de su empresa. Así en 1845 aparece el primer itinerario impreso para los clientes; en 1846 organiza la primera excursión con guías; en 1850 formaliza contrato con una compañia de ferrocarril para la venta de sus billetes, con un minimo de 500 anuales según el contrato, pero que Cook logró vender en un mes.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

En 1862, introduce la modalidad del pago al hotel al regreso del cliente y en 1872 crea el "Circular Note", antecedente del actual "Traveller's Check", el cual inspiró en 1882 a la American Express Company para su Money Order.

Cook muere en 1892 dejando a su empresa como la más importante del mundo en su especialidad, y hoy día casi 5.000 empresas con más de 6.000 agentes especializados, trabajan en una profesión de la que él fué su creador.

Otros promotores del turismo, que no tuvieron especial influencia en las agencias de viajes, pero que se favorecieron de ellas, son:

Cesar Ritz, que revolucionaría la hotelería tradicional, para convertirla en artículo de lujo. Creó el Hotel Ritz de París, el Grand Hotel de Roma, etc. Dirigió una docena de hoteles simultáneamente, entre ellos el Savoy y el Carlton de Londres.

Pullman, fué el inventor del Wagon Lit. Fundó el 1872 la Cia. Internacional de Wagons Lits.

Kupelwieser, fué el pionero de las adquisiciones de pueblos abandonados y terrenos , en gran escala, para promocionarlos turísticamente.

El Marqués de la Vega Inclán, nació en Valldolid en 1858. Es el primer y principal promotor en España de los viajes; creó la Red Nacinal de Paradores y Albergues de Carretera, que tan altos servicios presta en la actualidad; redescubrió la Casa y Museo del Greco en Toledo; a él se deben la restauración de los jardines del Alcazar de Sevilla, la restauración del Museo, biblioteca y jardines de la Casa de Cervantes en Valladolid; la fundación del Museo Romantico de Madrid, etc. En 1914 preparó la primera exposición en Londres y consiguió la reapertura de las misiones españolas des siglo 18 en los Estados Unidos.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

LOCALIZACION GEOGRAFICA

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Uno de los principales factores locacionales de una agencia de viajes es, por supuesto, el turismo. Donde haya turismo hay agencia.

Canarias es uno de los principales puntos turisticos de España, tanto por su perenne clima primaveral como por sus bellezas naturales. Las Palmas posee unas magníficas instalaciones tanto portuarias como de aeropuerto, estando comunicada por ellos con los principales paises y capitales del mundo. Una muestra de la importancia que Canarias tiene en el mundo turístico español e internacional, es la reciente inauguración del primer vuelo directo entre Las Palmas y la ciudad de Nueva York que nos permitirá a recibir costantemente a un buen numero de turistas americanos.

Las estadísticas aportadas a continuación demuestran la importancia de Canarias a este respecto.

Entrada de viajeros en España. Turismo receptivo.
PUERTOS MARITIMOS.

	1966	1967	1968	1969	1970
Vigo	149.763	132.156	110.755	107.272	110.866
La Coruña	12.153	12.268	16.407	20.020	16.832
Barcelona	198.800	198.555	203.101	237.493	228.789
Alicante	26.505	42.318	38.169	22.644	29.451
Algeciras	266.499	278.908	333.921	340.818	323.977
Cadiz y Rota	86.290	92.121	97.695	140.766	135.264
Palma Malorca	189.714	160.756	148.957	184.774	156.719
Las Palmas	168.146	251.345	285.884	228.364	193.246
Tenerife	138.949	156. 986	178.108	188.029	173.529
Otros puntos	196.058	264.744	332.940	338.864	313.335
Totales	1.432877	1590.057	1745.937	1809.044	1682006

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

AEROPUERTOS.

	1966	1967	1968	1969	1970
Madrid	460023	495584	570220	700228	756854
Bareelona	443884	447924	441889	457998	518546
Valencia	66335	54977	20244	30824	29992
Málaga	174085	248056	354813	465331	613131
Sevilla	17701	16239	16311	14647	23208
Alicante	2785	26439	114270	171927	294872
Palma Mall.	881048	1039227	1227768	1612467	1815261
Las Palmas	182097	218587	269059	286236	354187
Tenerife	48475	86906	127507	174208	248113
Costa Brava	---	---	---	305526	331194
Ibiza	---	---	---	31112	56370
Mahón	---	---	---	239317	306991
Otros	30708	160095	357561	30680	47954
Totales	2307141	2794034	3499642	4518501	5396688

FERROCARRIL.

	1966	1967	1968	1969	1970
Totales	1505855	1410327	1286400	1572854	1818552

Carretera.

	1966	1967	1968	1969	1970
Totales	12005873	12064137	12651994	13781712	15208086

RESUMEN TOTAL DE TURISMO RECEPTIVO

	1966	1967	1968	1969	1970
Totales de entrada:	17251746	17858555	19183973	21682091	24105312

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Concretando aún más sobre el turismo en nuestra provincia, lugar dond e instalaremos nuestra agencia, vemos que el incremento del turismo ha sido grande, en constante crecimiento. Nuestro sol, nuestras playas, nuestras gentes, son gran atractivo para estos extranjeros --y también peninsulres, de una época más reciente para acá-- que vienen a pasarse unos días inolvidables entre nosotros. Pero dejemos todo esto, que es bien sabido y vayamos con las cifras que es lo que interesa y da una idea exacta de este "boom" de que hablamos.

Las Palmas capital y la isla de Gran Canaria.

Las Palmas de Gran Canaria, con sus dos magnificas playas, con sus salas de fiesta, con su ambiente cosmopolita, ha tenido en 1970 la cantidad de 318.880 visitantes estranjeros, lo que representa un aumento del 25% con relación a 1969. También ha habido un notorio aumento con respecto a turistas nacionales con un total de 93.027, que significa un incremento del 12% con relación al ciclo turístico anterior.

Por otro lado tenemos las cifras de los turistas que disfrutan de sus vacaciones en otros lugares de la isla de Gran Canaria, como es el Sur, el centro y el mismo norte, con un total de 54.511 (15% de aumento).

Por nacionalidades en la capital

Este es un dato interesante. Y así podemos ver que en Las Palmas los alemanes han experimentado un aumento del 100%, con una cifra total de 47.139; aunque siguen llevandose la palma en cuanto al primer puesto en la capital, los suecos, con un total de 94.783.

Luego vienen los daneses con 28.439; los ingleses, con 26.542; finlandeses 17.810; noruegos 13.829 y norteamericanos 13.131.

En definitiva, que la cifra de visitantes a nuestra provincia se incrementa cada año. Estas cifras oficiales hablan por sí solas.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Lanzarote y Fuerteventura

Las dds islas restantes que forman nuestra provincia, han tenido también un aumento notorio de su turismo. En Lanzarote exactamente 21.743, lo que representa un incremento del 50% con relación al año 1969. Y por otro lado está Fuerteventura, con un aumento del 100% con una cifra total de 6.726. Es quizás, la expansión más notable dentro del aumento general del turismo en nuestra provincia.

La Provincia en total

La cifra total de turistas que visitaron nuestra provincia asciende a 494.887, por 402.084 en 1969. Sobran comentarios en cuanto al plausible aumento con respecto a un año del otro. Por todo ello, hemos elegido Las Palmas como sede de nuestra agencia.

A continuación procede hacer una localización local, es decir, en que parte dentro de la ciudad va a estar instalada nuestra agencia.

Hemos de elegir un sitio no lejos de donde está concentrado el turismo en nuestra capital; por ello hemos elegido la calle León y Castillo en su numero 378 en un edificio de reciente construcción. Esta zona es de facil acceso, bien comunicada con el resto de la ciudad, ideal para la instalación de una agencia como ya lo han comprendido Viajes Cevasa, Viajes Insular y Viajes Fernando Poo, las cuales están situadas en la zona por nosotros elegida, teniendo la ventaja de que estamos cercanos al puerto y bien enlazados con el aeropuerto gracias a la nueva autopista marítima que pasa justamente a nuestro lado.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO COMERCIAL

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

El objeto esencial de una Agencia de Viajes, es vender viajes, pero esto es una tarea muy compleja porque se necesita movilizar una serie de servicios, tanto más numerosos cuanto más complicado es el viaje que se vende, pero actualmente el engrandecimiento de algunas agencias puede simplificar el problema, pues la Agencia de Viaje puede llegar a ofrecer en venta transportes, alojamientos y paisajes turísticos propios. De todas formas la gran competencia de las diversas Agencias por captar el favor del público, origina una serie de problemas que no hacen nada facil hoy dia el exito de una Agencia. Los servicios que solicitan los clientes con más frecuencia, vamos a desglosarlos para que sirvan como orientación:

Adquisición de billetes o pasajes:	55%
Viajes a "forfait":	35%
Reserva hoteles:	10%

El "forfait" es un viaje individual o colectivo organizado por una Agencia con su precio determinado y fijo que cubre todo el conjunto de gastos y prestaciones. El forfait mueve capital, personal y material y multiplica el capitulo de Perdidas y Ganancias. Las Agencias de Viajes con pocos medios son subsidiarias de las grandes y venden los Tours que estas organizan. Asimismo las firmas importantes buscan el máximo de beneficios, fletando transportes propios, en lugar de alquilarlos y procurando tener una hotelería propia.

