



Universidad  
Politécnica  
de Cartagena



**industriales**  
etsii UPCT

# Planificador de recursos estratégicos para la gestión contable de las Pymes

**Titulación:** Ingeniería en Organización  
Industrial

**Intensificación:** Gestión de la Producción

**Alumno/a:** Juan Ramón González Navarro

**Director/a/s:** Mari Luz Maté Sánchez Val

Cartagena, 18 de Julio de 2012

# INDICE

---

1.- Introducción	1
2.- Marco teórico	
2.1.- Sistema de Gestión	3
2.2.- Definición Pyme y su importancia en el ámbito nacional	9
2.3.- Importancia y necesidad del ERP en la Pyme	14
3. Introducción a OpenERP	18
3.1.- Antecedentes: proyecto OPEN ERP	18
3.2.- Tecnología y arquitectura de OPEN ERP	19
3.3.- Ventajas y funcionalidades de OPEN ERP	21
4.- Importancia de la Gestión Contable en la empresa	23
4.1.- Concepto de Contabilidad	23
4.2.- Importancia de la Contabilidad en las Pymes	24
4.3.- Función Contable en OpenERP	24
5.- Caso práctico	27
5.1.- Descripción de la empresa	27
5.2.- Análisis Porter	28
5.3.- Análisis DAFO	37
5.4.- Ciclo de Explotación	39
5.5.-Contabilidad de la empresa con OpenERP	41
5.5.1.- Localización Española	41
5.5.2.- Puesta en Marcha en la empresa	45
6.- Conclusiones	59

# 1.- INTRODUCCIÓN

---

El objetivo principal de este proyecto de fin de carrera es el de presentar una de las líneas de trabajo que desarrollamos en el marco de un convenio específico universidad-empresa. La labor que venimos desarrollando desde hace algún tiempo parte de una necesidad, apenas satisfecha en las pequeñas y medianas empresas (pymes). Concretamente, nos referimos al tratamiento e implementación de herramientas informáticas de gestión integral como herramientas de soporte en la gestión de las empresas de reducido tamaño.

Dada la extensión de nuestro proyecto, este trabajo de fin de carrera se basa exclusivamente en la puesta en práctica de planificadores de recursos estratégicos en el área de contabilidad de una pyme. Por tanto, a lo largo de este texto mostraremos las distintas fases que hemos llevado a cabo para adaptar e implantar una herramienta informática que facilite la gestión de la actividad contable-financiera en una Pyme.

Así, desde el punto de vista teórico, este proyecto se basa en dos partes:

- Primero: El aprendizaje de los conceptos teóricos relacionados con la función de contabilidad financiera de la empresa en general, y específicamente de la Pyme.
- Segundo: Utilización de la herramienta informática de gestión con el objetivo de llevar a término nuestro objetivo.

Es decir, para poder poner en marcha una herramienta informática de gestión que facilite la actividad contable en una PYME, lo primero que demos hacer es adquirir los conocimientos necesarios para comprender la práctica contable en una empresa. Posteriormente, es necesario el desarrollo de prácticas para la puesta en marcha de la herramienta de gestión de forma fluida. Ambas fases se llevan a cabo teniendo en cuenta las características específicas de la empresa objetivo así como sus necesidades. Este proyecto se sitúa en el marco de la literatura de gestión que considera fundamental, dado sus efectos positivos, la puesta en marcha de herramientas de gestión adaptadas para las pymes.

Tras las fases de estudio teórico previas, actualmente estamos desarrollando una aplicación práctica en una pyme. Esta aplicación se deriva del convenio firmado entre la empresa AMBENI, S.L. y la UPCT a partir del cual, desde la universidad, nos comprometemos a diseñar, implementar y poner en práctica el programa OPEN ERP en dicha empresa.

En base a la revisión teórica previa, la implantación de una herramienta de gestión en la empresa AMBENI, S.A. se fundamenta en un análisis previo de la empresa con el objetivo de analizar sus necesidades y poder adaptar las herramientas informáticas de gestión a sus características.

El análisis de la empresa se lleva a cabo desde:

- Estudio externo de la empresa: se realiza un estudio externo de la empresa para poder localizar los puntos débiles y fuertes de la misma con el objetivo de, a la hora de diseñar el ERP, hacer hincapié o reforzar las debilidades. Para ello se utiliza algunas de las diferentes herramientas de análisis empresarial existente, tales como análisis DAFO o PORTER.
- Estudio interno o estructural de la empresa: esta fase consistirá en realizar un análisis en profundidad de las diferentes funciones que componen la actividad empresarial (contabilidad, ventas, compras etc.) de esta organización con el objetivo de poder definir una estructura y poder diseñarla. Se analizará fundamentalmente las actividades que componen el ciclo de explotación de la empresa: desde que se compra la materia prima a su proveedor hasta que vende los productos a sus clientes y recibe la retribución económica correspondiente.

A partir de los resultados obtenidos de estos análisis procedemos a diseñar la herramienta de gestión adaptada a la empresa con el objetivo de que pueda llevar la contabilidad financiera de una forma sencilla y fluida.

Para presentar este proyecto considerando exclusivamente el área contable, esta memoria se ha estructurado en distintos apartados. En el primer apartado, de contenido teórico, introducimos el concepto de Enterprise Resourcing Planning (ERP) y consideramos la necesidad de este tipo de herramientas en las pymes. Además, al final de esta sección introducimos la herramienta específica que utilizamos (OPEN- ERP) para el desarrollo de nuestro proyecto. La segunda sección, se centra en el área de contabilidad y su relación con la herramienta de control de gestión. La tercera sección, presenta el desarrollo del caso práctico adaptado a las pymes. Finalmente, mostramos las principales conclusiones.

# 2.- MARCO TEÓRICO

---

## 2.1.- Sistema de Gestión

### 2.1.1.-Sistemas de gestión y ERP

Actualmente las empresas y compañías, cada vez más, se están adentrando en entornos económicos en los que crece la competitividad entre organizaciones y los mercados están más globalizados. Ante esta nueva situación, surge la necesidad empresarial de aumentar su capacidad de adaptación a los constantes cambios que se van produciendo en el entorno (Ausdretsch, 2002). Este proceso requiere del desarrollo de nuevas prácticas de gestión. En este contexto, los **Sistema de Control de Gestión** se presentan como una metodología fundamental que implica a toda la organización y que facilitan, a los gestores de la empresa, el desempeño de sus funciones (Anthony and Govindarajan, 2001). Esta herramienta se fundamenta en el análisis de distintas variables internas y externas (Jänkälä, 2007).

Un Sistema de Control de Gestión es una metodología de dirección empresarial que debe servir de guía para establecer y alcanzar, de manera eficaz y eficiente, los objetivos que han sido propuestos (técnicos, humanos, financieros, etc.). Una de las características que deben cumplir estos objetivos es que sean cuantificables, mediante presupuestos económicos, con el fin de poder ser controlados de manera periódica, conocer el grado de cumplimiento de estos y aplicar las medidas que sean necesarias para reconducirlos (Patricio Donoso, 1998).

Según Salvador y Vercher (2005), el Sistema de Control de Gestión es entendido por la mayoría de los directores como una forma sistematizada de dirección empresarial que se traduce en una estructura que, a su vez, expresa una cultura o filosofía empresarial propia de cada empresa. Una vez que se implanta esta nueva metodología dentro de una empresa, se requiere que los directores deleguen funciones en diferentes niveles a los responsables de los distintos departamentos o secciones. Para ello, estos responsables deben sentirse implicados con los objetivos de la empresa y esto es función de la dirección ya que debe motivar al grupo de personas que asuman estas responsabilidades.

Podemos concluir que un Sistema de Control de Gestión es una metodología o una forma de dirección empresarial. Esta nueva forma de dirección empresarial emplea diferentes herramientas que facilitarán gestionar de manera eficiente y eficaz los diferentes objetivos propuestos. Una de estas herramientas es el ERP (Enterprise Resource Planning, en español Planificador de Recursos Empresariales). Es un sistema de gestión empresarial creado con el fin de modelar, automatizar y, fundamentalmente, integrar la mayoría de los procesos que se dan en la empresa (desde el área de finanzas hasta el área comercial, logística, producción, recursos humanos, marketing, etc.). El objetivo final de esta herramienta es facilitar la planificación de todos los recursos de la empresa presentando de una manera integrada la información empresarial necesaria (Reuther, 2004). Otra definición es la que proponen Kumar y Hillengersberg (2000), según el cual un ERP se puede entender como "*paquetes de sistemas*

configurables dentro de los cuales se integra la información a través de áreas funcionales de la organización". Por otra parte, Orton y Marlene (2004) definen a los planificadores de recursos empresariales (ERP) como un sistema que permite agrupar y afianzar la información a través de la organización. Los sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) también han sido considerados como un sistema de administración de negocios que integra todas las facetas del negocio incluyendo no solo planificación, sino también manufactura, ventas y finanzas (Laundon y Laundon, 2000). Para concienciarnos de la importancia que tiene la correcta gestión de los flujos de información dentro de una empresa nos centramos en la Figura 1. Esta representa la información que se comparte entre los distintos departamentos (entre ellos: de contabilidad, producción, ventas, compras y calidad) de una empresa.

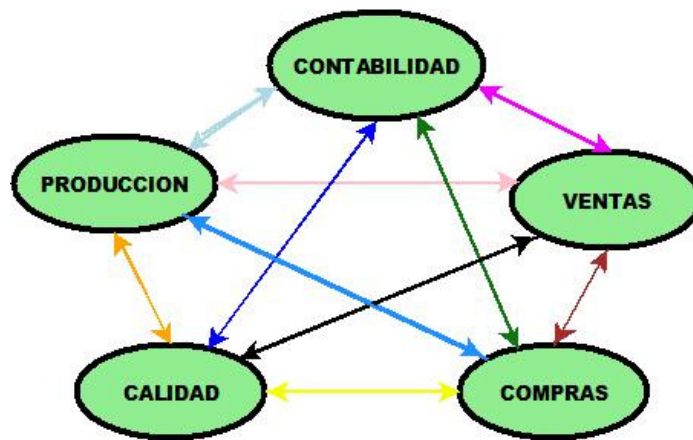


Figura 1. Flujo de información entre departamentos de una empresa sin herramienta integrada de gestión.  
Fuente de elaboración propia.

Según esta figura, observamos cómo cada departamento comparte información con cada uno de las otras secciones. Por ejemplo, el departamento de producción está íntimamente ligado con el departamento de compras, ya que para comenzar el proceso de planificación de fabricación se necesita conocer la materia prima que ha sido comprada o se espera comprar. La información que tienen en común los departamentos de producción y de ventas también es de suma importancia, ya que es necesario tener una idea de las ventas que se prevén realizar con el fin de que los productos fabricados se ajusten lo más posible a la demanda de los clientes, intentando evitar tanto el exceso de inventario como las roturas de stock. Este departamento también tendrá que estar en contacto con calidad, ya que este último marcará las directrices a seguir en cuanto a los acabados de los productos y/o las normas medioambientales que se deben seguir. La relación con el departamento de contabilidad es trivial: las operaciones derivadas del propio desarrollo ordinario de la actividad empresarial dan lugar a distintos registros contables.

La Figura 2 muestra cómo quedaría el flujo de información, de la empresa anterior, implantando un sistema ERP.



Figura 2. Flujo de información entre departamentos de una empresa con herramienta integrada de gestión.  
Fuente de elaboración propia.

A diferencia de la Figura 1, en esta ilustración podemos comprobar cómo el flujo de información está más ordenado. Sin una herramienta ERP, cada uno de los departamentos de la empresa tiene su propia herramienta de gestión en la que procesa la información derivada de sus operaciones. De este modo, se dificulta la fluidez de información entre los mismos. Es decir, si cualquier departamento necesita una información concreta referente a cualquier otra sección de la empresa se le suministrará bien en formato papel o formato electrónico, dando lugar a la multiplicidad de dicha información. Esto conlleva problemas de duplicidad y, en algunos casos, contaminación de la misma. Atendiendo a la Figura 2, podemos apreciar como con un ERP toda la información se encontrará centralizada e integrada, evitando los problemas que hemos comentado anteriormente. En este caso, si uno de los departamentos necesita algún dato o información de otra sección, podrá obtenerla sencillamente accediendo a esta herramienta informática a través de un ordenador.

