

50

SANO-BOY VIAJES TURISTICOS, S. L.  
(SANO-BOY, S. L.)

48

JOSE - MIGUEL SUAREZ GIL



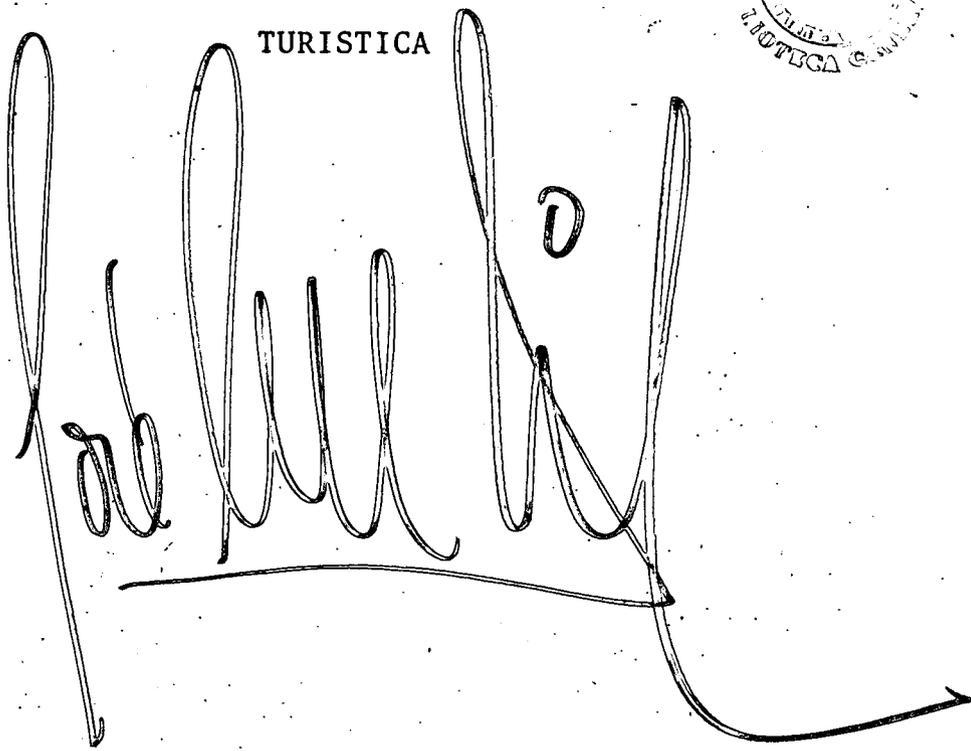
ESCUELA DE COMERCIO  
DE  
LAS PALMAS

- MEMORIA DEL GRADO PROFESIONAL -

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA  
LAS PALMAS DE C. CANARIA  
N.º Documento 255225  
N.º Copia 679121

ORGANIZACION DE LA EMPRESA  
TURISTICA

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA  
LAS PALMAS DE C. CANARIA



INDICE

ANTECEDENTES HISTORICOS.....	3
LOCALIZACION GEOGRAFICA.....	6
ASPECTO COMERCIAL.....	11
ASPECTO TECNICO .....	21
ASPECTO FINANCIERO.....	25
ASPECTO CONTABLE.....	32
ASPECTO JURIDICO .....	45
ASPECTO TRIBUTARIO .....	52

=====

=====

=

ANTECEDENTES HISTORICOS

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

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

Este fué el pirmer 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.

Es 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 compañía de ferrocarril para la venta de sus billetes, con un minimo de 500 anua--

les según el contrato, pero que Cook logró vender en un mes

En 1862, introduce la modalidad del pago al hotel al regreso del cliente y en 1872 crea el "Circular Note", antecedente del actual "Traveller 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 em-fesas 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 simultaneamente, 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 prionero de las adquisiciones de pueblos abandonados y terrenos, en gran escala, para promocionarlos turísticamente.

