

## **CONCEPTOS ECONOMÍA DE LA EMPRESA (2º BACHILLERATO)**

---

**EMPRESA:** Unidad de producción. Conjunto de elementos humanos y materiales organizados y coordinados bajo la dirección, con el fin de alcanzar los objetivos previstos y en continua relación con su entorno.

**CADENA DE VALOR:** Forma de analizar la actividad global de la empresa, desagregándola en diferentes partes, con el fin de conseguir una ventaja competitiva (especialización), obteniendo así la mayor rentabilidad de cada parte.

**ELEMENTOS DE LA EMPRESA:** factores humanos, factores materiales, organización y entorno.

**ÁREAS FUNCIONALES:** área de recursos humanos; área de producción; área de marketing o comercial; área de financiación e inversión; dirección.

**ENTORNO GENERAL:** afecta a todas las empresas, en general. Aspectos legales, culturales, demográficos, , , ,

**ENTORNO ESPECÍFICO:** afecta de una forma concreta a cada una de las empresas. Clientes, competencia, , , ,

**RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA:** integración por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales (calidad de vida laboral, ética empresarial, cuidar el medio ambiente...) que generan sus operaciones comerciales.

**ÉTICA EN LOS NEGOCIOS:** serie de normas de actuación basadas en lo que se considera correcto en el mundo empresarial (respeto a las leyes, cumplimiento de las obligaciones fiscales, respeto al medio ambiente, , , ,)

**LOCALIZACIÓN:** ubicación física de las instalaciones de la empresa. La localización dependerá de una serie de variables.

**VARIABLES LOCALIZACIÓN:** demanda del mercado; mercado de trabajo; empresas auxiliares (asesorías, abogados, talleres reparación, instituciones financieras, , , ,); suministros; coste suelo; comunicaciones y transporte; legislación; desarrollo económico de la zona

**DIMENSIÓN:** capacidad de producción, número de trabajadores y tecnología.

Microempresas: 0 – 9 trabajadores

Pequeñas empresas: 10 – 49 trabajadores

Medianas empresas: 50 – 249 trabajadores

Grandes empresas: + 250 trabajadores

**CRECIMIENTO INTERNO:** incremento de la capacidad productiva de la empresa (nuevas inversiones en maquinaria, , ,)

**CRECIMIENTO EXTERNO:** adquisición de empresas, fusión de empresas o cooperación con otras empresas, internacionalización de empresas.

**GLOBALIZACIÓN:** extensión de relaciones comerciales entre diferentes países, con el fin de crear una economía global, en la que todas las economías dependan unas de otras.

**INTERNACIONALIZACIÓN:** cuando una empresa se abre a mercados internacionales, operando con otros mercados internacionales.

**MULTINACIONAL:** empresa que opera en varios países, con el objetivo de ampliar el mercado.

**FUSIÓN DE EMPRESAS:** unión de varias empresas para crear una nueva, formando un patrimonio común.

**ABSORCIÓN DE EMPRESAS:** una empresa adquiere a otra/s, desapareciendo éstas últimas y absorbiendo su capital.

**DESLOCALIZACIÓN:** traslado de la actividad productiva de países industrializados a países en vías de desarrollo por motivos de abaratamiento de costes.

---

**CÓDIGO DE COMERCIO:** principal marco legislativo de las operaciones mercantiles en España.

**REGISTRO MERCANTIL:** organismo del Estado, dependiente del Ministerio de Justicia,

cuya finalidad es la publicidad oficial de las situaciones jurídicas de los empresarios inscritos en él y otras funciones asignadas por ley, como inscribir a las empresas societarias en el momento de su constitución, legalizar los libros contables e inscribir a los apoderados nombrados por la empresa.

**DERECHO FISCAL:** surge por la necesidad del Estado de obtener ingresos públicos para poder hacer frente a los gastos públicos.

**TRIBUTOS:** ingresos públicos del presupuesto del Estado. Su carácter es obligatorio para los contribuyentes. **IMPUESTOS, TASAS y CONTRIBUCIONES ESPECIALES.**

**TASAS:** prestaciones de dinero a un organismo público recibiendo a cambio una contraprestación directa, como un servicio público

**CONTRIBUCIONES ESPECIALES:** prestaciones de dinero a un organismo público, cuyo beneficio obtenido no será únicamente para el contribuyente que lo paga, sino para toda la colectividad.

