Contabilidad y análisis financiero

Especial referencia a las empresas turísticas

Diego López Herrera
Manuel Orta Pérez
Laura Sierra García



PIRÁMIDE

Contabilidad y análisis financiero

Especial referencia a las empresas turísticas

DIEGO LÓPEZ HERRERA
CATEDRÁTICO DE ESCUELA UNIVERSITARIA
DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

MANUEL ORTA PÉREZ
PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD
DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

LAURA SIERRA GARCÍA
PROFESORA ASOCIADA
DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Contabilidad y análisis financiero

Especial referencia a las empresas turísticas

EDICIONES PIRÁMIDE

COLECCIÓN «ECONOMÍA Y EMPRESA»

Edición en versión digital

Está prohibida la reproducción total o parcial de este libro electrónico, su transmisión, su descarga, su descompilación, su tratamiento informático, su almacenamiento o introducción en cualquier sistema de repositorio y recuperación, en cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, conocido o por inventar, sin el permiso expreso escrito de los titulares del copyright.

© Diego López Herrera, Manuel Orta Pérez, Laura Sierra García, 2012
© Primera edición electrónica publicada por Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S. A.), 2012
Para cualquier información pueden dirigirse a piramide_legal@anaya.es
Juan Ignacio Luca de Tena, 15. 28027 Madrid
Teléfono: 91 393 89 89
www.edicionespiramide.es
ISBN: 978-84-368-2730-9

Índice

Prólogo 11

PARTE PRIMERA
La comunicación de la información contable

1. Introducción a la contabilidad 15

1.1. La información como objeto de la contabilidad 17
1.2. Características de la información contable 18
1.3. Concepto y división de la contabilidad 19
1.4. La actividad en el mundo de los negocios. El concepto de empresa.... 20
1.4.1. El concepto de empresa 20
1.4.2. Empresas que integran el sector turístico 23
Glosario de términos 24

2. La información contable financiera suministrada por las empresas 25

2.1. El patrimonio de la empresa 27
2.2. El equilibrio patrimonial 30
2.3. Estructura del patrimonio 31
2.4. Las transacciones empresariales 38
2.4.1. Identificación y registro de las transacciones empresariales. El método de la partida doble 38
2.4.2. Las cuentas: concepto y clasificación 48
2.4.3. Registros básicos: libro diario y libro mayor 53
2.5. El proceso contable general 55
2.6. Los principios contables 64
Glosario de términos 66

© Ediciones Pirámide

3. Análisis conceptual de los componentes del balance de situación 69

3.1. Definición del balance de situación 71
3.2. Los componentes del balance de situación: activo, patrimonio neto y pasivo 76
3.3. El activo: análisis de sus componentes 77
3.3.1. El activo no corriente 77
3.3.1.1. Componentes del activo no corriente 77
3.3.1.2. Normas de valoración del activo no corriente 79
3.3.2. El activo corriente 81
3.3.2.1. Componentes del activo corriente 81
3.3.2.2. Normas de valoración del activo corriente 84
3.4. El patrimonio neto y el pasivo: análisis de sus componentes 86
3.4.1. Las fuentes de financiación a largo plazo 86
3.4.2. El pasivo corriente 89
3.5. Enunciados de ejercicios prácticos 89

4. Análisis conceptual de los componentes de la cuenta de pérdidas y ganancias 93

4.1. Los componentes de la cuenta de pérdidas y ganancias: ingresos y gastos 96
4.1.1. Los ingresos 96
4.1.2. Los gastos 98
4.2. El resultado: concepto y tipología 99
4.3. La distribución del beneficio 103
4.4. Enunciados de ejercicios prácticos 104

5. La memoria, el estado de cambios en el patrimonio neto y el estado de flujos de efectivo. Otros informes 107

5.1. La memoria como cuenta anual 110
5.2. Contenido y estructura de la memoria 110
5.3. El estado de cambios en el patrimonio neto 111
5.4. El estado de flujos de efectivo 112
5.5. El informe de gestión 112
5.6. El informe de auditoría 113

PARTE SEGUNDA
La utilización de la información contable-financiera suministrada por las empresas

6. El análisis de la información contable-financiera: objetivos y métodos 117

6.1. Finalidad del análisis de los estados financieros 119

© Ediciones Pirámide

6.2. Instrumentos utilizados en el análisis de los estados contables 121
6.3. Metodología 126
6.3.1. Análisis de la composición del balance de situación y de la cuenta de pérdidas y ganancias 126
6.3.2. Análisis de la liquidez 127
6.3.3. Análisis de la solvencia 128
6.3.4. Análisis de la rentabilidad 128