### 2.1.2.- Características de un ERP

Las características fundamentales de los ERP (Enterprise Resource Planning) son su modularidad, integración y flexibilidad total que ofrecen.

Cuando comentamos que los sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) son modulares nos referimos a que están diseñados y configurados de tal forma que se crean diversas aplicaciones que abarcan las distintas áreas y departamentos de una organización. Es decir, un ERP consta de una columna vertebral común para todas las empresas a la cual se le pueden ir añadiendo "módulos" según las diferentes funcionalidades que vaya a necesitar cada compañía. También es posible desarrollar algunos módulos como solución a las necesidades individuales de cada empresa. Los módulos pueden "enchufarse y desenchufarse" del sistema principal, asegurando así la compatibilidad y la capacidad de esta herramienta, cambiando su configuración (o incluso tamaño), para adaptarse a las situaciones cambiantes.

Sin embargo, no hay que asociar el hecho de que los módulos de un sistema ERP (Enterprise Resource Planning) estén concentrados entre distintas áreas con que esto sea un impedimento para ofrecer una integración total. Nada más lejos de la realidad. De esta forma, todos los departamentos o “secciones” de una compañía podrán estar relacionados con el fin de poder solucionar las diferentes situaciones o problemas que surjan y facilitar la dinámica empresarial (M. Donovan, 1999). La integración total nos permite eliminar lo que se conoce como duplicación de la información y su malversación, disminuyendo de esta forma la probabilidad de contaminación de la misma. Es decir, que cada uno de los departamentos tenga su sistema de gestión y gestione de manera individual su propia información, puede crear numerosas dificultades a la hora de tomar decisiones estratégicas por parte del empresario.

La última de las características propuestas de las herramientas ERP (Enterprise Resource Planning) hace referencia a la enorme flexibilidad que poseen a la hora de su implantación y configuración dentro de una organización. Esta flexibilidad, asimismo, permite la realización de personalizaciones de las diversas funciones y operaciones en las distintas áreas o departamentos de una empresa (T. Hillman, 2002). Se puede afirmar que los ERPs están creados con el objetivo de poderse adaptar a las diversas políticas de funcionamiento que presente una empresa.

### *Beneficios de un ERP*

Haciendo un repaso por la abundante literatura que podemos encontrar acerca de los ERPs, podemos afirmar que son múltiples los beneficios que ofrece esta herramienta. Según Willis-Brown (2002), la planificación empresarial avanzada que ofrecen los sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) permite a una empresa obtener beneficios en numerosos aspectos. Algunos de los beneficios más inmediatos son los siguientes:

- Al mejorar el flujo de la información dentro de la empresa por una mejora de la gestión de la misma, se conseguirá una mayor eficiencia operacional, optimizando el uso de sus activos y mejorando la calidad de los productos o servicios ofrecidos por la organización
- Uno de los problemas contra el que siempre han tenido que luchar las empresas ha sido el almacén, ya que tradicionalmente ha supuesto una fuente de costes (Dell’Agnolo, 2001). De ahí la continua búsqueda de un modelo, sistema o herramienta con el que se consiga minimizar los costes de inventarios (JIT, Teoría de las Restricciones, método ABC, etc.). Como hemos dicho, con la implantación de una herramienta ERP se mejoraría el flujo de información. Esto repercutiría en una mejor optimización de los almacenes, característica que afecta de manera directa a la tesorería de la empresa.
- Otro de los beneficios que supone el uso de un ERP es la mejora en el control de los tiempos y en la precisión del aprovisionamiento. Esto afecta de forma directa a la



productividad general y, como en el caso anterior, a la optimización de los almacenes con los numerosos beneficios asociados que esto conlleva.

- En el punto anterior se habla de una mejora en el control de tiempos y precisión del aprovisionamiento lo que lleva a la empresa a poder ofrecer un servicio más preciso y una mejora en los plazos de entrega a los clientes (Lefcovich, 2005). Esto afecta positivamente a la satisfacción de los mismos, conllevando a una mejora de la tesorería y facilitando mayores índices de fidelidad de clientes y, por tanto, de ventas.
- Desde el punto de vista del área financiera, la facilitación de la actividad de consulta de datos e información para la toma de decisiones consigue mejoras en los índices de cumplimiento de las previsiones y en la concreción de éstas, así como en la capacidad de asesoramiento del departamento financiero. Esto repercute de manera muy positiva en la tesorería de la empresa, ya que la mayor facilidad para obtener la información origina una reducción en los costes asociados al tiempo necesario para realizar dicha tarea, y la obtención inmediata de datos para tomar decisiones más fiables.
- La utilización del ERP/CRM (atención al cliente) por la Dirección Comercial genera un servicio al cliente y unos niveles globales de comportamiento y trato hacia el mismo mucho más personalizados y precisos, lo que incrementa el índice de fidelidad de clientes, con el consiguiente impacto positivo en los niveles de ventas. El mejor ajuste en las previsiones, el previsible acortamiento en el ciclo de ventas y el mejor aprovechamiento de las oportunidades contribuye a una reducción del coste de la venta.
- El aumento del control sobre los RRHH que rodean a la empresa (trabajadores, proveedores,...) genera una menor rotación de los empleados que trabajan en la empresa y una mayor productividad. El poder tener un control más cercano sobre el comportamiento de los proveedores de la empresa supone una reducción de costes a la hora de la negociación con los mismos.

### *Desventajas de un ERP*

Sin embargo, aunque son múltiples las ventajas que otorga a la empresa el implantar una herramienta de este tipo, también existen una serie de problemas o impedimentos que son necesarios nombrar.

- El primer problema que surge, principalmente para las pequeñas y medianas empresas, a la hora de implantar un sistema ERP es el aspecto económico. La mayoría de estas empresas no se pueden permitir el desembolso que conlleva esta herramienta en cuanto a licencias, implementación y, principalmente, al mantenimiento de la misma. Cuando hablamos del mantenimiento nos referimos a

que la organización va evolucionando constantemente con el paso del tiempo lo cual genera la necesidad de que el ERP también evolucione y se le vayan realizando diferentes actualizaciones para conseguir una continua adaptación a la realidad empresarial (Ronbinson, 2000).

- Otro problema que conlleva la implementación de un ERP, sobre todo en empresas de reducido tamaño, es el tiempo que se requiere para la propia puesta en marcha. Como hemos visto en los apartados anteriores, los ERP son sistemas genéricos que tienen que ser adaptados a cada empresa en particular, llevando esto un tiempo hasta que se consiga poner en marcha.
- Finalmente, existe la necesidad de formación específica por parte de los trabajadores que vayan a utilizar el sistema. Esto supone un coste económico adicional y un coste de oportunidad temporal para la empresa (Venkatamaranan, 2002). Además, en muchos casos aparece una resistencia por parte del empleado a este cambio. Esto se debe a que muchos de los trabajadores que llevan años en la empresa haciendo su trabajo de una misma manera, es muy probable que muestren algún tipo de reticencia a la hora de aceptar una innovación en la gestión del ciclo de explotación.

## 2.2.- Definición de PYME y su importancia en el ámbito nacional

La “Recomendación de la Comisión de 6 de Mayo de 2003 (DOCE 20.05.2003)” define una PYME en función de los parámetros considerados en la Tabla 1.

	Nº Trabajadores	Volumen de Negocio	Balance General
<b>Micro empresa</b>	< 10	Límite: 2 Millones de €	Límite: 2 Millones de €
<b>Pequeña</b>	≥ 10 y < 50	Límite: 10 Millones de €	Límite: 10 Millones de €
<b>Mediana</b>	≥ 50 y < 250	Límite: 50 Millones de €	Límite: 43 Millones de €

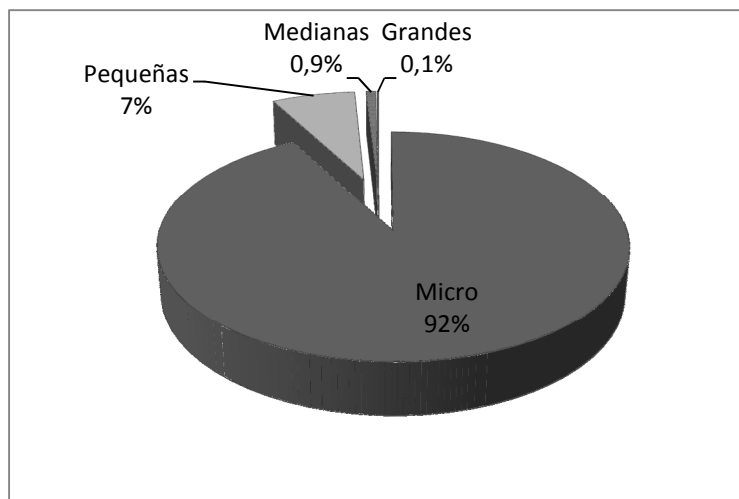
Tabla 1. Parámetros tamaño de empresas. Año 2003. Fuente de elaboración propia a partir de la Recomendación de la Comisión.

De acuerdo con esta tabla, una empresa se considerará PYME (Microempresa, Pequeña o Mediana) si cumple el requisito correspondiente al número de trabajadores y uno de los dos límites referidos al Volumen de Negocio o al Balance.

La importancia de estas empresas se debe a su importante peso en los actuales sistemas productivos. Esta característica, junto a su gran capacidad de adaptación a los cambios del entorno, hacen que las pymes constituyan una fuente fundamental de puestos de trabajo y generen un fuerte espíritu empresarial (Günter Verheugen, 2005). Por ello, este tipo de empresas son vitales para promover la competitividad y el desarrollo regional. Tal y como recuerda la Comisión Europea (2010), la importancia de estas empresas no solo radica en la gran cantidad que existen, sino que también las pymes se presentan como un elemento esencial de la prosperidad económica nacional, pues desempeñan un papel fundamental en el dinamismo creador de una economía de mercado. Lejos de ser España una excepción a esta regla, podemos decir que se caracteriza por una existencia cuantitativa de pymes ligeramente superior que en países que se sitúan dentro de su entorno geográfico. Antes de proceder a analizar el ámbito pyme hay que reconocer que se trata de un grupo muy heterogéneo y complejo en lo que se refiere a tamaños, especialización, nivel de modernidad, grado de internacionalización, etc.

Con el objetivo de profundizar en las características de las pymes españolas, a continuación mostramos una serie de resultados gráficos construidos a partir de datos extraídos de la Comisión Europea 2011 y del Directorio Central de Empresas (DIRCE) publicados por el INE.

La Figura 3, muestra el “Porcentaje de empresas por tamaño en España”.



**Figura 3. Porcentaje de empresas por tamaño en España. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

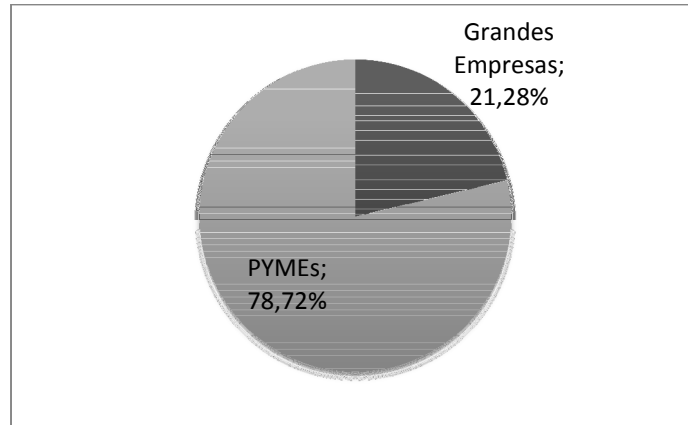
De esta Figura, observamos cómo el 99,9% de empresas en España son pymes.

Además, el porcentaje correspondiente a microempresas se sitúa en un 92%. En un artículo publicado por el Círculo de Empresarios (2011) se corrobora este dato, donde se comenta que el peso de las empresas medianas y pequeñas es bastante menor en relación con las microempresas. Esta idea se afianza mediante los datos que se presentan en la Figura 4, donde podemos apreciar el porcentaje acumulado referente al número de empleados sobre el total de empresas en España. De aquí obtendremos que el porcentaje de empresas con un número de empleados inferior a 10 se sitúa en un valor superior al comentado anteriormente (95% en el año 2010). Otro dato a destacar de esta misma figura es que tanto las empresas sin empleados como las microempresas, están siguiendo una ligera tendencia creciente desde el año 2006.