El Marqués de la Vega Inclán, nació en Valladolid en 1858. - Es el primer y principal promotor en España de los viajes; - creó la Red Nacional 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 Romántico de Madrid, etc En 1914 preparó la primera exposición en Londres y consiguió la reapertura de las misiones españolas del siglo 18 en los Estados Unidos.

LOCALIZACION GEOGRAFICA

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

Canarias es uno de los principales puntos turísticos de España, tanto por su perenne clima primaveral como por sus bellezas naturales. Las Palmas posee unas magnificas instalaciones tanto portuarias como de aeropuerto, estando comunicada por ellos con los principales países y capitales del mundo. Una muestra de la importancia que Canarias tiene en el mundo turistico español e internacional.

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

Entrada de viajeros en España. Turismo receptivo.

PUERTOS MARITIMOS.

	<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	<u>1969</u>	<u>1970</u>
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 Mallorca	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,... 1.432.877 1590.057 1745.937 1809.044 1682.006  
=====

AEROPUERTOS

	<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	<u>1969</u>	<u>1970</u>
Madrid	460.023	495.584	570.220	700.228	756.854
Barcelona	443.884	447.924	441.889	457.998	518.546
Valencia	66.335	54.977	20.244	30.824	29.992
Málaga	174.085	248.056	354.813	465.331	613.131
Sevilla	17.701	16.239	16.311	14.647	23.208
Alicante	2.785	26.439	114.270	171.927	294.872
Palma Mall	1881.048	1039.227	1227.768	1612.467	1815.261
Las Palmas	182.097	218.587	269.059	286.236	354.187
Tnerife	48.475	86.906	127.507	174.208	248.113
Costa Brava	---	---	---	305.526	331.194
Ibiza	---	---	---	31.112	56.370
Mahón	---	---	---	239.317	306.991
Otros	30.708	160.095	357.561	30.680	47.954
<b>Totales</b>	<b>2307.141</b>	<b>2794034</b>	<b>3499.642</b>	<b>4518.501</b>	<b>5396.688</b>

FERROCARRIL

	<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	<u>1969</u>	<u>1970</u>
<b>Totales..</b>	<b>1505.855</b>	<b>1410.327</b>	<b>1286.400</b>	<b>1572.854</b>	<b>1818.552</b>

CARRETERA

	<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	<u>1969</u>	<u>1970</u>
<b>Totales</b>	<b>12005.873</b>	<b>12064.137</b>	<b>12651.994</b>	<b>13781.712</b>	<b>15208.086</b>

RESUMEN TOTAL DE TURISMO RECEPTIVO

Totales de	<u>1966</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>	<u>1969</u>	<u>1970</u>
entrada:	17251746	17858555	19183973	21682091	24105312

Concretando aún más sobre el turismo en nuestra provincia, lugar donde 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 peninsulares, 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 fiestas, con su ambiente cosmopolita, ha - tenido en 1977 la cantidad de 528.201 visitantes extranje-- ros, lo que representa un aumento del 65% con relación a -- 1970. También ha habido un notorio aumento con respecto a - turistas nacionales con un total de 234.000, que significa un incremento de más del 125% con relación al ciclo turísti-- co anterior.

Por nacionalidades en la Provincia

La entrada de turistas en esta provincia se desglosa en el siguiente cuadro:

	<u>1977</u>	<u>1978</u>
Alemanes	318.133	309.611
Suecos	126.655	109.082
Daneses	40.745	28.409
Ingleses	43.309	40.931
Holandeses	44.307	35.346
Noruegos	42.286	42.365
Norteamericanos	17.003	7.384

### Lanzarote y Fuerteventura

Las dos islas restantes que forman nuestra provincia, han tenido también un aumento notorio de su turismo. En Lanzarote exactamente 81.194 en 1977. Y por otro lado está --- Fuerteventura con una cifra total de 47.027.

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 1.299.660 por 494.883 en 1970. Sobran comentarios en cuanto al plaudible aumento con respecto a un año del otro.

Por todo ello, hemos elegido Las Palmas como sede de nuestra agencia.