7. Análisis de la situación financiera a corto plazo 129

7.1. Introducción 131
7.2. El fondo de maniobra 133
7.3. Evaluación de las necesidades de fondo de maniobra 137
7.3.1. El ciclo de explotación 137
7.3.2. El fondo de maniobra necesario 140
7.4. Análisis de la situación financiera a corto plazo mediante el uso de ratios 144
7.5. Enunciados de ejercicios prácticos 149

8. Análisis de la situación financiera a largo plazo 153

8.1. Introducción 155
8.2. La estructura económico-financiera 156
8.2.1. Introducción 156
8.2.2. Análisis de la estructura económico-financiera de la empresa 157
8.3. El uso de ratios en el análisis de la situación financiera de la empresa a largo plazo 159

9. El análisis de los resultados 163

9.1. Introducción 166
9.2. Análisis de los resultados que integran la cuenta de pérdidas y ganancias 167
9.3. Análisis de la rentabilidad 169

APÉNDICE

Soluciones de los ejercicios 177

© Ediciones Pirámide

Prólogo

Nuevamente, se pone a disposición del lector una publicación perteneciente al área de conocimiento de la Contabilidad. Y dentro de esta disciplina, la parte relacionada con la materia impartida por los autores que no es otra que la utilización de la información contable para tomar decisiones, centrándose el texto en el caso de la toma de decisiones por usuarios externos que, con toda seguridad, también dispondrán de otra información económico-financiera de procedencia muy diversa.

La obra que usted, lector, tiene en sus manos es un manual dedicado fundamentalmente a la enseñanza universitaria de la materia que trata: contabilidad. Con más precisión, si me lo permiten, contabilidad financiera. Su objetivo principal es servir de guía a los alumnos y profesores en el nuevo marco de Bolonia, en un curso introductorio general sobre la materia. Ésta es la finalidad que ha determinado tanto la selección de los temas como el desarrollo de los mismos.

Trata de contabilidad —breve introducción a la explicación de lo que es la contabilidad—, de contabilidad financiera —cómo se obtienen los estados financieros o cuentas anuales que emiten las compañías— y del análisis de tales estados financieros por usuarios externos —el análisis que realizan los destinatarios o receptores de los mismos.

Realmente, el mundo de la información es un mundo fascinante que nos lleva por los más curiosos vericuetos de la historia económica de las compañías mercantiles. La información es un activo esencial que debe ponerse a disposición de los directivos de las compañías.

Estos se encuentran en una terrible disyuntiva: por una parte, han de suministrar información al mercado —por causas que luego comentaremos— bajo la premisa de que sea mínima para no «dar pistas» a la competencia, y, por otra parte, desean poseer toda la información posible sobre el mercado y las compañías competidoras. Evidentemente, un difícil dilema.

© Ediciones Pirámide

En nuestra universidad las enseñanzas de turismo están totalmente consolidadas en su vertiente de «gestión empresarial del turismo». Por ello, no nos queda otro remedio que aceptar —como elemento básico de dicha formación— la necesidad de adquirir una sólida formación contable: formación que no debe obedecer al objetivo de «formar contables», quienes elaboran esa información económico-financiera que se suministra al entorno de la compañía, sino que obedezca al objetivo de formar a directivos —gestores— de las compañías turísticas para que conozcan cómo debe ser la información que suministran al entorno de su propia compañía y cómo deben estudiar la información financiera que obtienen de dicho entorno, relativa a las compañías competidoras y al propio mercado.

Decíamos antes que existen determinadas causas para suministrar información al mercado: pues bien, tales causas son generalmente de dos tipos: legales, por las que existe la obligación de que todas las compañías suministren información financiera con mayor o menor profundidad según su interés en el mercado donde se mueven, y propias de la compañía, que necesitan ser conocidas por los aportantes de fondos para su funcionamiento —propietarios y entidades financieras—, por sus proveedores de otros recursos, por sus clientes, etc.

Esa necesidad de que «el mercado», concepto teórico básico en economía, conozca a la compañía se cristaliza en la emisión de información financiera «normalizada» mediante el depósito de sus cuentas anuales en un registro público —el Registro Mercantil— de acceso para el público en general. La necesidad de que esté normalizada es la que origina la existencia de un plan de normalización, que no es otro que el Plan General de Contabilidad, modificado en 2007 para ser adaptado a los restantes países europeos.