**IMPUESTO:** pagos exigidos por el Estado sin recibir directamente a cambio una contraprestación.

**IMPUESTOS DIRECTOS:** aquellos pagos que recaen sobre la renta de las personas físicas (IRPF) o de las personas jurídicas (IS), IAE...

**IMPUESTOS INDIRECTOS:** pagos que recaen sobre la adquisición de bienes y servicios, como el IVA (21%-tipo general,10%-tipo reducido,4%-tipo superreducido); impuestos especiales(tabaco, alcohol,....)

**BASE IMPONIBLE:** cantidad sobre la cual se aplica el tipo impositivo.

**HECHO IMPONIBLE:** situaciones a las cuales se les aplica la norma tributaria (¿por qué pagamos el impuesto?) IVA- hecho imponible es el intercambio de bienes y servicios; IS -hecho imponible es la obtención de beneficios por las empresas; IRPF- hecho imponible es la obtención de renta por parte de las personas físicas)

**TIPO IMPOSITIVO:** porcentaje que se aplica a la base imponible.

**CUOTA TRIBUTARIA:** resultado de aplicar el tipo impositivo a la base imponible.

**DEUDA TRIBUTARIA:** cantidad que se debe ingresar.

---

**EMPRESARIO PROFESIONAL:** aquel que gestiona y dirige la empresa.

**EMPRESARIO PATRIMONIAL:** aquel que ha aportado capital a la empresa y, puede gestionarla o no.

**EMPRESA INDIVIDUAL:** un único propietario, el dueño es una persona física.

**EMPRESA SOCIETARIA:** formada por diversos propietarios que se asocian y forman un patrimonio común. La empresa societaria puede ser unipersonal, cuando su propietario es única persona y son sociedades unipersonales.

**PERSONA JURÍDICA:** nace cuando se hace escritura pública ante Notario y su posterior inscripción en el Registro Mercantil.

**ACCIONES:** cada una de las partes en las que se divide el capital de una sociedad anónima. Las acciones se pueden representar mediante títulos (documentos físicos) o mediante anotaciones en cuenta (anotaciones contables en cuenta)

**PARTICIPACIONES:** son partes iguales en las que se divide el capital de una sociedad limitada. Estas participaciones no se pueden transmitir libremente ni negociar.

**DERECHO DE SUSCRIPCIÓN:** Derecho preferente que tiene un accionista para suscribir nuevas acciones frente a terceras personas en una ampliación de capital, de forma que puede mantener el mismo porcentaje de participación en el capital social.

**COOPERATIVA:** Asociación autónoma de personas que se han unida voluntariamente para formar una organización cuya administración y gestión debe llevarse de la forma que acuerden los socios. Los socios aportan capital y trabajo. El capital social mínimo viene determinado en los estatutos.

**SOCIEDAD LIMITADA:** Sociedad mercantil, constituida por uno o más socios, cuyo capital mínimo de constitución es de 3.005,06€ y está dividido en participaciones (no son transmisibles libremente). El capital ha de estar totalmente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución. Los socios responderán de forma

limitada al capital aportado. Tributan por el Impuesto de Sociedades. Su nombre será el nombre escogido + S.L

**SOCIEDAD ANÓNIMA:** Sociedad mercantil de carácter capitalista. El capital mínimo de constitución es de 60.101,21€ y ha de estar desembolsado al menos en un 25% en el momento de su constitución. El capital está dividido en acciones, que son partes alícuotas de capital, transmisibles libremente. Los socios responden limitadamente de las deudas con su capital aportado. El nombre será el nombre escogido + SA.

---

**IMPORTANCIA DE FACTOR HUMANO EN LA EMPRESA:** el factor humano de la empresa son las personas. Siempre ha de haber personas dentro de la empresa que controlen las máquinas, que tomen decisiones,.... Por lo tanto, es imposible pensar en el funcionamiento de una empresa sin presencia de personas, aunque ésta disponga de todos los avances tecnológicos posibles.

**CONTRATO DE TRABAJO:** acuerdo entre empresa y trabajador, a través del cual ambas partes se comprometen a cumplir las condiciones pactadas en el contrato.