El Tour de Agencias es la auténtica labor creadora de las Agencias de Viajes. Consisten en circuitos con empleo de medios de transporte, hoteles reservados de antemano y visitas proyectadas; todo ello a un precio conjunto y fijo per capita y de acuerdo con un horario prefijado, abonando el cliente por adelantado el importe del Tour.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Esta organización de tours es una tarea compleja y delicada exigiendo altos costos, por tanto las Agencias que no puedan soportar estos costos, se limitan a vender los tours organizados por las Agencias mayores; este es el origen del Mayorismo, en el que hay dos etapas:

1ª/ La Agencia que organiza el tour, vende los forfaits conjuntamente con las Agencias menores, sobre todo en las ciudades donde no tiene sucursales.

2ª/ La Agencia mayorista abandona la venta a las minoristas, llegando incluso a suprimir sus despachos de venta al público.

También existe mayorismo en las reservas a gran escala de plazas de transporte y hotelería, por lo que las Agencias para obtener este poder de compra se suelen unir en "pools".

Las Agencias y la Hotelería

Las Agencias proporcionan clientes a unos hoteles determinados, que sin su intervención no hubieran tenido, pagando el hotelero una comisión sobre el total de la factura de los servicios que realiza, o bien, la Agencia deduce su comisión con el Hotel por los servicios cobrados previamente por aquell

Existen unas obligaciones de la Agencia con respecto a los hoteles y que vienen estipuladas en el Reglamento :

a/ Reservas y anticipos de precio: las agencias deberán abonar a los hoteles, en cada caso, si éstos lo exigen, un anticipo de precio en concepto de depósito por razón de las reservas que soliciten, no convirtiéndose en definitiva la reserva hasta tanto se efectúe el pago del mismo.

b) Anulación de reservas: En caso de viajes individuales, las agencias podrán anular las reservas sin dar lugar a pago de indemnización, cuando lo realicen con siete dias de antelación al anuncio de su llegada.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Cuando se trate de viajes colectivos, el plazo es de 20 dias antes del señalado para la llegada del grupo.

Cuando la agencia proceda a la anulación de reservas sin sujetarse a las antelaciones señaladas, el hotel podrá reclamar una indemnización equivalente al importe de los anticipos, por razón de cada habitación que no haya podido ocupar.

c) Pago a los hoteles: Las agencias podrán se requeridas por los hoteles para efectuar el pago de la cuenta correspondiente al tiempo que vaya a durar la estancia del viajero. En todo caso, la remisión de fondos deberá efectuarse, a más tardar, dentro de los quince dias siguientes al de presentación de la factura.

Las relaciones entre ambos tipos de empresas turísticas, casi siempre son motivo de reclamaciones de una contra la otra:

Las quejas del Hotel contra la Agencia son:

Tardanza en las liquidaciones

Reservas fallidas y no avisadas a tiempo

Envio de clientes solo en la alta estación, en la que el hotel no necesita ayuda

Cupos de plazas demasiados grandes y no cubiertos, etc.

Por el contrario, las de las Agencias contra el Hotel son:

Negativa injustificada, de reservas

Tardanza en las confirmaciones

Implantación de condiciones especiales, sobre comisiones, para aceptar la colaboración, etc.

<u>Las Agencias y las Compañias de transporte</u>

Toda Agencia debe estar relacionada con las diversas compañias de transporte (ferrocarriles, lineas aéreas, navieras, etc) para poder convertirse en vendedores de billetajes a comisión.

Para los transportistas, las agencias son muy convenientes, puesto que amplía los lugares de venta sin más gastos que el corretaje.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

La Agencia debe dirigirse a la I.A.T.A. (Asociación Internacional de transporte aéreo), presentada por otro miembro que la garantiza y una vez aceptada por ella, todas las compañías miembros envian a la Agencia los títulos de transporte y toda clase de información periódica; para que la I.A.T.A. acepte a la nueva Agencia, le impone una serie de condiciones, siendo la más importante la obligación de actuar como agencia del tipo B hasta que su cifra de ventas haya alcanzado un cierto volumen, actualmente quinientas mil pesetas sementrales.

Las agencias del grupo B son las que no tienen poder para organizar viajes propios sino que venden los organizados por cualquier agencia del grupo A, asimismo no contratan directamente con las compañías de transporte para vender sus billetes, sino que debe vender los billetes que la agencia A tiene contratados con las compañías de transporte, es decir, que actuan subordinadas en todo a la agencia del grupo A.

Las aompañías de transporte pueden exigir unas condiciones especiales a la agencia, como pueden ser:

a) Vender los títulos de transporte al precio fijado por el transportista.

Que la relación comercial entre la agencia y la compañia no es de deudor y acreedor, sino de depositario y beneficiario respectivamente

c) Que todos los caudales derivados de depositos o ventas de billetes a cuenta del transportista son propiedad de éste y no de la agencia. También puede exigir que la agencia lleve una cuenta especial y aparte de los demás ingresos.

d) Obligaciones de publididad a cargo de la agencia.

e) Inspección de la contabilidad por parte del transportista, etc

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

BIBLIOTECA CENTRAL

Las Agencias de Viajes en España

En España funcionan unas 260 agencias de viajes repartidas por todo el territorio nacional con cerca de 500 sucursales. Están reguladas por decreto del 29 de Marzo de 1962 y su Reglamento del 26 de Febrero de 1963. Se dividen en dos tipos, A y B, por razón de su autonomia y extensión de sus actividades.

Su estructura básica es la siguiente:

	GRUPO A	GRUPO B
Forma empresarial:	Sdad mercantil	Sdad mercantil
Capital minimo desembolsado:	2.000.000	400.000
Fianza:	750.000	150.000
Ambito geografico de actuación:	ilimitado	En una zona determinada
Dependencias:	Pueden tener sucursales	Sin sucursales
Prestación de servicios:	Actuan directamente como intermediarios entre los proveedores de servicios y el público.	Sirven de intermediarios entre una agencia del grupo A de la que dependen, y el público.

En la hoja siguiente daremos una relación por provincias de las agencias de viajes españolas.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

PROVINCIA	AGENCIAS GRUPO A CASAS CENTRALES	SUCURSALES	AGENCIAS GRUPO B
Alava	---	4	----
Albacete	---	1	2
Alicante	3	15	1
Almeria	2	3	1
Avila	---	---	1
Badajoz	---	2	---
Baleares	27	61	3
Barcelona	42	100	8
Burgos	---	3	4
Cáceres	1	3	1
Cádiz	3	20	2
Castellón	2	2	---
Ciudad Real	1	2	1
Córdoba	---	6	1
La Coruña	3	10	2
Cuenca	---	1	2
Gerona	10	55	2
Granada	1	8	1
Guadalajara	---	3	---
Guipúzcoa	1	19	1
Huelva	---	2	1
Huesca	---	3	---
Jaén	---	3	1
León,	--3	4	1
Lérida	1	2	---
Logroño	---	3	---
Lugo	---	2	1
Madrid	56	67	---
Málaga	5	50	---
Murcia	3	7	---
Navarra	2	4	2
Orense	---	5	2
Oviedo	---	9	6
Palencia	---	---	1
Las Palmas	12	21	---
Pontevedra	1,	9	1
Salamanca	2	5	2

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

AGENCIAS GRUPO A

PROVINCIA	CASAS CENTRALES	SUCURSALES	AGENCIAS GRUPO B
Tenerife	3	30	---
Santander	1	7	1
Segovia	1	---	---
Sevilla	2	16	---
Soria	---	---	---
Tarragona	2	8	---
Teruel	---	---	---
Toledo	---	2	1
Valencia	8	17	2
Valladolid	1	2	3
Vizcaya	2	9	---
Zamora	---	2	---
Zaragoza	1	7	---
Sahara	1	1	---

El numero de agencias del grupo A ha ido aumentando progresivamente con los años conforme al desarrollo turístico de nuestra patria, mientras que las agencias del grupo B han ido disminuyendo .

AGENCIAS DE VIAJES

CASAS CENTRALES	1966	1967	1968	1969	1970
Agencias grupo A	139	154	174	195	203
Agencias grupo B	85	81	72	66	58
Totales	224	235	246	261	261

Las agencias de viajes españolas mantienen estrechas relaciones comerciales con muchas agencias extranjeras; la principal relación es la de atender a los clientes que nos envian trasladandoles al hotel y atendiendo cualquier reclamación o petición que efectuen. La forma de contratar entre ambas agencias es muy diversa; por ejemplo, si el viaje es a forfait incluyendo excursiones y visitas, la agencia española está obligada a organizarlas cobrando el importe de las mismas con posterioridad de la agencia extranjera.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Otra forma de contratar es que una guía representante de la agencia extranjera cobre individualmente a cada viajero el importe de la excursión o servicio pagando luego ella misma a la agencia española. Estas no son las únicas formas existentes porque cada agencia tiene su forma propia de contratar, además no hay nada establecido para que las diversas agencias se sujeten a ello.