ASPECTO

COMERCIAL

El objeto esencial de una Agencia de Viajes, es vender viajes, pero esto es una tarea 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 fácil hoy día el éxito 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 capítulo de Pérdidas 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.

Esta organización de tour es una tarea compleja y delicada exigiendo altos costos, por tanto las Agencias que no pueden 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:

- 1.<sup>a</sup>- La Agencia que organiza el tour, vende los forfaits conjuntamente con las Agencias menores, sobre todo en las ciudades donde no tiene sucursales.
- 2.<sup>a</sup>- 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 son su intervención no hubieran tenido, pagando el hotelero una comisión sobre el total de la factura de los servicios que realizan, o bien, la Agencia deduce su comisión con el Hotel por los servicios cobrados previamente por aquella.

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 días de antelación al anuncio de su llegada.

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

Cuando la agencia proceda a la anulación de reservas sin su jetarse 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 ser 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 días siguientes al de presentación de la factura.

Las relaciones entre ambos tipos de empresas turísticas, ca si 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  
Envío 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 comisio-

nes, para aceptar la colaboración, etc.

### Las Agencias y las Compañías de transporte

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

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

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 envían 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 venta haya alcanzado un cierto volumen, actualmente quinientas mil pesetas semestrales.

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 actúan subordinadas en todo a la gencia del grupo A.

Las compañías de transporte pueden exigir unas condiciones especiales a la gencia, como pueden ser:

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

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

- c) Que todos los caudales derivados de depósitos 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 publicidad a cargo de la agencia.
- e) Inspección de la contabilidad por parte del transportista, etc.

Las Agencias de Viajes en España

En España funcionan unas 610 agencias de viajes repartidas por todo el territorio nacional con cerca de 1.500 sucursales. Están regualadas 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 autonomía y extensión de sus actividades.

Su estructura básica es la siguiente:

	<u>GRUPO A</u>	<u>GRUPO B</u>
Forma empresarial	Sdad. mercantil	Sdad. mercantil
Capital mínimo 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:	Actúan directamente como inter	Sirven de intermedios entre una

GRUPO AGRUPO B

mediarios entre agencia del grupo los proveedores A de la que dependen, y el público el público.

Las agencias de viajes españolas mantienen estrechas relaciones comerciales con muchas agencias extranjeras; la principal relación es la de atender a los clientes que no envían, trasladándoles al hotel y atendiendo cualquier reclamación o petición que efectúen. 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.

Otra forma de contratar es que un 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, días 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
- d) Seguro Obligatorio de Viajeros

a) Para determinar los gastos de carburantes hay que conocer el consumo por Km. del autocar; multiplicando el número 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 núcleos 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 número de días del tour por dietas fijadas de antemano.

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 número de viajeros.

$$PUT = \frac{a + b + c + d + e}{n^{\circ} \text{ de viajeros}}$$

**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 monumetos, museos, etc.
- i) 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 número mínimo 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 pérdidas, es decir, el punto muerto.

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

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

$$\text{Número mínimo de viajeros} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Precio venta} - \text{Gastos variables}}$$

### Publicidad

Puede definirse, como la comunicación de un producto que ha sido científicamente concebido y producido como respuesta a las necesidades o deseos de un mercado potencial, y racionalmente distribuido mediante una organizacion de venta capaz de llevarla a cualquier rincón donde existe 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 como 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 propagandas 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 250.000ptas. 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 compañías 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 más interesantes de nuestra provincia.

ASPECTO

TECNICO

INMUEBLE Y MOBILIARIO

Local propio 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, divididas en:

Departamento aéreo

Departamento marítimo

Departamento terrestre

Departamento administrativo

Como instalación especial, una habitación destinada exclusivamente al teletipo.

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

Valor del mobiliario-----1.900.000

Como mobiliario especial, poseemos un teletipo valorado en: ----- 350.000

---

4.750.000 ptas.