**CONTENIDO DE UN CONTRATO:** datos empresa; datos trabajador; periodo de prueba; duración; tipo de contrato; salario; tiempo de trabajo; periodo de vacaciones y cláusulas adicionales (en el caso de que se estipule alguna)

**CONTRATO POR TIEMPO INDEFINIDO:** aquel contrato que no tiene fecha de extinción

**CONTRATO DE DURACIÓN DETERMINADA:** aquel tipo de contrato que tiene fecha de extinción.

**NÓMINA:** recibo justificativo de la percepción del salario por el trabajador por prestar sus servicios para una empresa.

**SALARIO:** percepción económica que percibe un trabajador como contraprestación a su trabajo. Ningún salario puede ser inferior al SMI.

**SALARIO BRUTO:** total de las percepciones salariales que le corresponden al trabajador por prestar sus servicios a la empresa sin ningún tipo de deducción

**SALARIO NETO:** salario bruto menos las deducciones (IRPF-impuesto renta personas físicas, es un porcentaje que se calcula en base a la situación familiar y laboral y SEGURIDAD SOCIAL-cotizaciones que el trabajador hace a la Seguridad Social)

**SINDICATOS:** representantes de los trabajadores que van a defender los intereses de los mismos. Intereses económicos, sociales y políticos.

**NEGOCIACIÓN COLECTIVA:** proceso encaminado a seguir un acuerdo entre trabajadores y empresarios, sobre las condiciones laborales.

**CONVENIO COLECTIVO:** contrato celebrado entre representantes de los trabajadores y empresarios para regular las condiciones de trabajo para una actividad determinada. Los convenios colectivos regulan aspectos tales como salarios, pagas extras, categorías profesionales, periodos de vacaciones, promoción profesional, comités de empresa,...

**DELEGADOS DE PERSONAL:** representantes de los trabajadores en empresas con más de 10 trabajadores y menos de 50.

**COMITÉ DE EMPRESA:** órgano representativo de los trabajadores de las empresas que tienen 50 ó más trabajadores

**PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES:** conjunto de medidas a tener en cuenta a la hora de llevar a cabo un trabajo con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del mismo.

---

**PRODUCCIÓN:** transformación por parte de la empresa de los factores productivos en bienes o servicios mediante la tecnología para satisfacer las necesidades de los consumidores.

**FACTORES PRODUCTIVOS:** tierra o recursos naturales; capital físico (máquinas, herramientas,...); trabajo (mano de obra). Son todo aquello que se incorpora al proceso productivo para ser transformado en bienes y/o servicios

**TECNOLOGÍA:** conjunto de procedimientos utilizados para transformar los factores

productivos en bienes y servicios.

I + D +i: INVESTIGACIÓN+DESARROLLO+INNOVACIÓN: está relacionado con la evolución de las tecnologías, poniendo en práctica nuevos procedimientos de producción y desarrollo de nuevos productos. La innovación implica existencia de algo novedoso para la empresa.

FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN: relación entre la función de producción (F) y la cantidad de factores productivos utilizados (K,L) en su obtención con una tecnología dada ...  
 $Q=F(L,K)$

PRODUCTIVIDAD TOTAL: relación entre el valor de la producción (cantidad producida por su precio de venta) y el coste total de los factores utilizados.

PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO: relación entre el número de unidades producidas y el número de trabajadores utilizados.  $PL = Q/L$

PRODUCTIVIDAD DEL CAPITAL: relación entre el número de unidades producidas y las unidades de capital utilizadas.  $PK = Q/K$

EFICIENCIA TÉCNICA: cuando se utilizan menos unidades de factores productivos para obtener la misma cantidad de producto.

EFICIENCIA ECONÓMICA: cuando se obtiene un determinado volumen de producción con los mínimos costes posibles.

COSTES FIJOS: aquellos costes que tiene la empresa aún y cuando no produzca. No dependen del volumen de producción.

COSTES VARIABLES: aquellos costes que dependen del volumen de producción. Si no hay producción, no hay costes variables.

COSTES TOTALES: son los costes que tiene la empresa por el desarrollo de su actividad productiva. Son la suma de los costes fijos + costes variables ( $CT=CF+CV$ )

COSTES TOTALES MEDIOS: costes por unidad de producto ( $CTMe=CT/Q$ )

COSTES VARIABLES MEDIOS: costes variables por unidad de producto ( $CVMe=CV/Q$ )

COSTES FIJOS MEDIOS: costes fijos por unidad de producto ( $CFMe=CF/Q$ )

COSTES MARGINALES: incremento del coste total a medida que se incrementa la producción en una unidad adicional.