	1.999	2.000	2.001	2.002	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
<b>Sin Empleados (%)</b>	55,1	54,6	53,3	52,6	51,9	51	51,4	50,9	51,1	51,3	52,7	53,9
<b>&lt; 3 Empleados (%)</b>	80,9	80,3	79,5	79	78,9	78,8	79,1	78,7	79,1	79,3	80,1	81
<b>&lt; 6 Empleados (%)</b>	90,2	89,8	89,3	89,1	89,1	89,1	89,3	89,1	89,3	89,4	90	90,7
<b>&lt; 10 Empleados (%)</b>	94,2	94	94	93,9	94	94	93,9	94	94,1	94,5	94,5	95
<b>&lt; 20 Empleados (%)</b>	97,4	97,2	97,3	97,2	97,3	97,3	97,3	97,3	97,3	97,3	97,5	97,7
<b>&lt; 50 Empleados (%)</b>	99,2	99,2	99,1	99,1	99,1	99,1	99,1	99,1	99,1	99,1	99,2	99,2

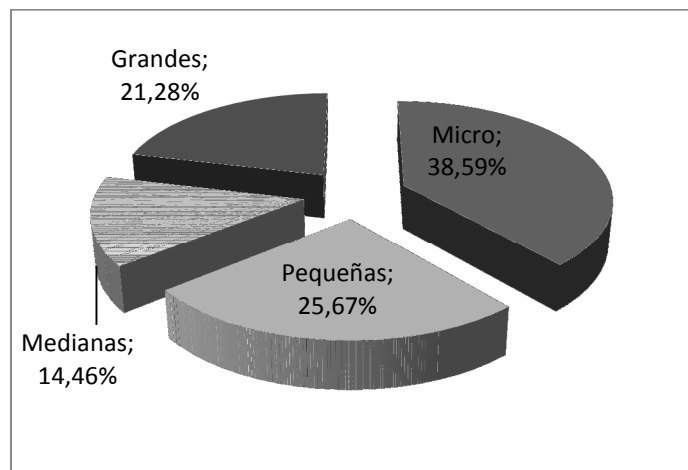
**Figura 4. Porcentaje empresas por número de empleados. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos del DIRCE (INE).**

La Figura 5 muestra una comparación (en porcentaje) entre el empleo generado por las pymes y las grandes empresas en España. Como podemos observar el 78,72% del empleo español es generado por Pymes suponiendo, como ya se ha comentado, un importante motor de generación de empleo.



**Figura 5. Comparación empleo generado PYME – Grandes Empresas en España. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

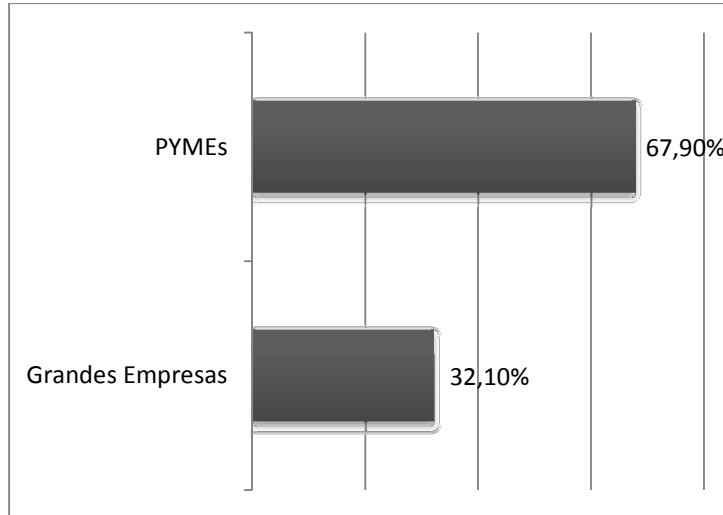
Si hacemos un análisis más detallado del empleo generado diferenciando entre grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, obtenemos los datos mostrados en la Figura 6.



**Figura 6. Porcentaje número de empleados por tamaño de empresa en España. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

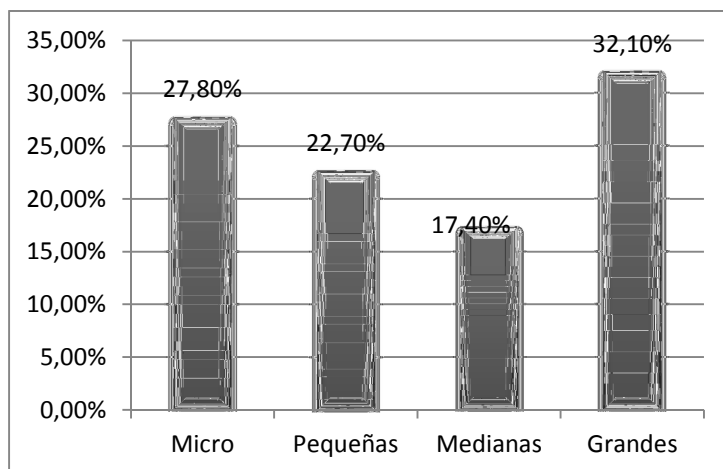
En este caso, el reparto del empleo está más equilibrado, siendo las empresas medianas las que menos puestos de trabajo ofertan (14,46%) y las microempresas las de mayor generación de empleo (38,59%).

Respecto al valor añadido bruto (VAB) por tamaño de empresa la Figura 7 muestra que, a nivel nacional, éste es superior en las Pymes que en las grandes empresas. Este valor alcanza un VAB del 67,9% por un 32,1% de las grandes empresas.



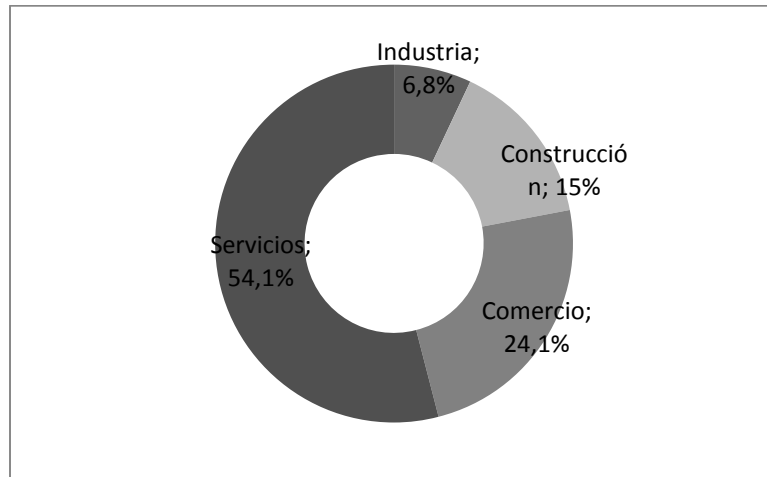
**Figura 7. Comparación VAB entre PYME s- Grandes Empresas en España. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

Al igual que ocurre con que ocurre en el número de empleados por tamaño de empresa, si desgranamos la información con más detalle diferenciando entre grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, existe una cierta igualdad. En este caso el tipo de empresa con un mayor VAB son las de tamaño grande (32,10%) siendo las de tamaño mediano las que aportan un menor valor añadido bruto (17,40%).



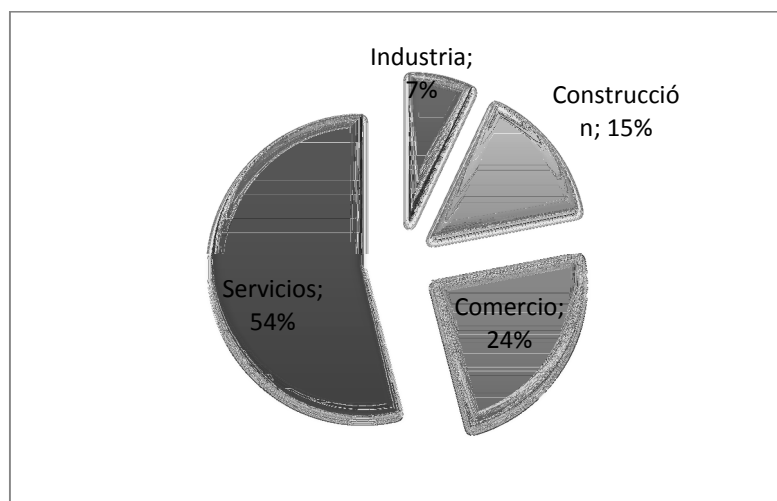
**Figura 8. Valor añadido bruto por tamaño de empresa en España. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

Atendiendo a la distribución sectorial de las pequeñas y medianas empresas españolas obtenemos la Figura 9, en la que se puede observar como el sector más atractivo para este tipo de organización es el sector servicios, con un valor del 54,1%. El sector en el que las pymes son más reacias a introducirse es el industrial, en el que tan solo el 6,8% de las mismas ha ejercido su actividad en 2011 según la CE.



**Figura 9. Distribución Pymes españolas por sectores. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos de la CE.**

Para contrastar estos datos es interesante compararlos con los ofrecidos por el Directorio Central de Empresas, publicado por el INE, referentes a la distribución sectorial de las Pymes españolas en 2011. Para ello observaremos la Figura 10, en la que se obtienen datos similares a los ofrecidos por la Comisión Europea.



**Figura 10. Distribución Pyme´s españolas por sectores. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos del Directorio Central de Empresas (INE).**

### *2.3.- Importancia y necesidad del ERP en la PYME*

A pesar de la importancia de las Pymes en España, el desarrollo de herramientas de gestión en este ámbito es escaso. Es por esto que surge una pregunta: ¿por qué dejan pasar los investigadores y desarrolladores de Herramientas de Control de Gestión el sector empresarial mediano y pequeño? Según Olve et al. (2003), los ERP's han sido creados y desarrollados para la utilización de las grandes empresas. Tradicionalmente, en este aspecto, siempre se ha dejado de lado a las pequeñas y medianas empresas. Esto puede ser debido a que siempre se ha considerado que en las pymes, debido a la simplicidad de su estructura, no era necesaria una herramienta de este tipo (Mitchell y Reid, 2000). Debido a esto, revisando la literatura, apenas encontramos estudios que analicen los efectos de las herramientas de control de gestión sobre empresas de reducido tamaño. Otro motivo del escaso número de trabajos desarrollados en este área es la falta de disponibilidad de bases de datos que recojan información contable de este tipo de empresas (Sundin et al., 2010).

Dada la importancia de las Pymes, nos encontramos con el problema de la inexistencia, salvando excepciones, de herramientas estandarizadas que le permitan al directivo medir y evaluar de forma constante las desviaciones que se puedan producir en el núcleo de operaciones de la empresa (McMahon, 2001). Por ello, es necesario definir un conjunto de herramientas (donde incluimos el ERP) que le ayuden a mejorar la labor de gestión en este tipo de empresas.

La situación económica actual ha motivado el análisis de la importancia y necesidad de las distintas formas de gestión en las Pymes como solución para reactivar la economía nacional. En este contexto, E. Dans (2001) ha subrayado que los Planificadores de Recursos Empresariales no deben ser una copia reducida de las que se utilizan en las grandes empresas. Por el contrario, deben adaptarse a las necesidades derivadas de las características específicas de este tipo de empresas.

Además, la investigación llevada a cabo de las pequeñas empresas en disciplinas tales como la gestión estratégica, ha mostrado resultados esperanzadores en el uso de la planificación formal y sofisticación de planificación, sobre todo si las ventas de las empresas están creciendo. Además, las pequeñas empresas han sufrido los mismos cambios generales en el entorno del desarrollo tecnológico, la globalización, etc. que las empresas más grandes durante los últimos años (Luft, 1997). Tal vez este tipo de acontecimientos ha llevado a empujar a las pequeñas empresas hacia los nuevos y formales diseños de los Sistemas de Control.

Malmi (1999) ha señalado la prolífica comercialización de los nuevos enfoques de gestión y de la imitación tan notable de los factores de motivación en la adopción de nuevas prácticas y técnicas de gestión entre las grandes empresas finlandesas. Este tipo de factores pueden ser eficaces también en las pequeñas empresas del resto de países de Europa. Además, la aparición revolucionaria de la tecnología de la información como Internet, el software de comercio electrónico y servicios disponibles de forma continua, abre nuevas posibilidades virtuales también para las pequeñas empresas.