Los autores son personas relacionadas conmigo y formadas en el Departamento de Contabilidad y Economía Financiera de la Universidad de Sevilla que yo dirigí durante «algunos» años. Diego y Manuel fueron coautores conmigo de una edición anterior de este libro. Pero me gustaría destacar la incorporación de Laura, mi hija, cuya labor de corrección del manual y la propuesta de nuevo enfoque y algún capítulo nuevo en el área de análisis, hicieron para mí proponerla como nueva autora en mi lugar. Esto, como puede suponerse, desde el deseo de su consolidación como profesora universitaria, es para mí es una enorme satisfacción; tanto, que con esta idea me gustaría finalizar este prólogo.

El Puerto de Santa María (Cádiz). Agosto de 2012.

GUILLERMO SIERRA MOLINA

© Ediciones Pirámide

PARTE PRIMERA

La comunicación de la información contable

1 Introducción a la contabilidad

1.1. La información como objeto de la contabilidad.
1.2. Características de la información contable.
1.3. Concepto y división de la contabilidad.
1.4. La actividad en el mundo de los negocios. El concepto de empresa.
    1.4.1. El concepto de empresa.
    1.4.2. Empresas que integran el sector turístico.
Glosario de términos.

© Ediciones Pirámide

OBJETIVOS

Este tema persigue introducir al alumno en el mundo de la empresa en general y de la contabilidad en particular. Una vez concluido el capítulo, el alumno debe saber:

- Qué es una empresa.
- Cómo se relaciona la empresa con su entorno.
- Qué empresas integran el sector turístico.
- Qué es la contabilidad.
- Qué tipo de información maneja la contabilidad.

1.1. LA INFORMACIÓN COMO OBJETO DE LA CONTABILIDAD

Aún hoy día asistimos al debate abierto en torno a la consideración de la contabilidad como una ciencia. Puede afirmarse que la contabilidad, a lo largo de su evolución histórica, ha franqueado la frontera bajo la cual recibía la calificación de técnica, para ser calificada, sin temor al equívoco, como área de conocimiento científico. Quedan, por tanto, muy lejos los tiempos en que la contabilidad no era más que una técnica consistente en un conjunto de procedimientos de registro. Ya en 1966, la American Accounting Association, la asociación de los profesionales de la contabilidad en los Estados Unidos, definía el objeto formal de la contabilidad como los

© Ediciones Pirámide

métodos específicos seguidos para alcanzar los objetivos deseados, que podrían concretarse en el proceso de identificación, medida y comunicación de la información económica[1]. Es decir, la sustancia de la contabilidad no es la mera actividad de registro, sino que abarca un campo más amplio, permitiendo el suministro de información útil para los usuarios en su proceso de toma de decisiones.

En resumen, la información es el objeto de la contabilidad, comprendiendo la doble vertiente mencionada, el registro y la comunicación, de forma que los usuarios puedan utilizarla en su proceso de toma de decisiones.

Naturalmente, los usuarios de la contabilidad no se limitan al entorno empresarial en sentido estricto. El interés de la contabilidad desborda esos límites abarcando toda la actividad económica en sus ámbitos microeconómico y macroeconómico (familias, empresas y administraciones públicas).

La información que interesa a la contabilidad será de tipo económico, pero matizada por la clase de usuario de la misma. Así, las familias no demandan el mismo tipo de información que las empresas, o que el Estado, etc.

El carácter introductorio del presente texto no permite que nos ocupemos del estudio de la contabilidad en ámbitos distintos del empresarial, y dentro de éste, en el ámbito externo. Éste será, por tanto, el ámbito al que circunscribiremos nuestro análisis en los próximos capítulos.

1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE

Hemos definido la información como objeto de la contabilidad en sentido amplio. Ciñámonos ahora, de modo estricto, al ámbito empresarial externo, en el que la existencia de múltiples y variados usuarios de la información contable conlleva la necesidad de dotarla de unas características propias, con el fin de que todos los usuarios se muevan en un entorno definido por los mismos parámetros.

Pueden ser considerados como usuarios pertenecientes a este entorno externo los accionistas, los directivos, los acreedores, los trabajadores, los clientes, los proveedores, la Administración Pública, etc. Todos demandan una información contable que sea útil en su proceso de toma de decisiones. Esta información podrá estar referida tanto a la situación presente como a la situación futura de la sociedad. Por tanto, la información contable está interesada en cualquier transacción que afecte a la empresa en el presente, o que pueda afectarle en el futuro, reflejando la realidad económica de dichas transacciones.

---

[1] American Accounting Association (1966): *A Statement of Basic Accounting Theory.* AAA: Evanston.