COSTES DIRECTOS: son aquellos costes asociados directamente a la producción y se pueden asignar a cada producto.

COSTES INDIRECTOS: son aquellos costes que afectan al proceso productivo en general y no se pueden asignar directamente a un producto.

UMBRAL DE RENTABILIDAD O PUNTO MUERTO: cantidad producida y vendida a partir del cual la empresa empieza a obtener beneficios. Es el punto en el cual los IT se igualan a los CT y, por lo tanto, los beneficios son nulos.

UMBRAL DE PRODUCCIÓN: es el nivel de producción a partir del cual a la empresa le interesa más producir el componente que comprarlo fuera. Es el punto en el cual el coste de producir se iguala al coste de comprarlo fuera el componente.

CALIDAD EN LA EMPRESA: conjunto de características y especificaciones técnicas que definen un producto. La calidad determina la competitividad de la empresa dentro del mercado, marca la estructura de costes y hasta incluso puede determinar la rentabilidad de las inversiones.

---

CICLO DE APROVISIONAMIENTO: periodo que existe entre la realización de la compra de materiales y el momento en el que son entregados los productos vendidos a los clientes.

EXISTENCIAS: todos aquellos materiales que una empresa tiene depositados en su almacén. También se denominan stocks.

MATERIAS PRIMAS: son aquellas existencias que mediante su transformación van a formar parte de los productos acabados.

PRODUCTOS SEMIELABORADOS: son aquellos que necesitan una nueva transformación para ser destinados a la venta.

PRODUCTOS ACABADOS: son aquellos productos fabricados por la empresa y que ya

han sufrido todas las transformaciones posibles por el consumo final.

MERCADERÍAS: son los materiales comprados por la empresa destinados a su posterior venta o comercialización.

RESIDUOS: obtenidos al mismo tiempo que los productos, pero que pueden ser reutilizados o vendidos.

STOCK MÍNIMO DE SEGURIDAD: cantidad menor de existencias de un material que se puede mantener en el almacén bajo la cuál el riesgo de ruptura de stocks es muy alto.

RUPTURA DE STOCKS: la empresa no puede hacer frente al pedido de sus clientes, por haberse quedado sin existencias en el almacén.

PUNTO DE PEDIDO: nivel de existencias en el cual se debe hacer el pedido para no quedarse sin existencias en el almacén, por debajo del stock de seguridad.

STOCK MÁXIMO: nivel máximo de existencias que se puede mantener en el almacén debido a los elevados costes que esto supone.

PLAZO DE APROVISIONAMIENTO: tiempo que transcurre entre la emisión del pedido y la recepción física del mismo.

MODELO DE WILSON: determina el pedido óptimo que minimiza los costes de gestión de inventarios.

PEDIDO ÓPTIMO: aquel pedido para el cual el coste total de inventarios es mínimo y el coste de pedido es igual al coste de almacenamiento.

CADENCIA ÓPTIMA DEL PEDIDO: tiempo que ha de transcurrir entre dos pedidos.  
 $T=360/N$

NÚMERO DE PEDIDOS AL AÑO:  $N=D/Q$

MODELO ABC: clasificación de las existencias según su importancia relativa en el almacén.

Existencias A: artículos más importantes; Existencias B: existencias menos relevantes y Existencias C: existencias que tienen muy poca relevancia.

MODELO JIT: la empresa no fabrica ningún producto hasta que no se necesita, es decir, hasta que no haya un pedido firme de clientes. El objetivo básico es reducir las existencias en el almacén y, consecuentemente los costes de almacenamiento.

PRECIO DE ADQUISICIÓN (VALORACIÓN DE EXISTENCIAS): cuando las existencias son productos comprados por la empresa al exterior. Es el importe total de la compra (según factura) + gastos generados en la operación.

COSTE DE PRODUCCIÓN (VALORACIÓN DE EXISTENCIAS): coste generado por la fabricación de los productos en el interior de la empresa. Es la suma del precio de adquisición de los materiales consumidos en la fabricación + costes directos + costes indirectos.

CRITERIO PMP: consiste en calcular el valor medio de las existencias iniciales y de las entradas ponderadas por sus cantidades.

Las entradas se registran por su valor y las salidas por el PMP calculado.