Costos en las rutas

La determinación de los costos en un forfait está en función de cuatro magnitudes: longitud del itinerario, dias empleados, medios de transporte y precios de los hoteles y restaurantes empleados; el cálculo de un forfait se establece por viajero para lo cual primero hay que llegar a la determinación de los costos totales.

Los gastos correspondientes se clasifican en dos grupos:

A) Gastos del autocar

B) Gastos del viajero

Los del autocar se descomponen en:

a) Carburante

b) Dietas del guía

c) Dietas del conductor

e) Seguro Obligatorio de Viajeros

a) Para determinar los gastos de carburantes hay que conocer el consumo por Km. del autocar; multiplicando el numero de Kms. por el precio unitario del combustible (PUC), se obtiene este costo. Generalmente, al kilometraje se le agrega de un cinco a un 10 por ciento más para cubrir los Kms. recorridos por el interior de los nucleos urbanos. El PUC comprende también el aceite.

b) y c) Comprenden las dietas del viaje que son dependientes del sueldo de estos empleados. Se hallan multiplicando el numero de dias del tour por dietas fijadas de antemano.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

d) En los gastos generales se incluyen a veces pero no siempre cantidades fijas que resultan de obtener la cuantía proporcional al uso de amortización del costo del vehículo, reparaciones anuales e impuestos. Algunas empresas, cargan estos costos con cargo a explotación.

e) S.O.V.: es el 3% del importe del servicio

Una vez obtenidos los costos totales de transporte (A), se halla el precio unitario de transporte (PUT), dividiendolo por el numero de viajeros.

$$PUT = \frac{a + b + c + d + e}{\text{nº de viajeros}}$$

B) Gastos del viajero (GV)

Para la obtención de este costo hay que tener en cuenta lo siguiente:

f) Alimentación
g) Alojamiento
h) Visitas a monumentos, museos, etc.
i) Propinas
j) Guías locales
k) Alojamiento y manutención del conductor y guía.

PUT + GV = Precio de costo por persona

Precio de venta = precio costo por persona + Bfo por persona

Es muy conveniente saber cual es el numero minimo de inscripciones que permite cubrir todos los gastos del forfait, nivel sobre el cual empieza a haber beneficios y bajo el cual se inician las perdidas, es decir, el punto muerto.

Gastos fijos = a + b + c + i + j + k

Gastos variables = f + g + d + e + h

$$\text{Numero minimo de viajeros} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Gastos variables}}$$

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Publicidad

puede definirse, como la comunicación de un producto que ha sido cientificamente concebido y producido como respuesta a las necesidades o deseos de un mercado potencial, y racionalmente distribuido mediante una organización de venta capaz de llevarla a cualquier rincón donde exista un consumidor que desee poseerlo.

Actualmente se ha reconocido la necesidad e importancia de la publicidad para la empresa que vive en un mercado de libre competencia comoe el nuestro.

Los principales soportes o medios de la publicidad que le sirven para llegar al consumidor son:

- La prensa y las revistas.
- La radio.
- La televisión y el cine.
- Carteles, escaparates, etc.
- Publicidad directa (folletos, prospectos, almanaques, agendas, catálogos, programas, etc.)

Dadas las especiales características de nuestra empresa, el tipo de propaganda más adecuado es la publicidad directa, dentro de la cual destacaremos a los fines de las agencias de viajes, los folletos, guías, mapas, catálogos, etc.

Para nuestra agencia hemos calculado 250.000 ptas como gasto de publicidad.

Tal vez a simple vista, parezca poco nuestro presupuesto para publicidad, pero hay que tener en cuenta que los que verdaderamente promocionan los viajes son las compañias de transporte, que gastan sumas fabulosas en ello. Nosotros no tenemos por que hacer lo mismo excepto si estamos promocionando un tour que nosotros mismos organizamos; nuestro gasto en publicidad va a consistir en la confección de unos folletos destinados al turista para que éste conozca los lugares

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO TECNICO

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2008

INMUEBLES Y MOBILIARIO

Local propio sito en la calle León y Castillo nº 378 de 300 mts, valorado en 2.500.000

El mobiliario instalado en dicho local es el siguiente:

Sala de recepción, que consta de: mostrador, tresillo, mesa del recepcionista, etc.

Un despacho para el director gerente de la empresa.

Sección de oficinas, dividida en:

Departamento aéreo

Departamento marítimo

Departamento terrestre

Departamento administrativo

Como instalación especial, una habitación destinada exclusivamente al teletipo.

También se posee una centralita, archivos, máquinas de escribir, estanterías, ficheros, etc.

Valor del mobiliario: 900.000

Como mobiliario especial, poseemos un teletipo valorado en: 150.000

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

PARQUE MOVIL

Parte fundamental de toda agencia de viaje es el parque movil, pues es imprescindibles para la recogida de clientes y su traslado al hotel y viceversa, así como para la realización de tours y excursiones. También incluimos además de los autobuses, dos automoviles para ser utilizados en caso de visitas de algún personaje importante y para el que nuestra agencia quiere un especial trato.

4 autobuses de 50 plazas marca Mercedes Benz de motor diesel con un valor de 2.200.000ptas c/u .	8.800.000
6 autobuses de 17 plazas Mercedes Benz diesel valorados en 900.000 ptas. c/u	5.400.000
2 automoviles Mercedes Benz, modelo 280 valorados en 450.000 ptas. c/u	900.000
Valor total parque movil. .	15.100.000

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

FUNCIONES DE SEGURIDAD

1º Regimen de seguridad social:

La cuota a ingresar por seguros sociales, por los diversos conceptos, es:

	Empresa	Trabajador	Total
1 Asistencia sanitaria por enfermedad común o accidente no laboral. . . .	12,20	2,50	14,70
2 Incapacidad laboral transitoria derivada de enfermedad comun o accidente no laboral.	1,50	0,50	2.-
3 Invalidez provisional derivada de enfermedad comun o accidente no laboral.	0,20	0,20	0,20
4 Proteccion a la familia.	13,50	0,50	14.-
5 Desempleo.	1,70	0,30	2.-
6 Invalidez permanente y muerte y supervivencia derivadas de enfermedad comun y vejez, nivel complementario Asistencia social y Accion Formativa	6,40	3.-	9,40
7 Vejez, nivel minimo, compensación relativa a las contingencias y situaciones del epigrafe 6.	3.-	1.-	4.-
8 Aportación al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social, Servicios Sociales y Asistencia Social. . . .	3,50	--	3,50
	42.-	8.-	50.-
Cuota sindical.	1,50	0,30	1,80
Formación Profesional	0,67	0,13	0,80
TOTALES...	44,17	8,43	52,60

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

El art, 15 del Convenio Colectivo Sindical de Oficinas y Despachos del 6 de Marzo de 1970, que afecta a las agencias de viajes, nos obliga a MEJORAS DE LAS BASES DE COTIZACION especificando que las empresas afectadas por este convenio vendrán obligadas a concertar con la Mutualidad Laboral de Las Palmas, conforme regula el art. 7 de la O.M. de 28-12-66 y Decreto 907/66, mejoras de las bases de cotización para las establedidas en las contingencias del 2º grupo del art. y O.M. mencionadas, tomando como base de cotización para cada categoría con las adecuaciones previstas en la O.M. de 25-369, la tabla de salarios de este convenio.

Los salarios que señala este convenio y que utilizaremos como base de cotización, son:

NIVELES	REMUNERACION MENSUAL
Director	11.176
Jefes:	
Aereo	8.636
Maritimo	8,636
Terrestre	8.636
Administrativo	8.636
Personal administrativo:	
Auxiliares	4.064
Secretarias	5.080
Telefonistas	4.064
Encargada teletipo	5.080
Recepcionista	4.064
Botones	1.778
Guías	6.096
Chóferes	3.556

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

2º Independientemente de la Seguridad Social, la empresa pagará por accidentes de trabajo -mo reteniéndosele nada al productor-, el 2% sobre el sueldo del empleado y que corresponde:

Accidente laboral	1,00%
Incapacidad transitoria	0,60%
Incapacidad permanente o muerte	0,40%
Total. . . .	2,00%

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO FINANCIERO

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

CAPITAL DE LA EMPRESA

Capital Fijo

Inversiones:

Parque Movil.	15.100.000
Inmuebles y Mobiliario.	3.550.000
Fianza.	750.000
Total Capital Fijo. .	19.400.000

Con respecto a la fianza, las agencias de viajes están obligadas a constituir y mantener una fianza de la cuantía respectiva para cada grupo, a disposición del Ministerio de Información y Turismo, para responder de sh gestión. El Reglamento ha fijado el importe de dichas fianzas en 750.000 ptas. para las agencias del grupo A como la nuestra.