PARQUE MOVIL

Parte fundamental de toda agencia de viaje es el parque móvil, pues es imprescindible 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 automóviles 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 4.000.000 ptas. c/u.-16.000.000

6 autobuses de 17 plazas Mercedes-Benz diesel  
valorados en 2.000.000 ptas, c/u. ....12.000.000

2 automóviles Mercedes Benz, modelo 280  
valorados en 1.200.000 ptas. c/u. ....24.000.000

Valor total parque móvil..... 30.400.000

FUNCIONES DE SEGURIDAD1° Régimen General de la Seguridad Social

La cuota a ingresar para cumplir las diferentes contingencias de la Seguridad Social son:

<u>TIPOS DE COTIZACION</u>	<u>EMPRESA</u>	<u>TRABAJADOR</u>	<u>TOTAL</u>
Liquidación al I.N.P.	17,11	3,01	20,12
Desempleo (Sobre salarios A.T.)	2,35	0,35	2,70
Fondo Garantía Salarial        "	0,40	-	0,40
Formación Profesional        "	0,67	0,13	0,80
Liquidación a la Caja de Compensac°	9,50	1,68	11,18
Liquidación a la Mutual.Laboral	2,54	0,46	3,00
Aportación del trabajador:	5,15 sobre base de cotización		
	0,48 sobre base de Accidte.Trabajo		

ASPECTO

FINANCIERO

CAPITAL DE LA EMPRESACapital fijo-

## Inversiones:

Parque Móvil.....	16.000.000
Inmuebles y Mobiliario.....	4.750.000
Fianza.....	<u>750.000</u>
Total Capital Fijo.....	21.500.000

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 su gestión. El reglamento ha fijado el importe de dichas fianzas en 750.000 ptas. para las agencias del grupo AA 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 circulante: el método de Guilbault, el de Calmes, el de las rotaciones, 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.....	<u>60.000.000</u>
Volumen Anual De Servicios...	104.700.000

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

Volumen total de gastos anuales = 11.800.000

$$\text{Volumen trimestral} = \frac{11.800.000}{4} = 2.950.000$$

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.....	21.500.000
Capital circulante .....	2.950.000
Gastos constitución .....	650.000
	<hr/>
<b>CAPITAL SOCIAL.....</b>	<b>25.100.000</b>
	<hr/> <hr/>

## AMORTIZACION

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

El objeto de la amortización es repartir en cierto número de ejercicios una carga que 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 varía esencialmente según 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 países, y las empresas, - con una política 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 títulos 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.

Representado 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 número de periodos de vida probable.

La formula que nos da la anualidad de amortización, es:

$$a = \frac{C - V_r}{K}$$

El sistema de amortización se calcula en función de la vida útil de los elementos. La vida técnica 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, teóricamente producido 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 Móvil .....	5 años
Inmuebles .....	20 años
Mobiliario .....	10 años
Teletipo .....	5 años
Gastos de Constitución .....	10 años

Valores residuales:

Parque Móvil .....	1.100.000 ptas.
Mobiliario .....	10.000 ptas.
Teletipo .....	25.000 ptas.

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 periodo 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 tres:

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 + 7.834.643,20
PM .....	9.011.140,80

PM = 10.414.578,75

Determinación de la fecha:

Ingresos anuales..... 365 días

Punto Muerto ..... X

En nuestro caso:

19.585.000 ..... 365

X = 195 días

10.414.578,75 ..... X

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

ASPECTO

CONTABLE

## INTRODUCCION

Contabilidad, según Manuel de Torres, es una técnica formal que tiene por objeto captar la realidad económica 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) Servicio de control:
  - 1) De los 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 relacionados con el resultado económico 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 existencia, la suma de créditos de los proveedores o Bancos y la cifra media 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)

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 importancia en las Sdades., ya que sirven de garantía, como prueba, ante los accionistas.

Al estructurar una contabilidad debemos tener en cuenta:

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

- a) Financiero
- b) Técnico
- c) Comercial

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

El plan contable debe contener dos clases de cuentas:

- a) Cuentas analíticas: registro de las operaciones y discriminación de los diversos elementos que intervienen en cada una de ellas.
- b) Cuentas sintéticas: agrupamiento de las operaciones realizadas, con vista a hacer aparecer - los resultados.