FIFO: (First In, First Out). El valor de la salida de los productos en el almacén es el precio de las primeras unidades que entraron. Las existencias salen del almacén en el mismo orden en el que entraron.

---

FUNCIÓN COMERCIAL/MARKETING: incluye el conjunto de actividades encaminadas a hacer llegar los bienes y servicios a los clientes para satisfacer sus necesidades.

MERCADO: lugar en dónde se intercambian bienes y servicios entre consumidores (demandantes) y vendedores (oferentes) a cambio de un precio.

ESTRUCTURAS DE MERCADO: Competencia perfecta y Competencia imperfecta (Monopolio, oligopolio y Competencia monopolística)

COMPETENCIA PERFECTA: homogeneidad del producto; no existen barreras de entrada a nuevas empresas al mercado; información perfecta; las empresas son precio-aceptantes (curva de demanda del mercado es horizontal), las empresas solamente se han de preocupar de la cantidad de producto que han de producir, el precio viene determinado por la ley de la oferta y de la demanda; mercado atomístico

(elevado número de oferentes y demandantes).

Estructura de mercado más beneficiosa para el consumidor, ya que le reporta los precios más bajo, por la alta competencia. Raramente se da en la realidad. Por ej; mercado del trigo.

**COMPETENCIA IMPERFECTA:** estructura de mercado en la cual las empresas tienen capacidad para influir en el precio de venta de sus productos y así mejorar sus beneficios. Por lo tanto, tienen poder de mercado.

Ésta aparece cuando no se cumple alguna de las características de la competencia perfecta.

Destacan tres estructuras: **MONOPOLIO**, **OLIGOPOLIO** y **COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA**.

**MONOPOLIO:** estructura de mercado en la que una única empresa abastece todo el mercado con su producto. Por lo tanto, hay un único vendedor que se enfrenta a multitud de compradores. El oferente tiene capacidad para determinar el precio de venta de su producto y para decidir la cantidad que quiere producir. La curva de demanda del mercado coincide con la curva de demanda individual. Existen barreras de entrada al mercado como las condiciones de coste, entre otras. Por ej; **ALTADIS**.

**OLIGOPOLIO:** estructura de mercado en la que unos pocos vendedores (oferentes) abastecen el mercado, enfrentándose a un gran número de compradores (demandantes). La competencia es muy fuerte y las acciones y decisiones de una de las empresas afectarán y se verán afectadas por el resto de empresas que constituyen el mercado (**INTERDEPENDENCIA ESTRATÉGICA**). Las empresas pueden tomar acuerdos entre ellas para determinar el precio de venta de sus productos y la cantidad que han de producir (**CÁRTEL**). Por ej, mercado automovilístico, mercado telefonía,...

**COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA:** estructura de mercado en la que un gran número de vendedores (oferentes) se enfrentan a un gran número de demandantes (compradores), pero de productos diferenciados. Cada empresa intenta diferenciar su producto del producto de las demás empresas competidoras, incorporándole formas, características,... que lo hagan deseable para los compradores. Una barrera de entrada será la publicidad. Por ej, el mercado de los salones de belleza.

**CUOTA DE MERCADO:** participación que tiene una empresa en el mercado.

$$\text{CUOTA DE MERCADO} = \frac{\text{VENTAS EMPRESA}}{\text{VENTAS TOTALES MERCADO}} \times 100$$

**PRODUCTO:** todo aquello que se desea comprar y va a satisfacer una necesidad. Conjunto de atributos físicos (diseño, calidad, marca,...) que el consumidor percibe en un determinado bien y son útiles para satisfacer una necesidad.

**PRECIO:** cantidad de dinero que un consumidor ha de pagar por un bien o servicio. En la fijación de precio intervienen diversos factores como la competencia, la demanda del mercado,...

**PUNTO DE VENTA O DISTRIBUCIÓN:** la distribución permite que el producto llegue al consumidor en el momento y tiempo adecuados. La distribución será el camino que ha de seguir el producto desde que es fabricado hasta que es adquirido por el consumidor. Almacenamiento una vez fabricado; Distribución física y Facturación y facturación y cobro.

**PROMOCIÓN:** el objetivo de la promoción es incrementar las ventas de un producto dándolo a conocer en el mercado. Dentro de la promoción está la publicidad, relaciones públicas, venta personal, promoción de ventas y merchandising.