Para constatar la importancia que tiene el uso de la Planificación de Recursos Empresariales, es interesante observar el pequeño estudio de investigación realizado por Penteo (organización dedicada a la investigación y análisis del mercado) en colaboración con el e-Business Center PriceWaterhouseCoopers & IESE (2002). Según el mismo, la facturación de las pequeñas y medianas empresas y la utilización sistema ERP están íntimamente relacionados. Esta afirmación se deduce de que de las pymes que facturaron más de veinte millones de euros, el 69% tenían implantado un paquete ERP. Pero esta cifra se incrementa si avanzamos más en el tiempo y nos situamos en 2011, donde de las empresas que han facturado más de cinco millones de euros anuales, el 70'8% posee algún tipo de herramienta ERP, mientras que en las empresas que facturan menos de cinco millones de euros, este porcentaje se reduce hasta un 45,5%.

Otro de los aspectos que más llama la atención de dicho análisis son las comunidades autónomas en España donde se ha producido una mayor y una menor penetración de uso del ERP en las pymes. Las comunidades que más utilizan esta herramienta son el País Vasco, Navarra y Cataluña. Por el contrario, las comunidades que menos usan este sistema son Extremadura y Baleares. Una vez dicho esto, buscaremos encontrar alguna relación entre estos datos y la información arrojada por la Cámara de Comercio de la Unión Europea sobre las perspectivas para el año 2012 acerca de la cifra de negocio de las empresas de cada Comunidad Autónoma. En la Figura 11 podemos observar la cifra de negocio como saldo neto, es decir, como la diferencia entre el porcentaje de empresarios que indican un aumento y los que señalan un descenso del nivel de negocio.

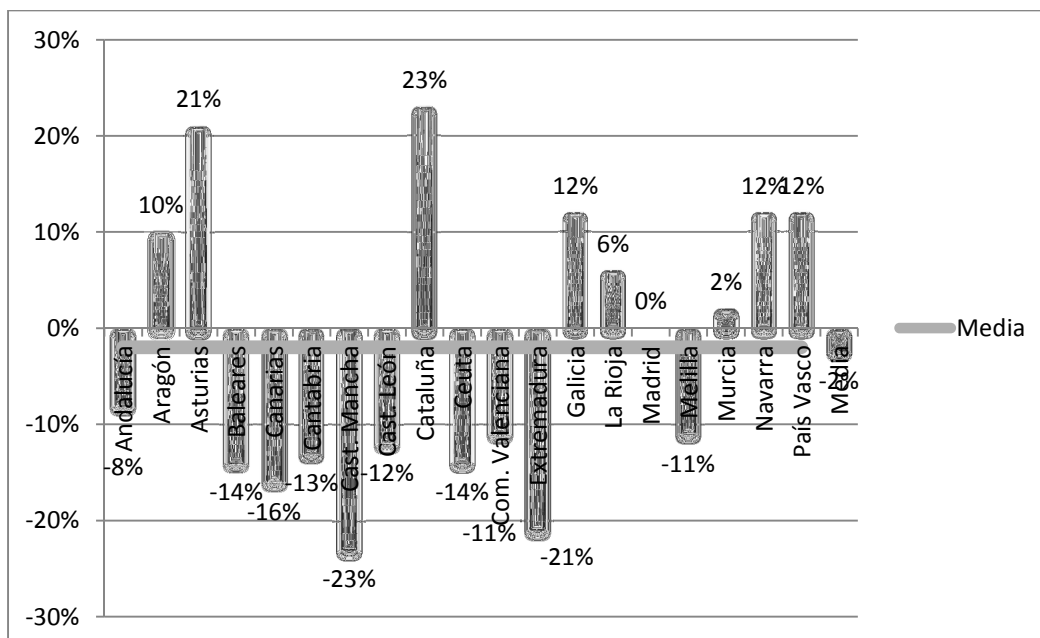


Figura 11. Saldo neto cifra de negocios. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos del Directorio Central de Empresas (INE).

Como se puede apreciar, las comunidades autónomas con unas mejores perspectivas de cifra de negocios para el 2012 son Cataluña (23%) y Asturias (21%), seguidas de Navarra (12%), País Vasco (12%) y Galicia (12%). Por el contrario, las que peores perspectivas presentan son Castilla la Mancha (-23%) y Extremadura (-21%), seguidas de Canarias (-16%).

Parece claro que existe una estrecha relación entre las comunidades en las que más se usa los sistemas ERP y aquellas en las que las empresas tienen mejores perspectivas para el año posterior al primer análisis. Pasa justamente lo contrario con aquellas comunidades que menos usan estas herramientas. En definitiva, existen indicios sobre los efectos positivos del uso de herramientas ERP en el nivel de negocios de la empresa. A su vez, esto se traduce en un aumento de la riqueza de la población de esas comunidades. Esto lo podemos observar en la Figura 12, donde se observa el Producto Interior Bruto, por comunidades autónomas, en 2011. Esta nueva relación parece aun más evidente que la existente entre las comunidades donde más se usaba ERP y en las que sus empresas esperan obtener una mayor rentabilidad. Podemos observar como las dos comunidades con un mayor PIB, País Vasco (31.314) y Navarra (29.982), corresponde con las dos comunidades donde más se usaban herramientas tipo ERP. El País Vasco y Navarra también son dos de las comunidades donde las empresas más esperan mantener una cifra de negocio alta.

Por el contrario, si recordamos las dos comunidades que menos usaban planificadores de recursos empresariales, Baleares y Extremadura, la relación no es clara ya que Baleares presentan un PIB por encima de la media nacional (24.672). Sin embargo, atendiendo a las perspectivas de los empresarios en cuanto a su nivel de negocio, Baleares sí que se encuentran en una posición negativa, por lo que podemos seguir afirmando que la relación es real.

Más claro es el caso de Extremadura, comunidad autónoma donde menos es habitual el uso de este tipo de herramientas y segunda comunidad en la que sus empresarios prevén una rentabilidad más baja para el año 2012. Esta comunidad es la que posee un peor PIB de toda España (16.828), muy por debajo de la media nacional.

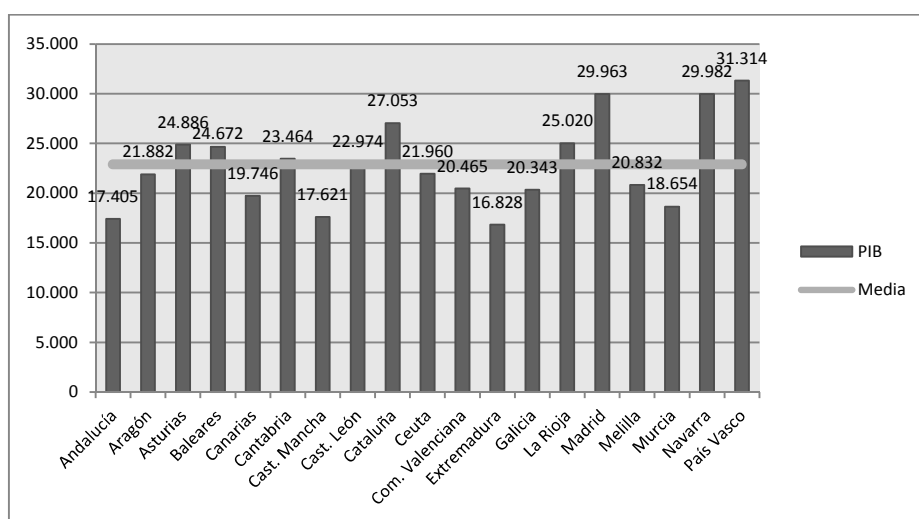


Figura 12. PIB por comunidades autónomas. Año 2011. Fuente de elaboración propia a partir de datos del Directorio Central de Empresas (INE).

Podemos concluir diciendo que el uso estandarizado de herramientas ERP parece aportar mayores beneficios a las empresas que lo utilizan, lo que hace que sus directores o gerentes pronostiquen un mejor futuro económico para las mismas. Esto repercute positivamente en la población, ya que los trabajadores de las organizaciones que obtengan unos mayores beneficios serán los que tengan salarios mayores, debido a que estas empresas podrán permitírselo. Esto hace que, como se ha comentado anteriormente, parezca evidente que el uso generalizado de planificadores de recursos por parte de las empresas puede aportar su granito de arena en la difícil tarea de salir de la situación económica límite en la que se encuentra el país.

## 3.- INTRODUCCIÓN A OPEN-ERP

---

Tras analizar los resultados que indican la necesidad de la implantación de ERP por parte de las pymes, esta subsección presenta los principales fundamentos teóricos de la herramienta informática que utilizamos en nuestra puesta en práctica del desarrollo empresarial. Entre la gran variedad de herramientas de gestión, seleccionamos OPEN ERP fundamentalmente por algunas de sus ventajas frente al resto de programas de esta naturaleza.

### *3.1.- Antecedentes: proyecto OPEN ERP*

OpenERP es un ERP de código abierto que permite gestionar de forma íntegra todos los recursos empresariales de la gestión de la información de la empresa, organización o departamento. Que un software sea de código abierto (en inglés “open source”) significa que es distribuido y desarrollado libremente pudiendo modificarse las funciones, apariencia y demás ya que son gratuitos y se puede acceder su código fuente. OpenERP automatiza y simplifica los procesos de negocio con la cadena de suministro, con la cadena logística, con la gestión de los clientes, con la lógica financiera, con los recursos humanos de la empresa etc. Y en definitiva con todas y cada una de las áreas inherentes a cualquier modelo de negocio. Además, con este programa la información y la gestión empresarial siempre están accesibles desde cualquier lugar debido a la posibilidad de uso bien mediante interfaz web o aplicación de escritorio.

Ordenando cronológicamente los hechos más importantes del proyecto OpenERP, tenemos lo siguiente:

- En 2003 nace TinyERP, de la mano de Fabien Pinckaers.
- En 2007 se produce la apertura del repositorio SVN.
- En 2008 se realizan las primeras jornadas Estatales en Zaragoza.
- En 2008 se crea el Launchpad / Bazaar.
- En 2009 se realizan las segundas jornadas Estatales de OpenERP en Vilanova I La Geltru.
- En 2010 se lleva a cabo el impulso económico a OpenERP (3 millones de €).
- En 2010 se realizan las terceras jornadas Estatales de OpenERP.

El proyecto OpenERP consta de una empresa madre localizada en Bélgica, estando presente en más de 45 países. Se ha calculado que se realizan más de 750 descargas diarias del software. Actualmente los principales servicios con los que cuenta el proyecto son los siguientes:

- Community.
- Descargas.
- Demos.

La community es una comunidad de usuarios y desarrolladores de OpenERP en dónde podemos encontrar noticias, foros, información sobre eventos, centros de desarrollo, documentación, libros etc. El proyecto se organiza en diferentes equipos de trabajo:

- Expert Team:
  - Accounting:  
<https://launchpad.net/~openerp-expert-accounting/+members>
  - Services Management:  
<https://launchpad.net/~openerp-expert-service/+members>
  - Manufacturing Team:  
<https://launchpad.net/~openerp-expert-production/+members>
- Translators Team.
- Developer Team:
  - Quality team.
  - Commite team.
  - Community team.

Los módulos de la localización española se alojan en el proyecto: OpenERP Spanish Localization Project (<https://launchpad.net/openerp-spain>).

### ***3.2.- Tecnología y arquitectura de OPEN ERP***

Las principales características de la tecnología OpenERP son:

- Es un sistema cliente/servidor que funciona sobre una red TCP/IP. Cabe destacar que el TCP/IP es un grupo de protocolos cuyo objetivo es hacer posible la transferencia de datos entre ordenadores. El protocolo TCP garantiza un transporte seguro de los datos y el protocolo IP es el encargado de dirigir los datos a otros ordenadores.
- Python es el lenguaje de programación del software. Python es un lenguaje de programación, desarrollado como proyecto de código abierto, cuya filosofía se basa en una sintaxis simple, sencilla y que favorezca un código legible.
- Para guardar los datos utiliza la base de datos relacional llamada PostgreSQL, la cual explicaremos detalladamente posteriormente.