PLAN DE CUENTAS

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

ACTIVOGRUPO 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 Cts y Fianzas ante el Ministerio de I y T

2.1 Parque Móvil

2.2 Inmuebles

2.3 Mobiliario

2.4 Teletipo

2.5 Fondos de Amortización

2.5.0 Amort. Parque Móvil

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 Móvil

3.6 Publicidad

3.7 Personal

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 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. Aereas
- 5.4 Pasajes
- 5.5 Cías. Marítimas
- 5.6 Bonos pendientes
- 5.7 Participaciones
  - 5.7.0 Participación Gerencia
  - 5.7.1 Participación Jefes departamento
  - 5.7.2 Participación Personal
- 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

CONTABILIDAD ESQUEMATICA DEL PRIMER EJERCICIO

-----

23.000.000	SOCIOS CTA PARTICIPACION	
	a CAPITAL	23.000.000
	Por la constitución de SANO-BOY 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.	
	-----	
23.000.000	CAJA Y BANCOS	
	a SOCIOS CTA PARTICIPAC°	23.000.000
	Dsembolso total participaciones	
	-----	
650.000	GASTOS CONSTITUCION	
	a CAJA Y BANCOS	650.000
	Imp s/Trasmisiones patrimo. y - actos jurídicos documen. 321.000	
	Gastos escritura, constitución, - Registro Mercantil confección particp, etc.,	<u>329.000</u>
	-----	
750.000	CTOS Y FIANZAS ANTE EL MINISTE-- RICO DE INFORMACION Y TURISMO	
	a CAJA Y BANCOS	750.000
	Fianzas legal satisfecha por cons titución Agencia.	
	-----	
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	
	-----	

-----  
2.500.000 INMUEBLES a CAJA Y BANCOS 2.500.000

Adquisición local, sito en la  
calle León y Castillo n° 378  
-----

900.000 MOBILIARIO

150.000 TELETIPO

a CAJA Y BANCOS 1.050.000

Adquisición de los mismos  
-----

661.000 SEGUROS a CAJA Y BANCOS 661.000

Satisfecho en concepto de Seguros  
del Parque Móvil 646.000  
Contra Incendios 15.000  
-----

100.000 MATERIAL OFICINA

Por su adquisición

512.000 GASTOS GENERALES

Telefono, Correos, teletipo,  
telégrafo, etc., 438.000  
Limpieza 50.000  
Electricidad 24.000

a CAJA Y BANCOS 512.000  
-----

120.000 ALQUILERES a CAJA Y BANCOS 120.000

Satisfecho alquiler del garage  
de nuestro Parque Móvil.  
-----

1.500.000 GASTOS PARQUE MOVIL

a CAJA Y BANCOS 1.500.000

Satisfecho por combustible, repa  
raciones, etc.,  
-----

450.000 PUBLICIDAD a CAJA Y BANCOS 450.000

Por n/campaña publicitaria 250.000  
Gastos representación 200.000  
-----

-----  
47,216 IMPUESTOS A PAGAR

a CAJA Y BANCOS 47.216

Cuota Licencia Fiscal 2.496  
Contrib.Terrt.Urbana 44.720  
-----

5.261.140,80 PERSONAL

a CAJA Y BANCOS 4.076.175,56

Líquido nómina anual

a CARGAS S. A PAGAR 865.140,80

Aportación patronal:  
44,17% Segur.Social 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.--  
-----

3.099.000 GASTOS GENERALES

a AMORT.PARTE MOV. 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.  
-----

12.000.000 CAJA Y BANCOS

a BILLETAJE AEREO 12.000.000,--

Importe anual venta billetes  
de vuelos nacionales.  
-----

12.000.000 BILLETAJE AEREO

a CIAS AEREAS 11.160.000,--

Importe de n/débito

a COMISIONES 840.000,--

7% s/12.000.000  
-----

-----  
 11.160.000 CIAS AEREAS a CAJA Y BANCOS 11.160.000

Satisfecho n/débito a Iberia  
 -----

13.000.000 CAJA Y BANCOS a BILLETE AEREO 13.000.000

Importe anual venta billetes  
 aéreos internacionales y trans-  
 oceánicos.  
 -----