Capital Circulante

Por las especiales características de nuestra empresa ya que casi siempre trabajamos con capital ajeno, cobrando primero y pagando después-, no nos sirven los métodos convencionales de hallar el capital cirwulante: el método de Guilbault, el de Calmes, el de las roteciones, el de Masson, etc, por lo que hemos hecho un pequeño estudio financiero de nuestra empresa por medio de observaciones directas.

Volumen en ptas. de servicios:

Departamento aéreo.	25.000.000
Departamento marítimo	8.000.000
Departamento terrestre.	6.200.000
Traslados.	5.500.000
Hoteles y Residencias	60.000.000
Volumen anual de servicios	104.700.000

$$\text{Volumen trimestral} = \frac{104.700.000}{4} = 26.175.000$$

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Volumen total de gastos anuales= 11.800.000

$$\text{Volumen trimestral} = \frac{11.800.0000}{4} = 2.950.000$$

El capital circulante de nuestra empresa, va a estar constituido por esta cifra de gastos trimestrales. Es una cantidad para hacer frente a cualquier anomalía que se produzca en nuestro ritmo de ingresos-pagos, teniendo en cuenta el volumen trimestral de servicios.

RESUMEN

Capital Fijo.	19.400.000
Capital circulante.	2.950.000
Gastos constitución	650.000
CAPITAL SOCIAL.	23.000.000

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

AMORTIZACION

Amortización es la reducción anual operiódica de algunas cuentas de activo, con objeto de situarlas en su valor de realización.

El objeto de la amortización es repartir en cierto numero de ejercicios una carga que no se quiere o que es contraproducente hacer soportar a uno solo.

La amortización tiene su justificación en el desgaste del material, el descubrimiento de nuevos tipos de máquinas (obsolescencia) o de procedimientos de explotación, las depreciaciones experimentadas, etc. El ritmo de las amortizaciones varia esencialmente segun la clase de valores a amortizar.

Los precios de reposición han ido creciendo de forma inusitada debido a las coyunturas inflacionistas sufridas desde hace tiempo por todos los paises, y las empresas, con una politica acertada han decidido prevenir el exceso de desembolso, a costa de sus beneficios, que habrá de originarles en su día la adquisición de los nuevos elementos, muchos más costosos que los que se trataban de reponer, y de éste modo aparece en los balances cuentas expresas bajo los titulos de Fondo de Renovación de Maquinaria, de Instalaciones, etc.

Elegimos entre los diversos sistemas de amortización, el de cuota constante, por ser el más empleado.

Representando por "a" lo que corresponde amortizar; por"C" el valor total del elemento o precio de costo inicial; por "Vr" el valor residual o de desecho, que es lo que se presupone podrá obtenerse en venta cuando el material se retire de servicio; por"k" el numero de periodos de vida probable.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

La fórmula que nos dá la anualidad de amortización, es:

$$a = \frac{C - Vr}{k}$$

El sistema de amortización se calcula en función de la vida util de los elementos. La vida tecnica de un equipo puede ampliarse con unos mayores gastos de conservación y entretenimiento.

La determinación de la vida de un equipo es un problema de expectativa, teoricamente producida y que durará hasta el momento en que los ingresos que produzca el equipo cubran los costes de funcionamiento de dicho equipo.

La vida que hemos previsto para los distintos elementos del activo, es:

Parque Movil	5 años
Inmuebles	20 "
Mobiliario	10 "
Teletipo	5 "
Gastos de Constitucion	10 "

Valores residuales:

Parque Movil	1.100.000 ptas.
Mobiliario	10.000 "
Teletipo	25.000 "

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

PUNTO MUERTO

Punto muerto, cifra de negocios o umbral de rentabilidad, es el punto en que la cifra de ventas cubre la totalidad de los gastos del período y comenzándose a obtener beneficios.

Para su determinación hay que tener en cuenta dos clases de gastos: gastos fijos y gastos variables. Los fijos no dependen de la cantidad producida (alquileres), en cambio los variables varían según el volumen de producción (mano de obra).

Determinación:

El punto muerto se halla planteando la siguiente regla de trés:

Ingresos anuales ---------- Gastos fijos + Margen Bruto

Punto Muerto ---------- Gastos fijos

Datos presupuestarios:

Ingresos anuales: 19.585.000

Gastos Fijos: 9.011.140,80

Gastos Variables: 2.739.216

Margen Bruto: 7.834.643,20

19.585.000 ---------- 9.011.140,80 + 7.934.643,20

PM ---------- 9.011.140,80

PM = 10.414.578,75

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Determinación de la fecha:

Ingresos anuales -------- 365 días

Punto Muerto -------- X

En nuestro caso:

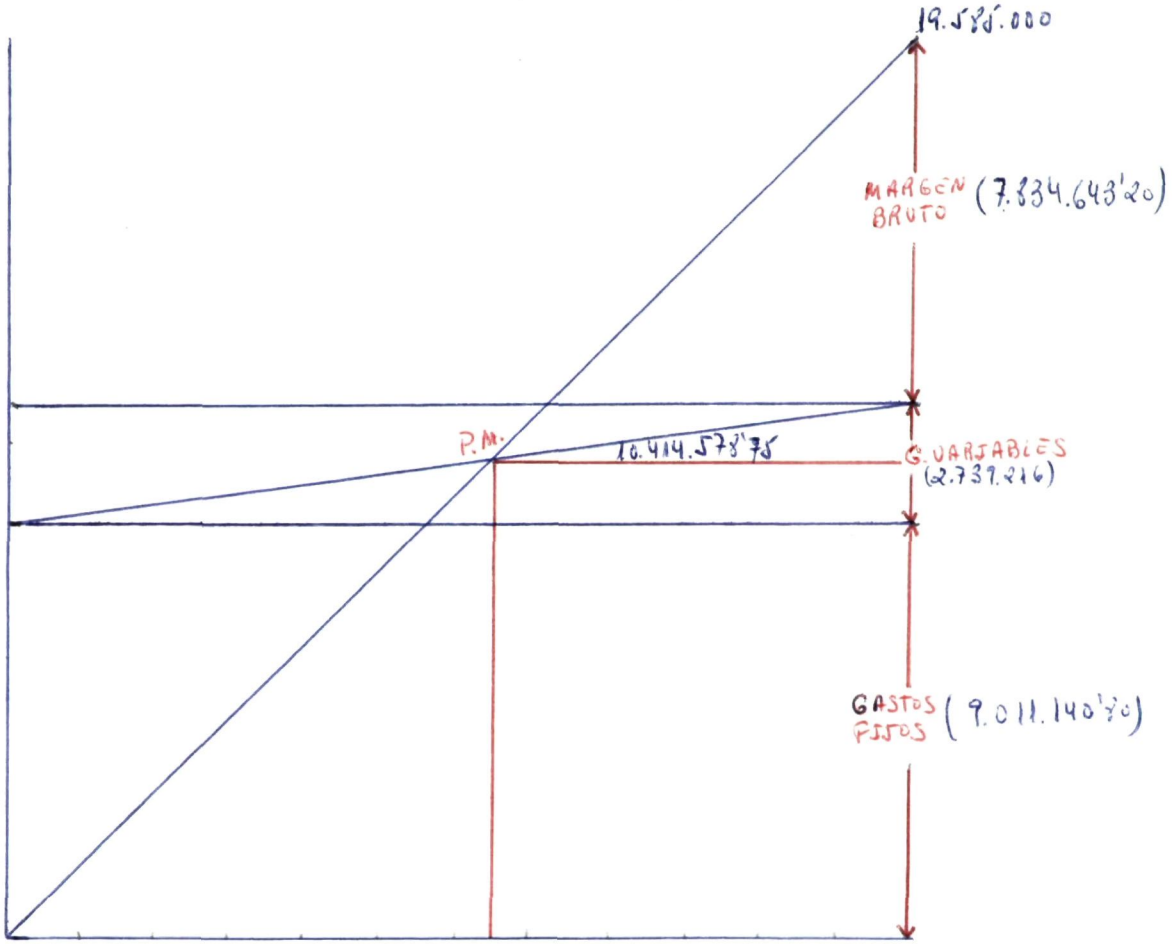
19.585.000 --------- 365

10.414.578,75 ------ X

X = 195 días

O sea: 195 días contados a partir del 1 de Enero, resultan ser el 14 de Julio.

Gráficamente:



© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO ECONOMICO

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

En este aspecto realizaremos el presupuesto de gastos e ingresos referente al primer ejercicio economico.

GASTOS

MANO DE OBRA

Categoria	Nº	Sueldo mensual	total mensu.
Director - Gerente.	1	30.000 . . .	30.000
Jefes departamento:			
Aereo.	1	15.000	15.000
Maritimo	1	15.000	15.0000
Terrestre.	1	15.000	15.000
Administrativo	1	15.000	15.000
Personal administrativo:			
Auxiliares	5	8.000	40.000
Secretarias.	2	10.000	20.000
Telefonistas	1	7.000	7.000
Encargada teletipo . . .	1	10.000	10.000
Recepcionista.	1	7.000	7,000
Botones	2	5.000	10.0000
Guias	5	12.000	60.000
Chóferes.	10	7.000	70.000
Total.	32	Total ptas. . .	314.000

Sueldo anual: 314.000 por 12 meses.	3.768.000
2 pagas extras: 314.000 por 2:	628.000
Seguridad Social: 44,17% s/ 1.788.048	789.780,80
Seguro accidente traba. 2% s/ 3.768.000 . . .	75.360
Total Mano de Obra. . . .	5.261.140,80

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

AMORTIZACIONES

Elegimos entre los diversos sistemas de amortización, el de cuota constante que es el más empleado.