© Ediciones Pirámide

La rama de la contabilidad que se ocupa del entorno externo empresarial procura ofrecer a los usuarios información acerca de la situación económica y financiera, presente y futura, de la sociedad. El vehículo más utilizado para comunicar esa información es el de los estados contables, que son documentos que sintetizan toda la información registrada en el proceso contable.

La legislación mercantil española impone a las empresas la obligación de elaborar periódicamente unos determinados estados contables, que denomina cuentas anuales, integradas por el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria. La misma legislación establece los principios y normas que deben regir la elaboración de las cuentas anuales, de forma que se garantice la transparencia y fiabilidad de la información económico-financiera que se ofrece. La propia legislación, preocupada por esta garantía, establece los requisitos que ha de cumplir la información contable:

— *Comprensible:* la información ha de ser, dentro de la complejidad del mundo económico, fácil de entender por los usuarios.
— *Relevante:* debe contener la información verdaderamente significativa para los usuarios sin llegar al exceso de información, que iría en contra de la característica anterior.
— *Fiable:* ausencia de errores significativos en la información suministrada a fin de cumplir el objetivo que se pretende.
— *Comparable:* la información debe ser consistente y uniforme en el tiempo y entre las distintas empresas.
— *Oportuna:* la información debe producirse en el momento que sea útil para los usuarios y no con un desfase temporal significativo.

1.3. CONCEPTO Y DIVISIÓN DE LA CONTABILIDAD

Cuando decíamos más arriba que la contabilidad se vale de un conjunto de métodos para identificar, medir y comunicar la información, estábamos anticipando una definición de la misma. Ese conjunto de métodos se configura como un sistema de información, por lo que podemos definir la contabilidad como un sistema de información que identifica, mide y comunica información útil de naturaleza económico-financiera para que los usuarios la incorporen a sus procesos de toma de decisiones.

Circunscribiéndonos al ámbito empresarial, podemos clasificar la contabilidad en función de los usuarios[2]:

[2] Sierra, G., Escobar, B., Fresneda, M.ª S. y Pérez, J. A. (2000): *Fundamentos de contabilidad financiera.* Madrid: Prentice-Hall, pp. 8-9.

© Ediciones Pirámide

— *Contabilidad externa o contabilidad financiera:* se ocupa de elaborar la información demandada por los usuarios externos, es decir, los accionistas, los directivos, los acreedores, los trabajadores, los clientes, los proveedores, la Administración Pública, etc. Básicamente, se trata de ofrecer información de las transacciones que se dan entre la empresa y su entorno. El vehículo más utilizado para comunicar esa información es el de los estados contables, que persiguen ofrecer una imagen fiel de la realidad empresarial.
— *Contabilidad para usuarios internos o contabilidad para la gestión:* se ocupa de elaborar la información demandada por los directivos de la empresa. Se trata de una información que no suministra la contabilidad externa, por estar referida al ámbito interno empresarial. En el caso de la contabilidad para la gestión, la empresa debe utilizar el sistema más adecuado para sus necesidades de información. Este sistema no tiene que responder a unas normas homogéneas que lleven a la elaboración de unos estados contables.

1.4. LA ACTIVIDAD EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS. EL CONCEPTO DE EMPRESA

1.4.1. El concepto de empresa

Si se analizan con detalle las actividades que realiza diariamente cualquier ser humano, se llega a la conclusión de que la mayoría de éstas, o al menos un porcentaje elevado, son de tipo económico.

Desde que el individuo inicia su actividad por la mañana, después de su merecido descanso, hasta que vuelve a necesitarlo por la noche, son muchas las necesidades que ha de satisfacer: aseo personal, bienestar físico, alimentación, transporte, ocio, etc.

En el origen de la humanidad, todas estas necesidades debían ser cubiertas por el propio individuo, de forma que si necesitaba asearse después de su merecido descanso, tenía que bajar al arroyo a buscar agua, no podía limitarse a abrir la ducha por la que fluyera el agua caliente, ya que no existía una organización de medios económicos y humanos que se encargase de suministrar agua a cada vivienda, ni otra que proporcionase gas o electricidad para calentarla. Una vez aseado, tenía que satisfacer su hambre, lo que muy probablemente le llevaría a ir de caza, ya que no existía un mercado próximo en el que comprar la comida necesaria. Es decir, todas las necesidades eran satisfechas mediante el esfuerzo personal del individuo. Naturalmente, esto no sólo debía de ser agotador hasta el punto de que el individuo debía de quedar prácticamente

© Ediciones Pirámide