**MARCA:** la marca es un nombre, un término, un símbolo o una combinación de ambos que va a identificar los bienes y servicios que fabrica una empresa. Es un signo distintivo, que va a diferenciar el producto que ofrece una empresa con respecto al que ofrecen sus competidores.

Por ej; **NIKE**, **CALVO**,...

**PUBLICIDAD:** técnica de comunicación comercial que intenta informar al público sobre las características de un producto a través de los medios de comunicación (radio, televisión, vallas publicitarias,...) persuadiendo al consumidor para su adquisición.

**MERCHANDISING:** conjunto de medidas encaminadas a dar salida al producto en el punto de venta. Algunas de estas medidas pueden ser: diseño y colorido de los puntos de venta; situación del producto en los supermercados; carteles bien diseñados,....

**RELACIONES PÚBLICAS:** conjunto de actividades encaminadas a crear y mantener una imagen fiel de la empresa mediante publicidad, patrocinio de equipos de fútbol,...

**VENTA PERSONAL:** transmisión directa de las características del producto al comprador. Venta individualizada y directa. Contacto directo entre comprador y vendedor.

**SEGMENTACIÓN DE MERCADOS:** división de clientes que se hace en función a unas necesidades comunes.

**PÚBLICO OBJETIVO O TARGET:** grupo de clientes que se selecciona en función a rasgos característicos y necesidades comunes.

**POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO:** percepción que tiene del producto la persona a la cual va dirigido, comparado con otros productos de la competencia. Cada consumidor crea en su mente una percepción determinada de un producto.

**ANÁLISIS DAFO:** fortalezas y debilidades que surgen de la evaluación interna de la compañía y amenazas y oportunidades que proceden del entorno. El análisis DAFO consiste en relacionar un punto fuerte con una oportunidad de negocio y huir de que se produzcan a la vez una debilidad y una amenaza.

---

**CONTABILIDAD:** es la ciencia que estudia el patrimonio empresarial, las normas que ha de tener en cuenta la empresa a la hora de hacer los registros contables. El objetivo de la contabilidad es ofrecer información económica a los diferentes usuarios en la empresa y en el entorno económico: clientes; proveedores; instituciones financieras; accionistas; trabajadores; Administración Pública.

**PATRIMONIO EMPRESARIAL:** conjunto de bienes y derechos (de cobro) y obligaciones (de pago) que tiene una empresa.

$$\text{PATR. NETO} = \text{BIENES} + \text{DERECHOS} - \text{OBLIGACIONES}$$

**ACTIVO:** estructura económica de la empresa. Representa el conjunto de bienes y derechos. Es el destino de los recursos de la empresa, sus inversiones.

$$\text{Activo} = \text{Activo corriente} + \text{Activo no corriente}$$

**PATRIMONIO NETO Y PASIVO:** estructura financiera de la empresa. El origen de los medios de financiación de la empresa, que pueden ser recursos propios o ajenos (a corto o a largo plazo).

$$\text{Patrimonio neto y pasivo} = \text{Patrimonio neto} + \text{Pasivo no corriente (exigible a largo plazo)} + \text{Pasivo corriente (exigible a corto plazo)}$$

**AMORTIZACIÓN:** pérdida de valor de los elementos de inmovilizado por su uso, por el paso del tiempo o la obsolescencia (elemento desfasado tecnológicamente)

**CAPITAL SOCIAL:** Valor de las aportaciones de los socios de la empresa.

**RESERVAS:** beneficios no distribuidos por la empresa. Existen diferentes tipos: reserva legal, reserva voluntaria y reserva estatutaria.

**REALIZABLE:** forma parte del activo corriente en el activo del balance. Representa los derechos de cobro de la empresa frente a terceras personas. Son aquellas ventas que ha hecho la empresa y que todavía no ha cobrado, a corto plazo.

**EXISTENCIAS:** forma parte del activo corriente del balance. Representa toda la mercancía que tiene almacenada la empresa a finales del ejercicio (materias primas, productos terminados, mercaderías,....)

**DISPONIBLE:** forma parte del activo corriente del balance. Representa el dinero líquido que tiene la empresa en caja o en bancos.