PARQUE MOVIL:

La empresa posee un parque movil valorado en 15.100.000 ptas, y al que se le prevee una vida de 5 años y un valor residual de 1.100.000 ptas.

$$\text{anualidad} = \frac{15.100.000 - 1.100.000}{5} = 2.800.000$$

INMUEBLES:

Está valorado en 2.500.000 pts. con una vida probable de 20 años

$$\text{anualidad} = \frac{2.500.000}{20} = 125.000$$

MOBILIARIO:

Valor del mismo: 900.000 ptas
Vida útil: 10 años
Valor residual: 10.000 ptas

$$\text{anualidad} = \frac{900.000 - 10.000}{10} = 89.000$$

TELETIPO:

Valor: 150.000 ptas

Vida útil: 5 años

Valor residual: 25.000 ptas

$$\text{anualidad} = \frac{150.000 - 25.000}{5} = 25.000$$

GASTOS CONSTITUCION:

Importe: 600.000 ptas

Vida: 10 años

$$\text{anualidad} = \frac{600.000}{10} = 60.000$$

Valor total amortización: 3.099.000 ptas

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

SEGUROS

El Parque Movil está asegurado a todo riesgo, siendo el importe anual de la prima 646.000

Seguro contra incendios. 15.000

Valor total seguros . . . 661.000

ALQUILERES

Alquilamos parte de un solar a fin de utilizarlo como garage de nuestro parque movil. En dicho solar también se nos presta servicio de vigilancia. El importe del alquiler y vigilandia es de 10.000 ptas mensuales.

Valor anual alquileres. . . 120.000

MATERIAL OFICINA

Papeles, sobres, libros , carpetas, fichas, boligrafos, etc, comprados y consumidos en el primer año por un valor de 100.000 ptas

TELEFONOS, TELEGRAFOS, CORREOS, TELETIPO

Por tfno. hacemos un cálculo mensual de 15.000 ptas

Telégrafo y correos. . . . . 10.000 "

En cuanto al teletipo, éste nos ocasiona un gasto fijo de 1.500 ptas mensuales tan solo por el mero hecho de tener línea, además de unas 10.000 ptas mensuales que gastaremos por sus servicios.

Valor total anual por estos conceptos. . 438.000

CONCEPTOS VARIOS

Gastos de vehículos (combustible, reparaciones)	1.500.000
Publididad	250.000
Gastos representación	200.000

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

(viene de la anterior)

Previsión para impuestos	47.216
Limpieza	50.000
Electricidad	24.000
Total mual de varios. . .	1.500.000

TOTAL GASTOS ANUALES. . . . 11.750.000 ptas

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

+INGRESOS+

COMPAÑIAS AEREAS

Tenemos concertada con las diversas Cias. Aéreas, una comisión sobre el volumen de billetaje vendido por nosotros.

Las comisiones actuales, son:

En vuelos nacionales el 7%

En vuelos internacionales el 7%

En vuelos transoceánicos el 7,5%

El volumen anual de billetaje vendido de vuelos nacionales e internacionales es de 20.000.000 de ptas.

Comisión: 7% s/ 20.000.000 = 1.400.000 ptas

Volumen anual de billetaje de vuelos transoceánicos es de 5.000.000 de ptas.

Comisión: 7,5% s/ 5.000.000 = 375.000 ptas.

Total ingresos por Cias aéreas. . 1.775.000

COMPAÑIAS MARITIMAS

La comisión establecida con las Cias. que operan en este medio de transporte es del 5% sobre el total de pasajes vendidos.

Volumen de ventas anuales de pasajes: 8.000.000 ptas

Comisión: 5% s/ 8.000.000 = 400.000 ptas

TRASLADOS

A los turistas que recibimos de las Agencias de Viajes extranjeras con las que estamos relacionados, nos hemos comprometido a ir a recogerles al aeropuerto o puerto, conducirlos a sus hoteles y viceversa; también incluimos una guía para conducirlos al autobús y explicarles donde están los centros de atracciones, los sitios típicos, los servicios que nuestra agencia les presta, etc.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Por todo ello percibimos la cifra de 5.500.000 ptas brutas de las que deduciendo el 3% del SOV (165.000 ptas), se nos convierte en un ingreso neto de 5.335.000 ptas

Ingresos por traslados: 5.335.000 ptas

EXCURSIONES

Existe un acuerdo reciente entre las diversas agencias para fijar de común acuerdo los precios mínimos que regirán en la temporada. Acontinuación transcribimos este acuerdo, imaginando que nosotros tambien lo hemos firmado.

En Las Palmas de Gran Canaria a 2 Agosto 1971, en los locales de la Organización Sindical, reunidas las agencias V. Aliados, V. Blandy, Canarias Express, V. Canatur, V. Cevasa, V. Cyrasa, V. Ecuador, V. Euroturist, V. Fernando Poo, V. Fortuna, V. Insular, V. Marsans, V. Meliá S.A., V. Rigón, V. Turistcanarias S.A., V. Wagons Lits Cook y Viatur S.L. Se sometió a estudio los precios minimos, que regirán en la próxima temporada 1971 - 1972 del 1 Oct. 71 al 30 Abril 72, aprobandose los que a continuación se relacionan y detallan:

	PRECIOS	
MASPALOMAS (NORMAL)	125	
MASPALOMAS (GUIA)	150	
VISITA CIUDAD	110	GRUPO
" "	225	INDIVIDUAL
TEJEDA	200	
TEJEDA-ARTENARA	225	
NOCTURNA	450	
AGAETE	200	
SANTA LUCIA	200	

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

	PRECIOS	
ATALAYA (MINIMO)	150	
PASEO MARITIMO DE LUJO DESDE EL SUR	700	MPS
" " " "	800	LPA
COMISIONES (TIPO MAXIMO)	20%	

PESCA DEPORTIVA

Desde Las Palmas Ciudad Zona Sur con transporte incluido, partiendo de	
PTO RICO / ARGUINEGUIN	1.250
Desde PTO RICO sin transporte	1.100
COMISION TOTAL MAXIMA	10%

Dando conformidad a ello todos los asistentes a la reunión.

Nosotros hemos calculado unos 200 pasajeros a un precio medio de 250 ptas, con unas 150 excursiones anuales, nos produce un ingreso de 7.275.000 ptas, deducido el 3% del SOV (225.000 ptas)

Ingresos por excursiones 7.275.000

HOTELES Y RESIDENCIAS

Tenemos contratado con diversos establecimientos hoteleros de diferentes categorías, un cierto número de reservas para los clientes que nos enviarán las agencias extranjeras.

La comisión que nos dá la hoteleria es el 8%

Turistas que recibimos= 20.000

nº medio de dias de estancia: 15

Gasto medio en hotelería diario: 200 ptas

Esto supone un volumen de 60.000.000 de ptas

Comisión = 8% s/ 60.000.000 = 4.800.000 ptas

SUMA TOTAL DE INGRESOS 19.585.000

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

RESUMEN

TOTAL INGRESOS	19.585.000
TOTAL GASTOS	11.750.356,80
BENEFICIO	7.834.643,20

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO CONTABLE

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

INTRODUCCION

Contabilidad, según Manuel de Torres, es una técnica formal que tiene por objeto captar la realidad economica de la empresa.

La organización de la contabilidad supone un análisis de la empresa, destacando los elementos que van a definirla.

La misión de la contabilidad, es la de permitir al director de la empresa:

a) Seguir la marcha del negocio

b) Cumplir disposiciones fiscales

c) Servirle de control:

1) Delos gestores para los accionistas

2) De los empleados para el director

d) Para hacer los presupuestos de la empresa

Debe existir una conexión de la contabilidad con todos los servicios que requieren anotaciones en los libros y que están relacionadas con el resultado economico de la empresa.

Si queremos que el desarrollo del negocio vaya produciéndose normalmente, debemos vigilar con cuidado su perfecto equilibrio que viene fijado generalmente por estas relaciones:

- La venta normal, la cifra media de existencias, la suma de créditos de los proveedores o Bancos y la cifra madia de cobros.

En el aspecto jurídico-fiscal, la contabilidad sirve en los casos de:

a) Prueba en juicio

b) Suspensión de pagos

c) Quiebras

d) Sociedades (Estatutos)

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Los libros de contabilidad, sirven de garantía al comerciante individual, para demostrar la honradez de su actuación, el estado de sus negocios, ante el fisco, etc., aunque tiene aún mayor imporatncia en las Sdades., ya que sirven de garantía, como prueba, ante losa accionistas.