- Los Bussines Objetcs (objetos de la aplicación) están modelados con un sistema ORM (del inglés Object Relational Mapping, Mapeo de Objetos Relacional). Utilizar un sistema de este tipo nos ofrece la ventaja de que el programa recoja y guarde la información en una base de datos y no directamente en nuestro ordenador.
- Ofrece tres interfaces hombre-máquina, un cliente GTK (o interfaz de escritorio) y un cliente Web (o interfaz web).
- Usa ReportLab para la generación de informes PDF.
- Usa XML para la descripción de datos, vistas, informes y comunicación de datos (XML-RPC). XML es un sistema de codificación de la información que permite un sencillo intercambio de datos debido a que usan una misma lógica interna.

La arquitectura del software se compone de tres elementos básicos: la base de datos, el servidor y el cliente.

### **Base de datos PostgreSQL**

PostgreSQL es un sistema de gestión de bases de datos objeto-relacional (ORDBMS) basado en el proyecto POSTGRES, de la universidad de Berkeley. PostgreSQL es una herramienta libre (OpenSource) de este proyecto, y utiliza el lenguaje SQL92/SQL99. Fue el pionero en muchos de los conceptos existentes en el sistema objeto-relacional actual, incluido, más tarde en otros sistemas de gestión comerciales. Como hemos dicho, PostgreSQL es un sistema objeto-relacional ya que incluye características de la orientación a objetos, como puede ser la herencia, tipos de datos, funciones, restricciones, disparadores, reglas e integridad transaccional.

A continuación se enumeran las principales características de este gestor de bases de datos:

1. Implementación del estándar SQL92/SQL99.
2. Soporta distintos tipos de datos: además del soporte para los tipos base, también soporta datos de tipo fecha, monetarios, elementos gráficos, datos sobre redes (MAC, IP, etc.), cadenas de bits, etc. También permite la creación de tipos propios.
3. Incorpora una estructura de datos array.
4. Incorpora funciones de diversa índole: manejo de fechas, geométricas, orientadas a operaciones con redes, etc.
5. Permite la declaración de funciones propias, así como la definición de disparadores.
6. Soporta el uso de índices, reglas y vistas.
7. Incluye herencia entre tablas (aunque no entre objetos, ya que no existen), por lo que a este gestor de bases de datos se le incluye entre los gestores objeto-relacionales.
8. Permite la gestión de diferentes usuarios, como también los permisos asignados a cada uno de ellos.

### **Servidor**

OpenERP está basado en una arquitectura cliente/servidor. El servidor y el cliente se comunican usando el protocolo XML-RPC. XML-RPC es un protocolo muy simple que permite al cliente realizar llamadas a procedimientos remotos. La función llamada, sus argumentos, y el resultado son enviados vía HTTP y codificados usando XML. Desde la versión 4.2 se viene

utilizando un nuevo protocolo para la comunicación cliente/servidor denominado NET-RPC. Está basado en la función cPickle de Python y es más rápido que XML-RPC.

## Ciente

Toda la lógica de aplicación de OpenERP está en el lado del servidor, con lo cual el cliente resulta muy simple. Su trabajo se basa en consultar datos al servidor, y este se los devuelve. Con esta ventaja, todos los desarrollos se han de realizar en el lado del servidor. Esto hace que OpenERP sea más fácil de desarrollar y mantener. El cliente no entiende que tarea le solicita el usuario. Cada vez que el usuario hace "clic" en una opción, el cliente envía información de qué función a pulsado el usuario para ver cómo ha de reaccionar. La operación del cliente es muy simple, cuando un usuario realiza una acción (guardar un formulario, abrir un menú, imprimir,...) esta se envía al servidor. El servidor entonces envía una nueva acción para ejecutar en el cliente. Existen tres tipos de acciones:

- Abrir una ventana, formulario o una jerarquía.
- Imprimir un documento.
- Ejecutar una configuración.

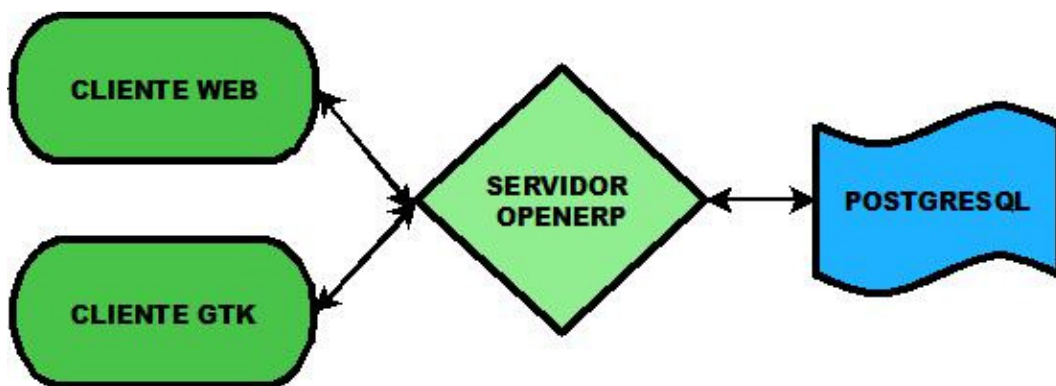


Figura 13: Esquema tecnología OpenERP.

### 3.3.-Ventajas y funcionalidades de OPEN ERP

Las principales ventajas de OpenERP son las siguientes:

- Funcionalidad: con un solo paquete se cubren todos los procesos de negocio.
- Sencillez: se puede comenzar con un módulo específico que necesite la empresa e ir desarrollándolo conforme crezcan las necesidades.
- Descarga online: [www.openerp.com/downloads](http://www.openerp.com/downloads)
- Personalizaciones sencillas: informes, grupos, permisos y roles, objetos y reglas de negocio, etc.

- Programación simple: los diagramas de clases se pueden exportar como un módulo generándose los archivos necesarios.
- Escalabilidad: independiente del sector de actividad empresarial y tamaño de la empresa. Funcionalidad deseada con independencia de los módulos instalados.
- Documentación tanto en español ([www.aulaerp.com](http://www.aulaerp.com), [www.openerpweb.es](http://www.openerpweb.es), [www.openerpsite.com](http://www.openerpsite.com), etc.) como en inglés ([www.openerp.com](http://www.openerp.com)).

Algunas de las principales funcionalidades de OpenERP son las siguientes:

- CRM: gestión de casos (pasarela de emails, sistema de alarmas por email, enlace con otros documentos y procesos), gestión de la productividad (gestor correo electrónico, gestor documental), portal de clientes y proveedores, herramientas estadísticas y tableros como sistema de toma de decisiones.
- Contabilidad financiera: OpenERP provee contabilidad general, analítica y presupuestaria, y cuenta con todas las funcionalidades para llevar los libros contables de forma rigurosa. Puede ser usado como un programa independiente o completamente integrado con los otros módulos de OpenERP para desarrollar su máximo potencial.
- Proyectos: eficiencia en la asignación de los recursos comprometidos en el proyecto (materiales, humanos, fabricación), funcional (diagramas de Gantt y definición de subproyectos y tareas) y control de costes de proyectos.
- Recursos Humanos: gestión del tiempo (calendario, contrataciones, permisos, ausencias), gestión del rendimiento y de perfiles y roles en la empresa.
- Logística: principio de doble entrada (trazabilidad total), estructura de ubicaciones jerárquica, stock consignado (cliente, proveedor), gestión de perfiles y roles en la empresa. Algunas de las funcionalidades: cálculo de niveles teóricos de stock y valoración automática de stock y definición de reglas para reabastecimiento de stock.
- Fabricación: ejecución y planificación de procesos de fabricación y ensamblado de productos, listas de materiales (multinivel y virtuales), cálculo de necesidades de compra, actualización de stock y control de costes.
- Etc.



# 4.- IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN CONTABLE EN LA EMPRESA

---

## 4.1.- *Concepto de Contabilidad*

El concepto de contabilidad hace referencia a la clasificación y registro de todas las operaciones, que posean un valor económico, realizadas por una empresa u organización. La contabilidad registra tanto las operaciones que suponen un ingreso (dinero recibido por parte de los clientes al adquirir los productos o servicios ofrecidos por la empresa) como las que suponen un gasto (dinero invertido por la empresa para adquirir o generar sus productos o servicios).

La técnica de la contabilidad se estructura en una serie de cuentas contables, las cuales permiten clasificar y registrar cada una de las operaciones realizadas por la empresa dependiendo la naturaleza de esta. Principalmente estas cuentas se pueden dividir en dos grandes grupos: cuentas de Balance y cuentas de Resultados.

Las cuentas de Balance tienen como objetivo facilitar la interpretación del Balance General de una empresa una vez que se ha saldado un ejercicio fiscal. Para esta interpretación, las cuentas de Balance se pueden subdividir en las siguientes cuentas:

- Cuentas de Activo: este tipo de cuentas hacen referencia a todos los bienes que posee una empresa. A su vez, este tipo de cuentas se dividen en Activos Corrientes y Activos No Corrientes, en función de la facilidad que tengan estos bienes en convertirse en liquidez.
- Cuentas de Pasivo: este tipo de cuentas hacen referencia a las obligaciones o deudas que posee una empresa con sus acreedores. A su vez, este tipo de cuentas se dividen en Pasivo Corriente y Pasivo No Corriente, en función de la longevidad de vencimiento de la deuda.
- Cuentas de Patrimonio Neto: este tipo de cuentas hacen referencia al capital de la empresa generado a través de las aportaciones de sus socios.

Las cuentas de Resultados son más sencillas de interpretar; indican lo que una empresa ganó o perdió durante un ejercicio fiscal. Para ello, estas cuentas se dividen, a su vez, en cuentas de Ingresos y cuentas de Gastos.

## ***4.2.- Importancia de la Contabilidad en las Pymes***

El primer punto que debemos destacar acerca de la importancia que tiene la contabilidad en las pymes es que todo empresario que tenga su actividad en territorio español tiene la obligación de llevar la contabilidad de su empresa para cumplir con la normativa tributaria. Esta obligatoriedad no implica que el empresario deba tener conocimientos sobre contabilidad ya que existen profesionales contables externos a la empresa que se dedican a esto.

Sin embargo, este no es el único motivo por el que es importante llevar los registros contables de forma adecuada. Llevar una contabilidad correctamente estructurada proporciona al empresario una valiosa información que sirve de soporte en la toma de decisiones en el negocio, en lo referente a la planificación y control del mismo, otorgando de mayor eficiencia a los procesos de la empresa (Charles T. Horngren, 2006). Esto se debe a que la información que nos reportan los registros contables nos permite conocer en que se está gastando más, que clientes nos deben dinero, cual es el flujo de efectivo etc. De esta forma, a final de año (ejercicio contable) se conocerá si la empresa obtuvo beneficios o, por el contrario, perdió dinero. Esto llega a ser muy útil ya que facilita que se genere una retroalimentación que permitirá al empresario tomar las medidas correspondientes para corregir las desviaciones que se están produciendo (James M. Reeve, 2005).

Podemos concluir afirmando que, aparte de su carácter obligatorio, la contabilidad proporciona una información precisa y real, facilitando de esta forma el proceso de toma de decisiones como por ejemplo adquirir nueva maquinaria, invertir o, incluso, evaluar la continuidad del negocio. Sin embargo, realizar una contabilidad incorrecta puede llevar a tomar decisiones erróneas con sus más que probables consecuencias negativas (Juan F. Juliá, 2005). En definitiva, la contabilidad es uno de los elementos más importantes de la empresa ya que permite al empresario conocer la realidad económica y financiera de su empresa, su evolución, tendencia e, incluso, el futuro de la misma.

## ***4.3.- Función contable en OpenERP***

La función contable ofrecida por OpenERP contiene contabilidad general, analítica y presupuestaria además de contar con todas las funciones necesarias para llevar los libros contables de forma actualizada y acorde con la normativa tributaria. Una de las características de esta herramienta, que vimos anteriormente, es su total modulabilidad, por lo que se puede usar únicamente para controlar la actividad contable de la empresa, llevando el control del resto de actividades de la compañía de una forma independiente. Sin embargo, la opción más eficiente en cuanto al aprovechamiento del OpenERP, es que los registros contables se integren con el resto de funciones o módulos que se ofrecen para desarrollar toda su capacidad.

La función contable en OpenERP permite desarrollar una gran cantidad y variedad de tareas, desde definir centros de coste para gestionar de manera eficiente la contabilidad de la empresa hasta generar las cuentas contables personalizadas para poder llevar una correcta gestión de la contabilidad. Una de las principales características del módulo de contabilidad de OpenERP es que dispone de una contabilidad de doble entrada complementada con una gran cantidad de herramientas para generar informes y análisis que facilitan la gestión empresarial y toma de decisiones. Esto lleva a que la función contable se convierta en una actividad fundamental en los procesos de la organización.