**PATRIMONIO NETO:** forma parte del pasivo del balance. Representa los recursos propios de la empresa.

**PASIVO NO CORRIENTE:** forma parte del pasivo del balance. Representa los recursos ajenos que la empresa ha de devolver en un periodo superior a 1 año. Son obligaciones a largo plazo

**PASIVO CORRIENTE:** forma parte del pasivo del balance. Representa los recursos ajenos que la empresa ha de devolver en un periodo inferior a 1 año. Son obligaciones a corto plazo.

**BALANCE DE SITUACIÓN:** documento contable en el cual aparecen ordenados los elementos patrimoniales que tiene la empresa en una fecha determinada. En él se refleja la estructura económica-financiera de la empresa.

**CUENTA DE P y G:** documento contable que refleja el resultado de la empresa, es decir, si la empresa, al final del ejercicio ha generado beneficios (resultado positivo) o pérdidas (resultado negativo). Muestra de dónde provienen los ingresos y los gastos empresariales.

**PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD:** es de aplicación obligatoria para todas las empresas que han de llevar una contabilidad, sea cual sea su forma jurídica.

Se estructura en cinco partes.

**MEMORIA:** documento de carácter explicativo que amplía el contenido de las cuentas anuales (balance y PyG)

---

**RATIO:** medida relativa expresada en forma de cociente que relaciona dos magnitudes económicas que tienen cierta relación entre sí. Analiza un aspecto específico de la situación de la empresa.

**FONDO DE MANIOBRA:** es la diferencia entre el valor del activo corriente y el valor del pasivo corriente. Es la parte del activo corriente que está financiada con fondos del patrimonio neto y pasivo no corriente.

**FLUJO DE CAJA o CASH-FLOW:** capacidad de la empresa de generar recursos que se destinan a financiar las necesidades de su actividad. El cash-flow financiero es la diferencia entre los cobros y los pagos de la empresa durante un ejercicio. El cash-flow económico es la suma de los beneficios y de las amortizaciones.

---

**BENEFICIOS ANTES DE INTERESES Y DE IMPUESTOS (BAII):** resultado de explotación Resultado obtenido por la diferencia entre los ingresos y los gastos de explotación (primordiales para el desarrollo de la actividad, ingresos por ventas, gastos por adquisición de materias primas, sueldos y salarios, suministros,...)

**BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS (BAI):** resultado antes de impuestos. Suma del resultado de explotación y del resultado financiero (ingresos financieros-gastos financieros; son todos aquellos ingresos y gastos derivados de operaciones con las instituciones de crédito, compra y venta de acciones,...). Si nos da un resultado negativo, este resultado coincide con el beneficio neto o resultado después de impuestos.

**BENEFICIO NETO (BN):** Resultado del ejercicio. Una vez calculado el beneficio antes de impuestos, se aplicará el IS (impuesto de sociedades-30%). La diferencia entre el beneficio neto y el IS será la cantidad final de la que dispondrá la empresa.

**RENTABILIDAD ECONÓMICA:** es el rendimiento del activo, de las inversiones totales de la empresa. Se relacionan los beneficios antes de interese e impuestos con el activo.

**RENTABILIDAD FINANCIERA:** es la relación entre el beneficio neto y los recursos propios de la empresa.

---

**FUENTES DE FINANCIACIÓN;** recursos a disposición de la empresa para hacer frente a sus necesidades dinerarias.

**RECURSOS PROPIOS:** están formados por el capital + reservas + fondos de amortización y provisiones.

**AUTOFINANCIACIÓN DE ENRIQUECIMIENTO:** reservas, ya que permiten a la empresa realizar nuevas inversiones.

**AUTOFINANCIACIÓN DE MANTENIMIENTO:** no representan un crecimiento para la empresa. Está formada por la amortización y las provisiones.

La amortización se calcula por el valor que va perdiendo el bien de inmovilizado por su uso, desgaste,... y las provisiones son un fondo que crea la empresa para hacer frente a posibles situaciones imprevistas o futuros gastos.

**DIVIDENDO:** es la parte de los beneficios de una empresa que se va a repartir entre los socios como contraprestación al capital que han invertido.

**LEASING:** contrato de arrendamiento financiero con opción de compra. El arrendador traspassa el derecho de un bien a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante un plazo determinado al término del cual el arrendatario tiene la opción de comprar el bien pagando un precio determinado, devolverlo o renovar el contrato.