Al estructurar una contabilidad debemos tener en cuenta:

1º) Un estudio de las operaciones a tratar, teniendo en cuenta las operaciones del negocio y bajo los puntos de vista siguientes:

a) Financiero

b) Tecnico

c) Comercial

2º) Un estudio de un plmn contable, para registrar metódicamente, las operaciones y controlar las transformaciones del Capital (desde el punto de vista contable, tada transformación de Capital significa un desplazamiento de valores).

El plan contable debe contener dos clases de cuentas:

a) Cuentas análiticas: registro de las operaciones y discriminación de los diversos elemenóos que intervienen en cada una de ellas.

b) Cuentas sintéticas: agrupamiento de las operaciones realizadas, con vista a hacer aparecer los resultados.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

BIBLIOTECA CENTRAL

PLAN DE CUENTAS

Nuestro plan contable lo hemos dividido en grupos, cuentas y subcuentas, aplicando el sistema decimal.

ACTIVO

GRUPO 0: DISPONIBILIDADES

0.0 Caja y Bancos

GRUPO 1: REALIZABLE

1.0 Socios cta Aportación

1.1 Agencias de Viaje Extranjeras

GRUPO 2: INMOVILIZADO

2.0 Ctos y Fianzas ante el Ministerio de I y T

2.1 Parque Movil

2.2 Inmuebles

2.3 Mobiliario

2.4 Teletipo

2.5 Fondos de Amortización

2.5.0 Amort. Parque Movil

2.5.1 Amort. Inmuebles

2.5.2 Amort. Mobiliario

2.5.3 Amort. Teletipo

GRUPO 3: CTAS DE GASTOS

3.0 Gastos Constitución

3.1 Seguros

3.2 Material Oficina

3.3 Gastos Generales

3.4 Alquileres

3.5 Gastos Parque Movil

3.6 Publicidad

3.7 Personal

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

PASIVO

GRUPO 4: CTAS DEL NETO

4.0 Capital

4.1 Reserva Estatutaria

GRUPO 5: EXIGIBLE

5.0 Acreedores

5.1 Hacienda Pública

5.1.0 Impuestos a pagar

5.1.1 Cargas Sociales a pagar

5.1.2 Retención Seguros Sociales

5.1.3 Impuestos Retenidos

5.1.4 I.T.E

5.1.5 Seguro Obligatorio de Viajeros

5.2 Billetaje Aéreo

5.3 Cias. Aéreas

5.4 Pasajes

5.5 Cias Maritimas

5.6 Bonos pendientes

5.7 Participaciones

5.7.0 Participación Gerencia

5.7.1 Participación Jefes departamento

5.7.2 Participación persomal

5.8 Beneficios a repartir

GRUPO 6: CTAS DE PRODUCTOS E INGRESOS

6.0 Comisiones

6.1 Excursiones

6.2 Traslados

6.3 Premio Cobranza

GRUPO 7: CTAS TRANSITORIAS DE PASIVO

7.0 Resultados del Ejercicio

7.1 Remanente del Ejercicio

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

CONTABILIDAD ESQUEMATICA DEL PRIMER EJERCICIO

----------x----------

23.000.000 SOCIOS CTA ~~APORTACION~~ PARTICIPACION

a CAJA 23.000.000

Por la constitución de VIATUR, según escritura otorgada ante notario y cuyo capital está dividido en 2.300 participaciones de 10.000 ptas c/u, suscritas a partes iguales por los 10 socios fundadores.

----------x----------

23.000.000 CAJA Y BANCOS

a SOCIOS CTA PARTICIP 23.000.000

Desembolso total participaciones

----------x----------

650.000 GASTOS CONSTITUCION

a CAJA Y BANCOS 650.000

Imp s/ Transmisiones patrimo. y actos juridicos documen. 321.000

Gastos escritura, constitución, Registro Mercantil confección particp, etc., 329.000

----------x----------

750.000 CTOS Y FIANZAS ANTE EL MINISTERIO DE INFORMACION Y TURISMO

a CAJA Y BANCOS 750.000

Fianza legal satisfecha por constitución Agancka.

----------x----------

15.100.000 PARQUE MOVIL

Adquisición del mismo

a CAJA Y BANCOS 10.000.000

Satisfecho por n/ c/c

a ACREEDORES 5.100.000

Pendiente pago

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

----------x----------

2.500.000	INMUEBLES	a CAJA Y BANCOS	2.500.000

Adquisición local, sito en la calle León y Castillo nº 378

----------x----------

900.000	MOBILIARIO		
150.000	TELETIPO		
		a CAJA Y BANCOS	1.050.000

Adquisición de los mismos.

----------x----------

661.000	SEGUROS	a CAJA Y BANCOS	661.000

Satisfecho en concepto de seguros
del Parque Movil 646.000
contra incendios 15.000

----------x----------

100.000	MATERIAL OFICINA		

Por su adquisición.

512.000	GASTOS GENERALES		

Teléfono, correos, teletipo, telégrafo, etc., 438.000
Limpieza 50.000
Electricidad 24.000

		a CAJA Y BANCOS	612.000

----------x----------

120.000	ALQUILERES	a CAJA Y BANCOS	120.000

Satisfecho alquiler del garage de nuestro Parque Movil.

----------x----------

1.500.000	GASTOS PARQUE MOVIL		
		a CAJA Y BANCOS	1.500.000

Satisfecho por combustible, reparaciones, etc.,

----------x----------

450.000	PUBLICIDAD	a CAJA Y BANCOS	450.000

Por n/ campaña publicitaria 250.000
Gastos representación 200.000

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

----------x----------

47.216 IMPUESTOS A PAGAR

a CAJA Y BANCOS 47.216

Cuota Licencia Fiscal 2.496
Contri. Territ. Urbana 44.720

----------x----------

5.261.140,80 PERSONAL

a CAJA Y BANCOS 4.676.175,56

Liquido nomina anual

a CARGAS S. A PAGAR 865.140,80

Aportación patronal:
44,17% Seguridad Soci.789.780,80
2% Seguro Accidente 75.360,-

a RETENCION SEG. SOCIAL. 150.732,44

8,43% retenido a los productores

a IMPUESTOS RETENIDOS 169.092,-

----------x----------

3.099.000 GASTOS GRALES

a AMORT. PARQUE MO. 2.800.000

a AMORT. INMUEBLES 125.000

a AMORT. MOBILIARIO 89.000

a AMORT. TELETIPO 2.500

a GASTOS CONSTITUC. 60.000

Amortizaciones del Ejercicio.

----------x----------

12.000.000 CAJA Y BANCOS

a BILLETAJE AERE 12.000.000

Importe anual venta billetes de vuelos nacionales.

----------x----------

12.000.000 BILLETAJE AEREO

a CIAS AEREAS 11.160.000

Importe de n/ debito

a COMISIONES 840.000

7% s/ 12.000.000

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

----------x----------

11.160.000	CIAS AEREAS	a CAJA Y BANCOS	11.160.000
	Satisfecho n/ debito a Iberia		

----------x----------

13.000.000	CAJA Y BANCOS	a BILLET/ AEREO	13.000.000
	Importe anual venta billetes aéreos internacionales y trans-oceánicos.		

----------x----------

13.000.000	BILLETAJE AEREO		
		a CIAS AEREAS	12.065.000
		a COMISIONES	935.000
	7% s/ 8.000.000 = 560.000		
	7,5% s/ 5.000.000 = 375.000		

----------x----------

12.065.000	CIAS AEREAS	a CAJA Y BANCOS	12.065.000
	Satisfecho a Cias Aéreas.		

----------x----------

8.000.000	CAJA Y BANCOS	a PASAJES	8.000.000
	Venta anual pasaje marítimo.		

----------x----------

8.000.000	PASAJES		
		a CIAS MARITIMAS	7.600.000
		n/ débito por la venta	
		a COMISIONES	400.000
		5% s/ 8.000.000	

----------x----------

7.600.000	CIAS MARITIMAS	a CAJA Y BANCOS	7.600.000
	Satisfecho liquido n/ débito.		

----------x----------

7.500.000	CAJA Y BANCOS		
		a EXCURSIONES	7.275.000
		Importe excursiones anu.	
		a S.O.V.	225.000
		3% s/ 7.500.000	

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

----------x----------

5.500.000 A/V EXTRANJERAS

a TRASLADOS 5.335.000

Importe de los mismos

a S.O.V 165.000

3% s/ 5.500.000

----------x----------

5.500.000 CAJA Y BANCOS a A/V EXTRANJERAS 5.500.000

Satisfecho n/ cto.

----------x----------

60.000.000 A/V EXTRANJERAS

a BONOS PENDIENTES 60.000.000

Creación de n/ bonos.

----------x----------

60.000.000 BONOS PENDIENTES

Cancelación de los mismos

96.672 A/V EXTRANJERAS

Por n/ I/T/E

a CAJA Y BANCOS 55.200.000

Líquido pagado

a COMISIONES 4.800.000

8%s/ 60.000.000

a I.T.E 96.672

2% s/ 4.800.000 = 96.000
0,70% s/ 96.000 = 672

----------x----------

60.096.672 CAJA Y BANCOS a A/V EXTRANJER/ 60.096.672

Cobrado el importe n/ cto.