El módulo referente a la contabilidad financiera ha sido desarrollado con la finalidad de gestionar los datos económicos de una empresa, facilitando la posibilidad de utilizar múltiples planes de cuentas de manera simultánea. A su vez, permite generar presupuestos, informes, etc. Gracias a este módulo se podrán gestionar los cash-flow y el efectivo con un nivel elevado de trazabilidad.

Las principales características que definen la función contable de OpenERP son las siguientes:

- Automatización: los asientos y funciones contables están totalmente automatizadas, lo que facilitará la gestión contable de la empresa evitando tener que introducir los datos manualmente.
- Alto rendimiento: la posibilidad de que varios usuarios puedan trabajar, dentro de la función contable y sobre la misma base de datos, de forma simultánea hace que el rendimiento de esta función sea elevado.
- Flexibilidad: se puede aumentar o disminuir el alcance de la función contable solamente con la posibilidad de agregar o quitar módulos específicos, obteniéndose de esta forma el poder de un sistema ERP completo, que se adapta a las necesidades específicas de cada empresa.
- Integración: la función contable se sitúa en una posición de cabeza del proceso administrativo al poder ser integrada con el resto de los módulos necesarios para gestionar el resto de las áreas de la empresa.
- Código abierto: para la función contable, al igual que para el resto de las funciones ofrecidas por OpenERP, se posee la licencia GPL la cual ofrece una garantía de que no se pagarán costes de licencia. La posibilidad de disponer del código fuente le permite a la empresa agregar o quitar las funcionalidades que desee.

Las funcionalidades básicas que podemos encontrar en el ámbito de la contabilidad son las siguientes:

- Gestión del plan contable general y analítico.
- Cuentas pendientes de pagar o de cobrar.
- Gestión de cuentas contables virtuales.
- Posibilidad de trabajar en varios ejercicios contables al mismo tiempo.
- Posibilidad de gestión de cierres parciales.

En cuanto a la anotación de asientos, la función contable con OpenERP permite realizar cinco modos de anotación: por documento, anotación rápida en lista, formulario punto de venta, modelos de asientos y abonos. Otra posibilidad que se ofrece es la creación de los asientos y que la automatización de impuestos se puede realizar por cuenta, por tercero o por productos.

En cuanto a la función de contabilidad analítica, OpenERP ofrece una amplia gama de posibilidades y ventajas. Por ejemplo: posibilidad de realizar desagregación de asientos en

base a numerosos criterios pudiendo desactivarlos cuando se considere oportuno, permite la posibilidad de establecer un sistema de control de costes, gestión por negocio, interacción con ventas, compras, producción, etc.

En cuanto a la generación de presupuestos cabe destacar que OpenERP ofrece la posibilidad de generar presupuestos ilimitados para productos, gastos, existencias o fondos a la vez que posee un asistente para la creación de dotaciones y reportes presupuestarios.

Como vemos, la función contable en OpenERP es muy amplia y se extrapola a todas las áreas de la empresa, siendo una de las funciones clave para el buen gobierno de la misma.

## 5.- CASO PRÁCTICO

---

Una vez analizada la función contable en OpenERP, nos encontramos capacitados de realizar una simulación práctica en una empresa real. No obstante, antes de la puesta en marcha de esta herramienta, necesitamos disponer de la máxima información posible de la empresa para el posterior diseño del programa. Por tanto, damos un serie de pasos previos a la propia implantación del programa.

El primer paso que tendremos que dar será realizar una pequeña descripción de la organización en la que vamos a implantar el sistema de gestión. Esta descripción se realizará con el objetivo de que sirva de introducción para empezar a familiarizarnos con la empresa y conociendo algunas de sus principales características.

El siguiente paso que daremos será, a partir de varias entrevistas con la empresaria y tras realizar un estudio general de mercado, realizar un análisis en profundidad tanto del entorno que rodea a esta empresa con el fin de conocer su capacidad competitiva, como un análisis interno con el objetivo de detectar fortalezas y debilidades propias de la empresa. Para este paso se utilizará las herramientas de análisis empresarial, análisis de Porter y análisis DAFO.

Por último, tras diversas visitas a la empresa y comprobar su actividad diaria, se indicará el ciclo de explotación de la misma. Esto nos va a servir de gran ayuda a la hora de diseñar la base de datos que va a necesitar la empresa, ya que nos aportará la información necesaria para poder establecer los departamentos de los que consta y, por lo tanto, de los módulos que necesitará a la hora de diseñar la herramienta de gestión.

### *5.1.- Descripción de la empresa*

A partir de una base de datos donde se localizan numerosas empresas que tienen su actividad en la Región de Murcia, el grupo de investigación de la UPCT se puso en contacto con AMBENI S.L., empresa que se prestó voluntaria para el diseño y la implantación del OpenERP como sistema de gestión.

AMBENI S.L. es una empresa dedicada a un negocio franquiciado del grupo multinacional Imaginarium fundada hace aproximadamente dos años y que realiza su actividad dentro del sector infantil, abarcando tanto el área de juguetes como el ámbito textil. Esta empresa tiene su local comercial en la calle Jabonerías, en pleno casco antiguo de Cartagena (Murcia).

Al tratarse de una franquicia del grupo Imaginarium, tiene unas características singulares y, a la vez, similares al resto de las empresas que forman el grupo. AMBENI S.L. es una tienda de juguetes cuyos principales objetivos son la formación y el desarrollo de los niños de una manera muy lúdica y pedagógica desde su nacimiento hasta los 10 o 12 años. Para ello, los

juguetes ofrecidos por AMBENI S.L. están adaptados a las diferentes edades y totalmente enfocados al desarrollo de actividades pedagógicas al mismo tiempo que los niños se entretienen y divierten.

Una de las principales características destacables de AMBENI S.L. es que sus productos son exclusivos (marca Imaginarium) y cumplen unos requisitos de calidad difícilmente que difícilmente podemos encontrar en otros juguetes. Quizás esto haga que sus productos tengan un valor monetario algo superior al resto de juguetes que podemos encontrar en otras tiendas. Pero por otro lado, esta calidad provoca que alrededor del 70% de las ventas realizadas correspondan a compradores habituales. Con esto se quiere decir que, debido a la calidad y la función lúdico-educativa de los juguetes, se genera una cierta de fidelidad de los clientes.

AMBENI S.L., al igual que el resto de las tiendas Imaginarium, tiene un diseño peculiar y atractivo que hace que llame la atención al público que pueda pasar por delante del local. La fachada presenta luces y colores llamativos, pero la principal característica de su estética es la presencia de dos puertas, una pequeña para que pasen los niños y otra grande para los padres.

Otra de las características que presenta esta empresa son las múltiples restricciones a las que está sometida debido a ser una franquicia de Imaginarium. Es decir, Imaginarium le impone a AMBENI S.L. una serie de condiciones a cambio de poder aprovechar las ventajas que supone utilizar el nombre de la marca y vender sus exclusivos juguetes. Estas restricciones no solo se remiten a condiciones económicas y estética, sino también a la función de gestión interna. Imaginarium le instaló un software en el ordenador de venta con el que tiene que realizar las ventas, no pudiendo sacar ni introducir información en este ordenador.

## ***5.2.- Análisis Porter***

En base a un estudio general de mercado y a las entrevistas con la empresaria, desarrollamos el siguiente análisis de Porter.

### ***5.2.1.- COMPETIDORES EXISTENTES***

#### **ANÁLISIS PRINCIPALES FACTORES**

Cabe destacar que AMBENI, S.L. es una franquicia de la empresa Imaginarium. Esta es una tienda de juguetes muy particular ya que no ve su negocio como una simple compra-venta de juguetes, sino que la filosofía de esta empresa es la de ofrecer a padres e hijos aprendizaje, diversión y máxima garantía de calidad y seguridad.

Es por todo esto que sus productos no son tan económicos como los que se puedan ofrecer en otras tiendas de juguetes o grandes centros comerciales. A cambio se ofrece una garantía de calidad y seguridad superior al resto de marcas, además de un fin educativo.

Según la gerente de AMBENI, S.L., el mercado al que se dirigen sus productos es un mercado muy particular y que tiene poca relación con el mercado al que van dirigidos los productos de otras marcas. Los clientes establecen un lazo estrecho con la tienda llegando a tener una cartera de familias que compran de forma habitual los productos de esta marca. Entre las tiendas Imaginarium y sus clientes se crea un vínculo de unión a la que se le llega a considerar como una gran familia.

Tras una reunión con la empresaria se llegó a la conclusión de que no existen actualmente productos sustitutivos a los juguetes que se ofrecen en su tienda. Esto se debe básicamente, como hemos comentado anteriormente, a las características lúdicas, educativas y de calidad de los mismos. Teniendo en cuenta esta premisa, analizaremos los principales factores que contribuyen en mayor medida a incrementar la rivalidad entre los competidores. Son los relacionados a continuación:

#### **- Concentración**

Para saber si existe concentración haremos un listado rápido de las tiendas de juguetes y jugueterías que actúan en Cartagena:

- Carlos Rodriguez de Viguri Segura.
- Hiperjuguetes Baza S.L.
- Juguetes Botia.
- Juguetes Pastor S.L.
- Juguetoon.
- Sajor.
- Juguetes Dino.
- Taller de Gepetto.
- Toys "r" us.
- Grandes centros comerciales como puede ser el Corte Inglés.
- Tiendas on-line como, por ejemplo, [www.juguetilandia.com](http://www.juguetilandia.com)
- Empresas del sector textil: La Ballena Azul, Tambucho, Benetton 012, etc.

Después de realizar un listado rápido observamos que se da un fenómeno de atomización, es decir, son muchas las empresas que intervienen en el mercado. Sin embargo, ninguna de las empresas que hemos comentado ofrece productos del estilo a Imaginarium. Esto nos lleva a afirmar que dentro del mercado en el que actúan las empresas de Imaginarium en general, y nuestra franquicia en particular, no encontramos apenas competidores pudiendo este factor convertirse en una ventaja para nuestra empresa.

#### **- Diversidad de los competidores**

Este factor va a tener poca fuerza a la hora de calcular la rivalidad del sector. Esto se debe a que no existen competidores directos a la empresa que estamos analizando dentro de su ámbito geográfico de actuación (Cartagena). Según nos comenta la empresaria en la reunión que se mantuvo, los únicos competidores que pueden quitarle cuota de mercado del sector en el que actúa son otras franquicias del grupo Imaginarium ya que algunos de sus clientes pueden emigrar a estas tiendas.

#### **- Costes fijos elevados**

Los costes fijos que nos podemos encontrar en nuestra franquicia y en cualquier tienda comercial suelen ser los referidos al alquiler del local, electricidad, agua etc. Debido a que estos costes fijos no son muy elevados respecto al valor de los productos o servicios, las empresas no se verán forzadas a mantener altas cifras de negocios, aumentando de esta forma la competitividad.

#### **- Diferenciación entre los productos**

Como observaremos en el apartado referente a los productos sustitutivos, los productos ofertados en este sector en el que actúa la marca Imaginarium, son percibidos como únicos en el mercado, no existen productos que puedan considerarse como un sustitutivo. Esta característica hace que no se fomente la competencia entre diferentes empresas, más bien todo lo contrario, una única empresa (Imaginarium) participa y acapara el mercado de los productos o juguetes infantiles educativos para familias de clase media-alta. Puede considerarse como una ventaja para nuestra franquicia.

#### **- Costes de cambio**

Este es un factor interesante a la hora de analizar los competidores establecidos. Como hemos dicho, la relación entre los clientes y las tiendas Imaginarium es muy estrecha, creándose un vínculo entre ellos que puede llegar a ser considerado como una gran familia (lo primero que se propone al cliente al llegar a cualquiera de las franquicias es hacerle una ficha para ser socio del club Imaginarium). También cabe destacar que estos clientes acuden a una tienda Imaginarium con el deseo de adquirir un producto singular, exclusivo y de gran calidad.

Todo esto hace que los costes de cambio de los productos de esta marca a otros del mismo sector sean bastante altos, consiguiendo una gran fidelidad de los clientes. Este factor también puede ser considerado como una ventaja competitiva para nuestra franquicia.