**RENTING:** alquiler de bienes muebles o inmuebles a medio y largo plazo. El arrendatario se compromete al pago de una renta fija mensual durante un plazo determinado y la empresa de renting ha de cumplir una serie de servicios como facilitar el uso del bien, proceder al mantenimiento del bien y contratar un seguro a todo riesgo del bien. No hay posibilidad de compra al finalizar el contrato.

**CRÉDITO COMERCIAL:** financiación automática que consigue la empresa cuando deja a deber las compras que hace a proveedores.

**PRÉSTAMOS:** la empresa pide dinero a una entidad financiera para cubrir sus necesidades a corto o largo plazo. Ha de devolver la cantidad pedida + los intereses pactados en el contrato de préstamo a corto plazo (periodo de devolución inferior al año) o a largo plazo (periodo de devolución superior al año)

**CUENTA DE CRÉDITO:** la empresa quiere disponer de medios financieros para hacer frente a posibles necesidades sin saber exactamente que importe necesitará. La empresa firma un contrato con una entidad financiera y ésta pone a su disposición el dinero de esa cuenta. La empresa solamente pagará interese por la cantidad que haya retirado a diferencia de los créditos bancarios, en los cuales la empresa tendrá que pagar interese por toda la cantidad solicitada.

**GRADO DE ENDEUDAMIENTO:** está relacionado con la proporción de recursos ajenos y recursos propios que posee. Cuanto mayor sea la cantidad de recursos ajenos que posea mayor será su grado de endeudamiento.

**PERIODO MEDIO DE MADURACIÓN (PMM):** es el tiempo que transcurre desde que la empresa invierte una unidad monetaria en adquisición de factores productivos (inputs) hasta que la recupera por la venta del bien o servicio que produjo (output).

Por lo tanto, las fases del periodo medio de maduración son: periodo medio de almacenamiento de materias primas, periodo medio de fabricación, periodo medio de venta de productos terminados, periodo medio de cobro a clientes, periodo medio de pago a proveedores.

---

**PLANIFICACIÓN:** proceso por el que se establecen los objetivos de la empresa y las decisiones sobre las estrategias que se van a seguir, la estructura organizativa y definición de tareas para alcanzar los objetivos previstos.

**ORGANIZACIÓN:** función directiva cuya finalidad es diseñar una estructura en la que queden definidas las funciones y tareas de cada uno de los trabajadores, así como su responsabilidad. La organización también determina los canales de comunicación y las relaciones formales de la empresa.

**ORGANIGRAMA:** representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa, es decir, la división por departamentos.

**ESTRUCTURA LINEAL:** se basa en el principio de mando. Todos los miembros de la empresa dependen de un superior. Falta de especialización de los directivos y falta de motivación de los trabajadores. Cada trabajador depende de un único jefe. Rapidez en la toma de decisiones.

**ESTRUCTURA FUNCIONAL:** Existencia de especialistas encargados de una tarea concreta dentro de la empresa (especialización). Los trabajadores reciben órdenes de más de un jefe. La toma de decisiones corresponde a los especialistas. Comunicación directa.

**ESTRUCTURA EN LÍNEA O DE ASESORAMIENTO:** Existencia de grupos de apoyo de asesoramiento a cada departamento sin ningún tipo de autoridad. Decisiones lentas. Coste elevado para la empresa.

**ESTRUCTURA EN COMITÉ:** La autoridad y responsabilidad corresponde a varias personas. Las decisiones son tomadas por cada jefe de departamento. Lentitud en la toma de decisiones, debido a la participación general.

**ORGANIZACIÓN INFORMAL:** constituida por todo tipo de relaciones personales y sociales que van surgiendo en la empresa entre sus miembros de forma espontánea y que no aparecen definidas por la dirección de la empresa.

**LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA:** transmisión de información entre los miembros de la empresa o entre la empresa y su entorno. Puede ser oral y escrita.

**COMUNICACIÓN VERTICAL:** transmisión de información entre los directivos y los subordinados (trabajadores). Esta puede ser ascendente cuando la información fluye de subordinados a directivos y descendente de directivos a subordinados.

**COMUNICACIÓN HORIZONTAL:** transmisión de información entre los miembros de la empresa que tienen la misma categoría profesional dentro de la empresa, es decir, que tienen el mismo nivel jerárquico en la empresa.

**GESTIONAR:** hacer que las personas de la organización cumplan sus funciones y obligaciones para alcanzar los objetivos. Es decir, gestionar es poner en marcha todo lo que dice la organización.