----------x----------

169.092 IMP. RETENIDOS

865.140,80 CARGAS S. A PAGAR

150.732,44 RETENCION S.S. Y M.

96.672 I.T.E

390.000 S.O.V.

a CAJA Y BANCOS 1.688.421,92

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASIENTOS DE LIQUIDACION

----------x----------

6.975.000	COMISIONES		
7.275.000	EXCURSIONES		
5.335.000	TRASLADOS		
3.215,32	PREMIO COBRANZA		
		a RTDOS. EJERCICIO	19.588.215,32

Traspaso saldo ctas. que han dado ganacia.

----------x----------

11.750.356,80	RTDOS EJERCICIO		
		a GSTOS. GRALES	3.611.000
		a MATERIAL OFICI/	100.000
		a SEGUROS	661.000
		a ALQUILERES	120.000
		a GSTOS P. MOVIL	1.500.000
		a PUBLICIDAD	450.000
		a IMP. A PAGAR	47.216
		a PERSONAL	5.261.140,80

Traspaso ctas. que han dado pérdida.

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASIENTO DE DISTRIBUCION DE BENEFICIOS

----------x----------

7.837.858,52	RTDOS. DEL EJERCICIO	
	a RESERVA ESTATUTARIA 5% s/ Bfos.	391.892,90
	a PARTICIP. GERENCIA 4% s/ Bfos.	313.514,30
	a PARTICIP. JEFES DPTOS/ 2% s/ Bfos.	157.757,15
	a PARTICIP. PERSONAL 6% s/ Bfos.	470.271,50
	a IMPUESTOS A PAGAR	2. 028.843,47
	a BFO. A REPARTIR	4.470.000
	a REMANENTE EJERCICIO	5.579,20

----------x----------

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

BALANCE DE SITUACION DE VIATUR S.L. AL 31-12-72

ACTIVO

DISPONIBLE		
Caja y Bancos		18.964.358,32
INMOVILIZADO		
Ctos y Fianzas ante M.I.T.	750.000	
Parque Movil	15.100.000	
Inmuebles	2.500.000	
Mobiliario	900.000	
Teletipo	150.000	
Gastos Constitución	590.000	19.990.000,-
	TOTAL ACTIVO. . . .	38.954.358,32

PASIVO

EXIGIBLE		
Acreedores		5.100.000,-
NO EXIGIBLE		
Capital	23.000.000	
Rtdos. dell Ejercicio	7.837.858,32	
Amort. Pacque Movil	2.800.000	
Amort. Inmuebles	125.000	
Amort. Mobiliario	89.000	
Amort. Teletipo	2.500	33.854.358,32
	TOTAL PASIVO. . ..	38.954.358,32

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO JURIDICO

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

RAZONES DE LA ELECCION DE SOCIEDAD LIMITADA

1ª) Los socios buscan una forma de Sdad. que limitando su responsabilidad, dé unas garantías a consecuencia dell conocimimnto entre sí de los socios y la confianza que existe entre ellos. Asímismo no desean que sus títulos circulen con gran facilidad.

2ª) No sobrepasamos los limites que marca la Ley en cuanto al numero de socios y volumen de capital, pues se comstituirá con 10 socios y un capital de 23.000.000 ptas.

3ª) Los 10 socios disponen en efectivo sus aportaciones para formar el capital social, por lo que no es necesario el emitir una acciones ni recurrir al ahorro privado para su suscripción.

4ª) Al estar las participaciones sociales vinculadas a personas o socios, se produce un nexo permanente entre los socios y la empresa, evitando el absentismo de las sociedades anónimas.

5ª) Como ventajas fiscales, la Sociedad Limitada está exenta del gravamen especial del 4%, así como la reducción en los impuestos sobre gastos de constitución y aumentos de capital.

6ª) Por último, la cuestión administrativa es más sencilla que en las anónimas.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ESTATUTOS

Art. 1º: La Sociedad se denomunará "Viajes Turísticos S.L." (VIATUR), constituyéndose el 1 de Enero de 1972, fecha en que comenzarán sus actividades.

Art. 2º: El objeto social será la de servir de intermediarios entre los viajeros y prestatarios de los servicios prestados por los mismos, pudiendo actuar como tal según el art. 1 del Decreto 735/1962 sobre agencias de viaje.

Art. 3º: La duración de la Sociedad será ilimitada.

Art. 4º: El domicilio social estará situado en Las Palmas de Gran Canaria, calle León y Castillo nº 378.

Art. 5º: El Capital social ascenderá a la cifra de 23.000.000 de ptas., dividido en 2.300 participaciones de 10.000 ptas cada una.

Art. 6º: El número de socios fundadores es de 10, adquiriendo cada uno de ellos 230 participaciones.

Art. 7º: La administración de la Sociedad se encomendará a un tecnico de empresas turísticas titulado, co el cargo de Director-gerente.

Art. 8º: El Director-gerente estará facultado para ejercer la gestión y representación de la Sociedad, excepto las actividades de venta o compra y conceder aval.

Art. 9º: En los aumentos y reducciones del Capital social, será necesario el acuerdo unánime de todos los socios.

Art. 10º: En caso de transmisión de participaciones mortis-causa los socios sobrevivientes tendrán que ejercer el derecho de tanteo dentro del plazo máximo de un mes

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

Art. 11º: En caso de exclusión de algún socio por los motivos legales establecidos, y no ejercitando los demás socios su derecho de tanteo, se admitir'a un nuevo socio para suplir la baja producida.

Art 12º: Se establede una reserva estatutaria del 5% de los beneficios netos, para garantizar un reparto de beneficios en los ejercicios en que no los hubiere.

Art. 13º: Se crea una participación del personal en los beneficios netos, una vez asegurado a los socios un beneficio mínimo del 12% del Capital social y tal como sigue:

4% para el Director-gerente
2% entre los jefes de departamento
6% entre el personal restante.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

REQUISITOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

a) Requisitos comunes:

- Las personas naturales o juridicas que pretendan ejercer la actividad reservada a las agencias de viajes, habrán de poseer la nacionalidad española.
- Justificar la solvencia economica que en cada caso se juzgue suficiente por la Direccion General de Empresas y Actividades Turísticas.
- Establecer como exclusivo objeto de la empresa, el ejercicio de la indicada actividad y reunir los requisitos señalados en el Reglamento para la concesión del Título licencia.

b) Requisitos de las agencias del grupo "A" para la obtención del Título-licencia:

- Adoptar la forma de Sdad. mercantil.
- Poseer un capital desembolsado mínimo de 2.000.000 de ptas.
- Justificar los antecedentes morales y comerciales satisfactorios de los administradores de la Sdad.

Posteriormente, al iniciarse la actividad social, habrá de constituirse una fianza de 750.000 ptas en la Caja General de Depósitos y a disposición de la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas.

En nuestra organización de VIATUR hemos supuesto que el Título licencia ya se nos ha sido concedido, al igual que el certificado de reconocimiento de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). Para éste último ha sido necesario el haber cumplido una serie de condiciones, siendo la principal la obligación de actuar como agencia del grupo "B" hasta que

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

nuestra cifra de ventas alcahce un determinado volumen, actualmente 500.000 ptas semestrales, cantidad que como vemos no es de mayor importancia para cualquier agencia.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ASPECTO TRIBUTARIO

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

IMPUESTO SOBRE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURIDICOS DOCUMENTADOS

Es un impuesto indirecto que grava las transmisiones patrimoniales "inter-vivos", el aumento real de las fincas rústicas y urbamas sitas en territorio nacional y los actos jurídicos documentados que se formalizen en territorio nacional y por los que, habiéndose formalizado en el extranjero, surtan cualquier efecto jurídico o económico en España.

La base imponible está constituida por el valor que tuvieron los bienes y derechos el día en que se produjo el acto jurídico sujeto a su tributación.

La base liquidable es la base imponible menos las cargas que han disminuido su valoración.

La deuda tributaria está constituida por el resultado de aplicar a la base liquidable el tipo de gravamen, que es distinto según la naturaleza del acto sujeto a contribución.

En nuestro caso:

Base Imponible. 23.000.000

Deuda Tributaria

Tipo gravamen: 1,7% s/ 23.000.000 = 321.000 ptas.

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

CUOTA DE LICENCIA FISCAL

Es un impuesto directo, real y a cuenta, que se paga por el mero hecho de ejercer una actividad independientemente del resultado económico y con sus corespondientes recargos municipales y provinciales.

En nuestro caso la cuota está constituida por:
Servicios de agencias de viajes por las que se organizan excursiones, facilitan noticias sobre los mismos, contratan y proporcionan billetes, hospedajes, coches, etc.