#### **- Grupos empresariales**

El efecto de la globalización y la repercusión de la crisis están provocando que estas pequeñas empresas vayan desapareciendo poco a poco, quedando en el mercado los grandes grupos empresariales (cadenas y franquicias).

Este puede ser una ventaja para nuestra tienda, ya que es una franquicia de un gran grupo empresarial.

#### **- Crecimiento de la demanda**

La irrupción masiva de las tecnologías de la información en los hogares y los cambios en los hábitos de juego de las generaciones más jóvenes ha reducido el mercado del juguete tradicional. Esto puede llegar a suponer no sólo una amenaza para nuestra franquicia, sino para todo el sector.

#### **- Barreras de salida**



Para las pequeñas empresas no parece que los costes de abandonar sean superiores a los costes para mantenerse en el mercado y competir. Sin embargo nuestra empresa, al ser una franquicia, se encuentra con una restricción de salida en forma de contrato de duración.

### PONDERACIÓN DE LOS FACTORES

Para saber si la estructura del sector es favorable para la obtención de beneficios por encima de la media, es importante poder medir de alguna forma nuestra situación respecto a la del sector. Para ello puede ser interesante ponderar cada uno de los factores según la influencia que tenga sobre los beneficios o posibles beneficios que se puedan obtener. Esta importancia relativa no será asignada de manera aleatoria, sino que se basará en la opinión ofrecida por la gerente de la franquicia que se está analizando.

Una vez asignada esta importancia relativa, se procederá a evaluar cada uno de los factores según lo analizado anteriormente.

La importancia relativa que pienso que tendría cada uno de los factores la definiré a continuación:

- *Concentración*: 15%
- *Diversidad de los competidores*: 10%
- *Costes fijos elevados*: 10%
- *Diferenciación entre los productos*: 15%
- *Costes de cambio*: 15%
- *Grupos empresariales*: 10%
- *Crecimiento de la demanda*: 15%
- *Barreras de salida*: 10%

Como vemos, los factores se pueden dividir en dos grupos o niveles: los de una importancia relativa del 10% y los de una importancia relativa un poco mayor (15%).

- Importancia relativa 10%: diversidad de los competidores, costes fijos elevados, grupos empresariales y barreras de salida.
- Importancia relativa 15%: concentración, diferenciación entre los productos, costes de cambio y crecimiento de la demanda.

Una vez ponderados los factores, pasaríamos a evaluarlos numéricamente según lo analizado: un 0 significará que este factor es muy negativo para nuestra empresa y un 10 que será muy positivo, es decir, mientras más cerca de una puntuación 10 significa mayor facilidad para convertirse en una ventaja competitiva.

FACTORES	IMPORTANCIA RELATIVA	EVALUACIÓN
Concentración	15%	8
Diversidad de los competidores	10%	7
Costes fijos elevados	10%	6
Diferenciación entre los productos	15%	8
Costes de cambio	15%	8
Grupos empresariales	10%	7
Crecimiento de la demanda	15%	4
Barreras de salida	10%	5
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>6,65</b>

Figura 14. Evaluación de los factores.

Como podemos apreciar en la Figura 14, la puntuación media (6,65) sale encima de la mitad de la nota de evaluación. Este dato significaría que esta fuerza de Porter podríamos considerarla como débil, lo que haría que la posibilidad de obtener beneficios elevados aumente. Es decir, debido a que los competidores actuales de AMBENI S.L. no son muy numerosos ni están posicionados de manera amenazante, se podrá competir desde una situación favorable que facilite la generación de riqueza para la empresa.

### 5.2.2.- AMENAZA ENTRADA COMPETIDORES POTENCIALES

#### ANÁLISIS PRINCIPALES FACTORES

El ingreso de nuevos competidores al sector depende del tipo y nivel de barreras para la entrada. Entendemos por barreras de entrada a cualquier mecanismo por el cual la rentabilidad esperada de un nuevo competidor entrante en el sector es inferior a la que están obteniendo los competidores ya presentes en él (Dalmau, 1997). Algunas de las barreras más comunes son las siguientes:

#### **- Economías de escala**

Imaginarium diseña (en Zaragoza) y fabrica (en Asia, principalmente en China) sus propios productos lo que, debido al gran número de tiendas (repartidas principalmente por España) que la forman, le permite tener un volumen de producción bastante elevado y unos costes unitarios bajos.

Como es obvio nuestra franquicia se beneficiará de este hecho suponiendo una barrera de entrada para otros competidores y un punto fuerte para nosotros. Sin embargo, esto se puede volver en nuestra contra si se abre una nueva franquicia Imaginarium en Cartagena o en un

radio geográfico que pueda afectarnos ya que Imaginarium no pone ningún tipo de limitación en cuanto al número de tiendas por población.

#### **- Curva de experiencia**

Nuestra empresa al ser una franquicia adquiere el “know how” de la empresa madre, Imaginarium, en lo que se refiere a gestión, estética de la tienda, manuales sobre software informáticos utilizados, etc.

Además, al tratarse de una franquicia de una empresa que diseña sus propios productos, el “know how” sobre tecnología de productos, procesos, etc. Se convierte en una ventaja competitiva para nuestra empresa.

Un competidor potencial que quiera fabricar sus propios productos deberá crear su propio know how tanto en lo que se refiere a la producción como en lo referente al ámbito de gestión.

Sin embargo, al igual que pasa con las economías de escala, esto se puede volver en nuestra contra si se abre una nueva franquicia Imaginarium en Cartagena o en un radio geográfico que pueda afectarnos.

#### **- Requisitos de capital mínimo para su puesta en marcha**

Al tratarse de una franquicia se deberá realizar el pago de unos derechos de entrada (22.000 euros). Esto, unido al requisito alquiler o compra de superficie mínima de la tienda (150 m<sup>2</sup>), supone un desembolso bastante elevado que se convierte en una desventaja frente a otras empresas no franquiciadas.

#### **- Acceso a materias primas**

Como en toda empresa comercial no se hace uso de materias primas. Lo que se compra (y vende) son productos terminados que se adquieren de uno o varios proveedores. En el caso de nuestra empresa, este proveedor es el propio Imaginarium, ya que es quien diseña y fabrica los productos.

Al igual que pasa con las economías de escala y con la curva de experiencia, esto supone una ventaja competitiva, sin embargo esto se puede volver en nuestra contra si se abre una nueva franquicia Imaginarium en Cartagena o en un radio geográfico que pueda afectarnos.

#### **- Acceso a canales de distribución**

Al tratarse de una empresa comercial el canal de distribución será la propia tienda minorista. Lo mismo pasaría con los posibles competidores, lo que hace que esta barrera no suponga ninguna ventaja ni desventaja.

#### **- Identificación de marca**

Esta barrera nos supondrá una gran ventaja competitiva respecto a nuevos competidores. Esto se debe a la buena imagen que tienen las tiendas Imaginarium de cara a los clientes.

### ***-Diferenciación del producto***

Al igual que pasa con “Identificación de marca”, nuestra franquicia se aprovecha del valor añadido (que es percibido por los clientes) aportado por la marca Imaginarium. Es decir, productos de la marca Imaginarium solo se encuentran en tiendas Imaginarium, lo que hace que los productos ofrecidos posean este atributo que los hace únicos.

Este atributo se puede considerar como una barrera para las nuevas empresas que quieran competir con nuestra franquicia.

### **PONDERACIÓN DE LOS FACTORES**

Para saber si la estructura del sector es favorable para la obtención de beneficios por encima de la media, es importante poder medir de alguna forma nuestra situación respecto a la del sector. Para ello puede ser interesante ponderar cada uno de los factores según la influencia que tenga sobre los beneficios o posibles beneficios que se puedan obtener. Una vez asignada esta importancia relativa, se procederá a evaluar cada uno de los factores según lo analizado anteriormente.

La importancia relativa que pienso que tendría cada uno de los factores la definiré a continuación:

*- Economías de escala: 15%*

*- Curva de experiencia: 10%*

*- Requisitos de capital mínimo para su puesta en marcha: 15%*

*- Acceso a materias primas: 15%*

*- Acceso a canales de distribución: 10%*

*-Identificación de marca: 20%*

*-Diferenciación del producto: 15%*

Como vemos, los factores se pueden dividir en tres grupos o niveles: los de una importancia relativa del 10%, los de una importancia relativa un poco mayor (15%) y el último nivel, formado por un solo factor con una importancia relativa del 20%.

- Importancia relativa 10%: curva de experiencia y acceso a canales de distribución.
- Importancia relativa 15%: economías de escala, requisitos de capital mínimo para su puesta en marcha, acceso a materias primas y diferenciación del producto.
- Importancia relativa 20%: identificación de marca.

Una vez ponderados los factores, pasaríamos a evaluarlos numéricamente según lo analizado: un 0 significará que este factor es muy negativo para nuestra empresa y un 10 que será muy

positivo, es decir, mientras más cerca de una puntuación 10 significa mayor facilidad para convertirse en una ventaja competitiva.

FACTORES	IMPORTANCIA RELATIVA	EVALUACIÓN
Economías de escala	15%	7
Curva de experiencia	10%	7
Requisitos de capital mínimo para su puesta en marcha	15%	4
Acceso a materias primas	15%	6
Acceso a canales de distribución	10%	5
Identificación de marca	20%	8
Diferenciación del producto	15%	7
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>6,4</b>

**Figura 15. Evaluación de los factores.**

Como podemos apreciar en la gráfica, la puntuación media (6,4) sale por encima de la mitad. Este dato significaría que esta fuerza de Porter podríamos considerarla como débil, lo que haría que la posibilidad de obtener beneficios elevados aumente. Es decir, debido a que las barreras de entrada que se presentan en el mercado en el que actúa AMBENI S.L. son difíciles de superar para las nuevas empresas que quieran entrar, por lo que no existe una seria amenaza de perder una porción del mercado.

### *5.2.3.- PODER NEGOCIADOR PROVEEDORES*

Para estudiar la fuerza del poder negociador de los proveedores vamos a analizar los siguientes factores que han sido considerados como los más relevantes:

#### **CONCENTRACIÓN DE PROVEEDORES**

Hace referencia a la cantidad de posibles proveedores con los que pueda mantener relaciones una empresa. Podemos confirmar que la fuerza ejercida por los proveedores sobre AMBENI S.L. es alta debido a que Imaginarium es su único proveedor. Hay que recordar que las franquicias Imaginarium solamente pueden comercializar productos de esta marca, quedando prohibido a través del contrato firmado el poder vender productos de otra marca en un establecimiento de este tipo.

#### **IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA LOS PROVEEDORES**

Esta fuerza hace referencia al valor que tiene para el proveedor el volumen de productos o materia prima que una tienda le compra. Imaginarium tiene más de 360 franquicias repartidas por todo el mundo, por lo que el volumen de compras realizado por AMBENI S.L. no será lo suficientemente importante como para poder tener cierto poder de negociación, en cuanto a precios, ante el proveedor. En resumen, este factor nos invita a pensar que el poder negociador del proveedor es grande.

## DIFERENCIACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS

En este caso la materia prima son productos de la marca Imaginarium. Se trata de productos que sólo pueden adquirirse a partir de la “empresa madre”. Este factor le da fuerza de negociación al proveedor.

## DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA SUSTITUTIVA

No existen otros productos sustitutivos que AMBENI S.L. pueda adquirir de otro proveedor que no sea Imaginarium. Este factor, otra vez, hace aumentar el poder negociador del proveedor.

En definitiva, el condicionante de tener un solo proveedor y estar obligado a ser suministrador por él únicamente impide a AMBENI S.L. negociar determinadas condiciones tales como plazo de suministro, precio, etc. Este dato significaría que esta fuerza de Porter podríamos considerarla como fuerte, lo que haría que la posibilidad de obtener beneficios elevados disminuya.

### *5.2.4.- PODER NEGOCIADOR CLIENTES*

Como ya se ha comentado anteriormente, AMBENI S.L. se trata de una empresa comercial en el que sus clientes son los consumidores finales de los productos. Como en toda empresa de este tipo, los clientes no poseen poder negociador ya que se tienen que adaptar a las condiciones y precios que la tienda impone. Sin embargo, según la gerente de AMBENI S.L., en determinadas ocasiones se negocia con instituciones públicas (tales como colegios, asociaciones, etc...) el suministro de cantidades de productos. Aun así, el poder negociador de los clientes sigue siendo bajo, ya que (siempre según la gerente) los productos Imaginarium se caracterizan por tener una componente lúdica que no la posee ningún producto de la competencia.