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  
 -----

12.065.000 CIAS AEREAS a CAJA Y BANCOS 12.065.000

Satisfecho a Cías Aereas.  
 -----

8.000.000 CAJA Y BANCOS a PASAJES 8.000.000

Venta anual pasaje marítimo  
 -----

8.000.000 PASAJES

a CIAS MARITIMAS 7.600.000

n/débito por la venta

a COMISIONES 400.000

5% s/8.000.000  
 -----

7.600.000 CIAS MARITIMAS a CAJA Y BANCOS 7.600.000

Satisfecho líquido n/débito  
 -----

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  
 -----

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	
-----		
5.500.000	CAJA Y BANCOS a A/V EXTRANJERAS	5.500.000
	Satisfecho n/ cto.	
-----		
60.000.000	A/V EXTRANJERAS	
	a BONOS PENDIENTES	60.000.000
	Creación de n/ bonos.	
-----		
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 = <u>672</u>	
-----		
60.096.672	CAJA Y BANCOS a A/V EXTRANEJA	60.096.672
	Cobrado el importe n/ cto.	
-----		
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
	(1%) a PREMIO COBRANZA	3.215,32

ASIENTOS DE LIQUIDACION

-----  
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 ganancia.  
-----

11.750.356,80 RTDOS EJERCIO

a GSTOS.GRALES. 3.611.000  
a MATERIAL OFICINA 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.  
-----

ASIENTO DE DISTRIBUCION DE BENEFICIOS

-----  
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

-----

BALANCE DE SITUACION DE SANO BOYS S.L.L.A.L 31.12.72A C T I V ODISPONIBLE

Caja y Bancos		18.964.358,32
---------------	--	---------------

INMOVILIZADO

Ctos y Fianzas ante M.I.T.	750.000	
Parque Móvil	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
-------------------	---------------

=====

P A S I V OEXIGIBLE

Acreeedores		5.100.000,--
-------------	--	--------------

NO EXIGIBLE

Capital	23.000.000,--	
Rtdos. del Ejercicio	7.837.858,32	
Amort. Parque Móvil	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
-------------------	---------------

=====

ASPECTO JURÍDICO



RAZONES DE LA ELECCION DE SOCIEDAD LIMITADA

- 1º) Los socios buscan una forma de Sdad. que limitando su responsabilidad, dé unas garantías a consecuencia del conocimiento entre sí de los socios y la confianza -- que existe entre ellos. Asimismo no desean que sus ti tulos circulen con gran facilidad.
- 2º) No sobrepasamos los límites que marca la Ley en cuánto al número de socios y volumen de capital, pues se constituirá con 10 socios y un capital de 23.000.000 ptas.
- 3º) Los 10 socios disponen en efectivo sus aportaciones - para formar el capital social, por lo que no es nece- sario el emitir unas acciones ni recurrir al ahorro privado para su suscripción.
- 4º) Al estar las participaciones sociales vinculadas a -- personas o socios, se produce un nexo permanente en-- tre los socios y la empresa, evitando el absentismo -- de las sociedades anónimas.
- 5º) Como ventajas fiscales, la Sociedad Limitada está --- exenta del gravamen especial del 4%, así como la re-- ducción en los impuestos sobre gastos de constitución y aumentos de capital.
- 6º) Por último, la cuestión administrativa es más senci-- lla que en las anónimas

## ESTATUTOS

- Art. 1º: La Sociedad se denominará "Sano-Boy Viajes Turísticos S.L. (SANO-BOY), constituyendose el 1 de -- Enero de 1.979, 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 viajes.
- Art. 3º: La duracion de la Sociedad será ilimitada.
- Art. 4º: El domicilio social estará situado en Las Palmas de Gran Canaria, calle Tomás Morales, 69.
- 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 técnico de empresas turísticas titulado, con 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 mortiscausa los socios sobrevivientes tendrán que ejercer el derecho de tanteo dentro del plazo máximo de un mes a partir de la fecha de fallecimiento - del socio