Cuota de:

Las agencias incluidas en el grupo "A"

en Madrid y Barcelona. 2.000

En capitales de provincia. 1.600

En las demás poblaciones que excedan de 20.000 habitantes. 1.080

Las incluidas en el grupo "B":

El 75% de las cuotas señaladas para el grupo "A"

Nuestra cuota de licencia. 1.600

recargos:

Provincial: 38% s/ 1.600 = 608

Municipal : 18% s/ 1.600 = 2888. 896

Cuota fija a ingresar. . . 2.496

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

CONTRIBUCION TERRITORIAL URBANA

La Contribución Territorial Urbana constituye un impuesto a cuenta de los generales sobre la Renta total de las Personas Físicas o de las Sociedades y demás Entidades jurídicas, y que grava la renta que anualmente producen o son susceptibles de producir los bienes de naturaleza urbana.
La base imponible es el producto íntegro, qu4e en nuestro caso está determinado por el 4% del valor de venta.

Producto íntegro: 4 % s/ 2.500.000 = 100.000

Deuda Tributaria:

tipo gravamen: 17,20% s/ 100.000		17.200
Recargos:		
Tesoro: 40% s/ 17.200	6.800	
Amort. empréstitos municipales: 10% s/ 17.200. . . .	1.720	
Paro Obrero: 10% s/ 17.200. . . .	1.720	10.320
Líquido a ingresar . . .		27.520
Arbitrio Municipal: 17,20%		17.200
Total a ingresar		44.720

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

IMPUESTO SOBRE LOS RENDIMIENTOS DEL TRABAJO PERSONAL

Es un impuesto real o de producto , objetivo, directo.y a cuenta de los generales sobre la renta.

Son contribuyentes del mismo:

- Los funcionarios públicos, empleados y asimilados.
- Los profesionales.
- Los artistas.
- Remuneraciones especiales.

La base imponible es el total de los ingresos obtenidos.

En la determinación de la base liquidable se reduce la imponible en el Mínimo Exento que es de 100.000 ptas anuales en 1.971, salvo los titulares de familias numerosas en las que se eleva a 250.000 ptas para los de primera categoría y a 400.000 ptas para los de segunda.

El tipo de gravamen es el 14% sobre la base liquidable, exceptuando a las remuneraciones especiales que tributan al 10% menos las remuneraciones de los presidentes y vocales de los Consejos de Administración que lo hacen al 20%.

- Liquidación correspondiente al Director-gerente:

Base Imponible:.	420.000
A deducir: Minimo Exento:. . .	100.000
Base Liquidable	320.000

Deuda Tributaria

tipo gravamen: 14% s/ 320.000	44.800
A deducir:	
Premio Cobranza: 1% s/ 44.800	448
Liquido a ingresar. . .	44.532

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

- Liquidación correspondiente a los Jefes de departamento:

Base Imponible: 840.000

a deducir:

Minimo Exento: 100.000 x 4. . 400.000

Base Liquidable. . . 440.000

Deuda Tributaria

tipo gravamen: 14% s/ 440.000. . . . 61.600

A deducir:

Premio Cobranza: 1% s/ 61.600. . . . 616

Liquido a ingresar. 60.984

- Liquidacion correspondiente a las Secretarias:

Base Imponible: 280.000

A deducir:

Minimo Exento: 100.000 x 2. 200.000

Base Liquidable. . . 80.000

Deuda Ributaria

tipo gravamen: 14% s/ 80.000. . . . . 11.200

A deducir: Premio Cobranza 1% 112

Liquido a ingresar. 11.088

- Liquidacion correspomdiente a la Encargada del Teletipo:

Base Imponible: 140.000

A deducir: Minimo Exento. . . 100.000

Base Liquidable. . 40.000

Deuda Tributaria

tipo gravamen: 14% s/- 40.000. . . . . 5.600

A deducir:

Premio Cobranza: 1% s/ 5.600 56

Liquido a ingresar 5.544

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

- Liquidación correspondiente a las Guías:

Base Imponible: 840.000

A deducir:

Minimo Exento: 100.000 x 5. . 500.000

Base Liquidable . . . 340.000

Deuda Tributaria

Tipo gravamen: 14% s/ 340.000 . . . . . 47.6000

A deducir:

Premio Cobranza: 1% s/ 47.600 476

Liquido a ingresar 47.124

Los auxiliares administrativos, telefonista, recepcionista, botones y chóferes quedan exeptuados por no llegar lo que anualmente perciben, al Minimo Exento (100.000 ptas.)

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

IMPUESTO GENERAL SOBRE EL TRAFICO DE LAS EMPRESAS

Este impuesto grava las ventas, obras, sérvicios, exportaciones, importaciones y demás operaciones típicas y habituales del tráfico de las empresas.

El hecho imponible, en lo que a nosotros respedtam está constituido por los arrendamientos y prestaciones de servicios realizados por personas naturales o jurídicas, con caracter habitual y mediante contraprestación.

En las agencias de viajes, la base del impuesto estará constituida por la diferencia existente entre el total de las facturas cargadas a los clientes y el importe de los servicios de transporte, hostelería y cualesquiera otros adquiridos por cuenta de aquellos.

El tipo de gravamen es del 2% sobre esta base, existiendo un arbitrio provincial con el tipo del 0,70% para las agencias de viajes.

Nuestra venta de billetes aereos y pasajes marítimos, no nos origina imposición alguna porque son las compañias prestatarias de estos servicios las encargadas de su pago y recaudación.

En las excursiones y traslados, tampoco tenemos imposición porque según el art. 27, apartado B del texto legal del I.T.E., no están sujetas a este impuesto los transportes terrestres de viajeros y mercancías realizados con vehículos provistos de motores accionados con gas-oil o gasolina.

- Comisiones Bonos Pendientes = 4.800.000

Deuda Tributaria

Tipo Gravamen: 2% s/ 4.800.000 . . . . . 96.000

Arbitrio Municipal: 0,70% s/ 96/000 . . . . . ~~672~~

Liquido a ingresar 96.672

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

IMPUESTO SOBRE LAS RENTAS DEL CAPITAL

Es un tributo directo con el caracter de a cuenta de los Generales sobre la Renta de las Personas Físcas o de las Sociedades y demás entidades jurídicas.

Base Imponible: Asignaciones a dividendos, partes de fundador, bonos de disfrute; entrega de acciones liberadas; participaciones de los socios en beneficios de sociedades colectivas, comanditarias y limitadas, y en general las cantidades percibidas por participaciones en beneficios, aunque no tengan el concepto estricto de dividendo.

Base Imponible

Bfos a repartir: 4.470.000

Deuda tributaria:

Tipo gravamen: 15% s/ 4.470.000. . . . . 670.500

A deducir:

Premio Cobranza: 1% s/ 670.500 . . . . . 6.705

Líquido a ingresar. 663.795

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE SOCIEDADES

INGRESO A CUENTA

Es un impuesto de naturaleza personal y directa.

Constituye el hecho imponible la existencia de rentas o beneficios obtenidos durante el período de imposición por los determinados como sujetos pasivos.

La Base Imponible puede determinarse por:

1) Estimación Directa: a través de la contabilidad de la Sdad.
2) Estimación Objetiva: por evaluación global.
3) Estimación por jurados: de forma subsidiaria.

La Base Liquidable es el resultado de las reducciones en la Imponible, correspondientes al "Fonde de Previsión para Inversiones" y a la "Reserva para Inversiones de Exportación".

El tipo de gravamen es el 30% sobre la Base Liquidable, salvo excepciones.

Sobre la cuota pueden existir bonificaciones, así como deducción de las cuotas fijas de los impuestos a cuenta.

Si la cuota del Impuestro Gral. sobre la Renta de las Sdades. es menor que la suma de los correspondientes ingresos a cuenta, la suma de estos tendrá el caracter de Cuota Mínima.

Los impuestos a cuenta sobre el General de las Sdades., son:

1) Cotribución territorial Rústica y Pecuaria.
2) Contribución Territorial Urbana.
3) Impuesto sobre los Rendimientos del Trabajo Personal.
4) Impuesto sobre las Rentas del Capital.
5) Impuesto sobre Actividades y Beneficios Comerciales e Industriales. (Impuesto Industrial).

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

BIBLIOTECA GENERAL

Beneficios:		7.837.858,52
Aumentos:		
Cuota Licencia Fiscal	2.496	
Cuota Tesoro Contrib. Urb.	44.720	
Imp s/ Transmisiones Patri.	321.000	368.216,-
		8.206.074,52
A deducir:		
Participación Gerencia	317.514,30	
Participación Jefes Dpto.	158.757,15	
Participación Personal	476.271,50	952.542,95
Base Imponible		7.253.531,57
Deuda Tributaria:		
Tipo gravamen: 30% s/ 7.253.531,57		2.176.059,47
A deducir:		
Cuota Licencia Fiscal	2.496	
Cuota Tesoro Contrib. Urbana	44.720	47.216,-
Ingreso a Cuenta. . .		2.028.843,47

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

ULPGC.Biblioteca Universitaria
679041
BIG 656.079 CAC org

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009

© Del documento, los autores. Digitalización realizada por ULPGC. Biblioteca Universitaria, 2009