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

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

Art. 13°: 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 mo sigue:

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

## REQUISITOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

### a) Requisitos comunes:

- Las personas naturales o jurídicas que pretendan ejercer la actividad reservada a las agencias de viajes, - habrán de poseer la nacionalidad española.
- Justificar la solvencia económica que en cada caso se juzgue suficiente por la Dirección 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 SANBOY 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 nuestra cifra de ventas alcance un determinado volumen, actualmente 500.000 ptas. semestrales, cantidad que como vemos no es de mayor importancia para cualquier agencia.

-----

ASPECTO TRIBUTARIO

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 urbanas sitas en territorio nacional y los actos jurídicos documentados que se formalizan 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 disminuído 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  
=====

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 correspondientes re cargos 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, contra tan 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 = <u>288</u> ....	<u>896</u>

Cuota fija a ingresadas..... 2.496

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 jurí-dicas, 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, que 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  
=====

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: Mínimo Exento .....	<u>100.000</u>
Base Liquidable	320.000

Deuda Tributaria

tipo gravamen: 14% s/ 320.000	44.800
A deducir:	
Premio Cobranza: 1% s/ 44.800	<u>448</u>

Líquido a ingresas..44.532  
=====

-- Liquidación correspondiente a los Jefes de departamen-  
to:

Base Imponible: ..... 840.000

A deducir:

Mínimo 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

Líquido a ingresar ... 60.984

=====

-----

-- Liquidación correspondiente a las Secretarias:

Base Imponible: ..... 280.000

A deducir:

Mínimo Exento: 100.000 x 2 200.000

Base Liquidable..80.000

=====

Deuda Tributaria:

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

A deducir: Premio Cobranza 1% ..... 112

Líquido a ingresar... 11.088

=====

-----

-- Liquidación correspondiente a la Encargada del Teletipo:

Base Imponible ..... 140.000

A deducir: Mínimo 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

Líquido a ingresar.. 5.544

=====

-- Liquidación correspondiente a las Guías:

Base Imponible: ..... 840.000

A deducir:

mínimo Exento: 100.000 x 5      500.000

Base Liquidable...      340.000

=====

Deuda Tributaria

Tipo gravamen: 14% s/ 340.000      47.600

A deducir:

Premio Cobranza: 1% s/ 47.600 .....      476

Líquido a ingresar .....      47.124

=====

Los auxiliares administrativos, telefonistas, recepcionis-  
ta, botones y chóferes quedan exepuados por no llegar lo  
que anualmente perciben, al Mínimo Exento (100.000 ptas.)

-----

IMPUESTO SOBRE LAS RENTAS DEL CAPITAL

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

Base Imponible: Asignaciones o 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  
=====

## 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 periodo 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 "Fondo 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, como es nuestro caso que es el 20%.

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

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

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

- 1) Contribución 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).

Beneficios: 7.837.858,52

Aumentos:

Cuota Licencia Fiscal	2.496	
Cuota Tesoro Contrib. Urb.	44.720	
Imp. s/ Transmisiones Patri.	<u>321.000</u>	<u>368.216,--</u>
		8.206.074,52

A deducir:

Participacion Gerencia	317.514,30	
Participacion Jefes Dpto.	158.757,15	
Participacion Personal	<u>476.271,50</u>	<u>952.542.95</u>
Base Imponible .....		<u>7.253.531,57</u>

Deuda Tributaria:

Tipo gravamen: 30% s/ 7.253.531,57 2.176.059,47

A deducir:

Cuota Licencia Fiscal	2.496	
Cuota Tesoro Contrib. Urb.	<u>44.720</u>	<u>47.216,--</u>
Ingreso a cuenta.....		<u>2.028.843,47</u>



ULPGC.Biblioteca Universitaria



\*679121\*

BIG 338.48 SUA org