### *5.2.5.- PRODUCTOS SUSTITUTIVOS*

Los bienes sustitutivos son los productos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Representan una amenaza para el sector, si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior. Para analizar esta fuerza se le entregó un cuestionario a la gerente de AMBENI en el que tenía que responder preguntas relacionada con la existencia de productos sustitutivos. Esto se realizó con el fin de conocer más en profundidad la opinión que tenía la gerente de su propia empresa.

Una vez analizadas las respuestas se llegó a la conclusión de que no existen productos sustitutivos en el mercado. Los productos Imaginarium son productos muy diferenciados, hasta tal punto que solo pueden ser comercializados en sus franquicias. Otra de las conclusiones que podemos sacar del cuestionario es que los productos de la marca

Imaginarium se caracterizan por su carácter lúdico y pedagógico, quedando el mercado muy limitado en este ámbito.

En definitiva podemos decir que esta fuerza de Porter la podríamos considerar como fuerte, lo que haría que la posibilidad de obtener beneficios elevados aumente.

### **5.3.- Análisis DAFO**

En base a un estudio general de mercado y a las entrevistas con la empresaria, desarrollamos el siguiente análisis DAFO.

#### **5.3.1.- DEBILIDADES**

Las principales debilidades que se han podido detectar son las siguientes:

- No existe una estrategia diferenciada por segmento. Es decir, AMBENI S.L. actúa en diferentes segmentos de mercado pero, sin embargo, se utiliza la misma estrategia de venta para todos ellos.
- Productos preexistentes. Si bien es verdad que los productos ofrecidos son exclusivos de la marca Imaginarium, sin embargo no suele predominar la innovación de productos.
- Software de gestión poco flexible. Como hemos comentado anteriormente, Imaginarium impone la utilización de un software específico el cual es poco flexible a la hora del trabajo diario, provocando numerosos problemas.
- Un único proveedor. El único proveedor de AMBENI S.L. es Imaginarium, lo que provoca dos debilidades. La primera es la inexistencia de productos de marcas populares. La segunda debilidad es el nulo poder de negociación con los proveedores. Es decir, Imaginarium pone a disposición de AMBENI S.L. una serie de productos a un precio determinado no negociable.
- Precio alto de los productos. Como se ha comentado anteriormente, los productos ofrecidos en todas las franquicias del grupo Imaginarium se caracterizan por su alta calidad y fines educativos. Ello lleva a que sus productos sean algo más caros que el resto de juguetes ofrecidos en otras tiendas de este sector. Esto, unido a la situación de crisis económica actual, puede llevar a que los clientes sean un poco reticentes a la hora de adquirir estos productos.
- Localización del local comercial. Tras una reunión con la directora de AMBENI S.L., quedó claro que los clientes habituales de su empresa no corresponden con gente que pasa por la puerta de la tienda, le llama la atención el escaparate y entra a comprar. Todo lo contrario, la mayoría de las ventas provienen de clientes habituales que se dirigen a conciencia a la tienda. Es por esto que la localización en la que se encuentra

el local supone una debilidad para la empresa, ya que se encuentra en pleno casco antiguo de Cartagena, donde es imposible el acceso en vehículo.

### *5.3.2.- FORTALEZAS*

Las principales fortalezas que se han podido detectar son las siguientes:

- Personal directivo capacitado. La directora de AMBENI S.L. es licenciada en Administración y Dirección de Empresa, por lo que está sobradamente capacitada para dirigir el negocio por el camino adecuado.
- Buena imagen. Como se ha comentado anteriormente, AMBENI S.L. se aprovecha del buen nombre de la marca Imaginarium.
- Productos exclusivos. Como hemos dicho, Imaginarium obliga a AMBENI S.L. a ofrecer únicamente productos de la marca Imaginarium. Por otro lado, estos productos solamente se ofrecen en sus franquicias, por lo que el poder tener productos que no tenga ninguna otra tienda de juguetes supone una fortaleza.
- Diversidad de productos. AMBENI S.L. ofrece una amplia gama de productos a sus clientes, desde juguetes hasta prendas de vestir.
- Productos de calidad. En detrimento de presentar unos precios elevados, los productos ofrecidos en esta tienda poseen una calidad que difícilmente se podrá conseguir en otros productos ofrecidos en otras tiendas.
- Productos educativos y pedagógicos. Los productos Imaginarium no solo se centran en el aspecto lúdico, sino que tienen una gran base de finalidad educativa y pedagógica que en muy pocos productos de otras marcas podemos encontrar. Este aspecto es valorado de manera muy positiva por los padres.
- Fidelidad de los clientes. Es por los dos puntos anteriores que los costes cambiantes de en los que incurren los clientes si quieren cambiar de empresa a la que comprar los productos de este tipo sean bastante altos. Esto lleva a tener unos clientes con un alto grado de fidelidad.

### *5.3.3.- AMENAZAS*

Las principales amenazas que se han podido detectar son las siguientes:

- Decremento de la tasa de natalidad. La tasa de natalidad ha desacelerado considerable en los últimos años y, en un sector dedicado a ofrecer productos para el ámbito infantil, esto supone una seria amenaza.
- Nuevas franquicias Imaginarium. El grupo Imaginarium no pone restricción alguna de la cantidad de tiendas con este nombre que pueden existir en una ciudad o en un ámbito geográfico concreto. Esto puede llevar a que en Murcia, o incluso en Cartagena, se instalen nuevas franquicias. Esto supondría una seria amenaza imposible de controlar para AMBENI S.L.



- Fortalecimiento de la competencia. Cada vez es más frecuente la presencia en las ciudades de grandes empresas internacionales.
- Crisis económica. Este es un factor que afecta a prácticamente todas las empresas de todos los sectores existentes. Sin embargo, debido al precio que tienen los productos ofrecidos en las franquicias Imaginarium en general y en AMBENI S.L. en particular, pueda suponer un efecto negativo aun mayor en el nivel de ventas.
- Nuevas tendencias infantiles. Cada vez es más frecuente que los niños se decanten por productos electrónicos tipo videojuegos u ordenador. Esto provoca que en los últimos años haya disminuido la demanda de los juguetes tradicionales.

#### *5.3.4.- OPORTUNIDADES*

Las principales oportunidades que se han podido detectar son las siguientes:

- Abastecimiento de entidades públicas. Hay muchas entidades públicas que requieren productos educativos del estilo de los que se ofrecen en AMBENI S.L. Esto es una oportunidad que le surge a la empresa ya que puede realizar contratos de suministro para este tipo de organizaciones.
- Marketing y publicidad. Hasta hace poco la publicidad realizada por AMBENI S.L. tanto en formato papel como digital era prácticamente nula basando su fuerza comercial únicamente en el buen nombre de Imaginarium. Por lo que el ámbito del marketing es un tema que puede ser explotado positivamente.

#### *5.4.- Ciclo de explotación*

Con el objetivo de poder diseñar una base de datos acorde con las necesidades de AMBENI S.L., primero tenemos que conocer los departamentos o áreas de los que consta para saber que estructura tendremos que asignarle y que módulos debemos instalar.

Para que nos sea más fácil determinar los departamentos que actúan en la actividad diaria de la empresa, nos apoyaremos en la Imagen. En la Figura 16 se muestra el ciclo de explotación de la empresa, creado a partir de una visita realizada a la propia tienda para observar su actividad.

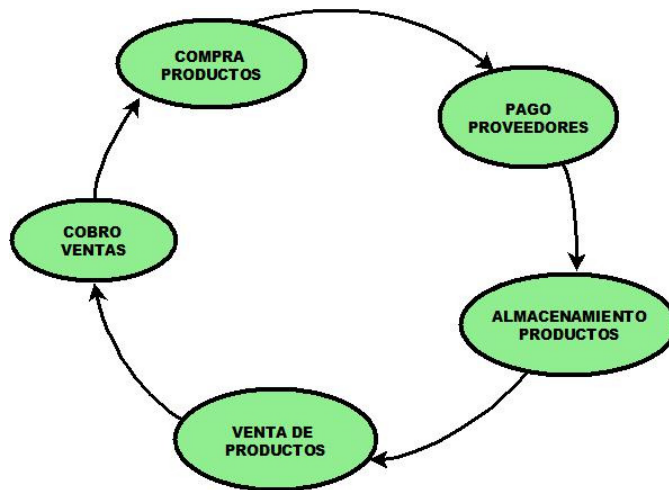


Figura 16. Ciclo explotación AMBENI S.L.

El ciclo de explotación consta de las siguientes actividades:

- Compra de productos: la actividad que inicia el ciclo de explotación es la compra de los productos al proveedor, Imaginarium. Se le solicita los productos que se desean adquirir y la cantidad de los mismos.
- Pago al proveedor: Imaginarium le otorga a AMBENI S.L. un plazo de tiempo en el que tiene que pagarle por los productos suministrados.
- Almacenamiento de productos: una vez que se le ha comunicado los productos que se desean adquirir, Imaginarium los envía la tienda teniendo que ser descargados y almacenados en su almacén. De todos estos productos, algunos de ellos se quedarán en el almacén para que sirvan de reposición cuando se agoten y otros de los productos irán directamente a las estanterías de venta al público.
- Venta de productos: una vez los productos colocados en las estanterías, se procederá a su venta.
- Cobro de ventas: normalmente los clientes pagan en el mismo momento en el que se hace la venta. Sin embargo, siempre se dan casos de clientes deudores o, como se ha comentado anteriormente, la posibilidad de que se realicen ventas a entidades públicas, las cuales realizarán el pago en un plazo de tiempo determinado.
- Se vuelve a primer paso del ciclo de explotación.

Una vez analizadas las diferentes actividades del ciclo de explotación, se pueden detectar las diferentes áreas o módulos en los que se puede dividir la empresa. Estas funciones son las mostradas en la Figura 17.

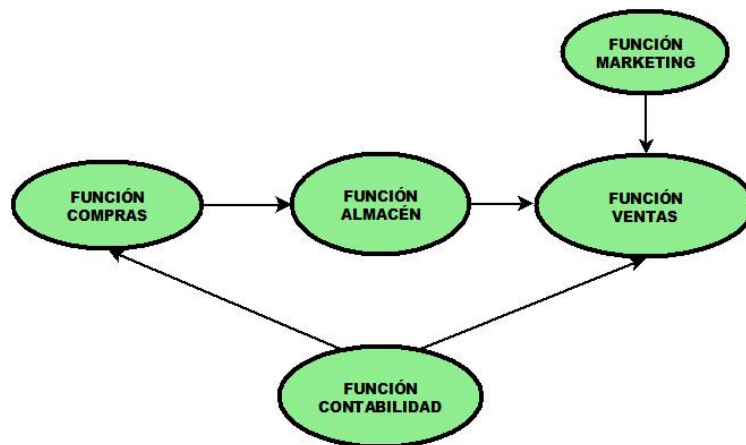


Figura 17. Áreas por funciones de AMBENI S.L.

En definitiva, AMBENI S.L. constará de las siguientes funciones:

- Función de compras: se encarga de la actividad relacionada con las compras de productos que se realicen al proveedor Imaginarium.
- Función almacén: será la encargada de la gestión de los productos desde que se descargan en el local hasta que el cliente los compra.
- Función de ventas: se encarga de la actividad relacionada con las ventas de productos que se realicen a los clientes.
- Función contabilidad: se encargará de registrar los hechos económicos, tanto de las compras como de las ventas.
- Función de marketing: como se ha comentado anteriormente, la publicidad es un factor explotable por AMBENI S.L. Esta función estará apoyando a la función de ventas.

## 5.5.- Contabilidad de la empresa con OPEN ERP

### 5.5.1.- Localización Española

Para poder trabajar con el programa OpenERP, lo primero que tenemos que hacer es descargarnos el software desde su página web. Como hemos comentado, es un sistema de gestión empresarial de código abierto, por lo que no se nos pedirá ninguna cuenta bancaria a la hora de adquirirlo. La URL dónde tendremos que entrar es: <http://www.openerspain.com/>. Una vez que estemos dentro del sitio web, debemos hacer click en el botón “Descargas” y elegir la opción de descarga “OpenERP All-in-One 6.0.3”.

Una vez elegida esta opción comenzará la descarga, que durará unos minutos. Tras la cual podremos comenzar con la instalación. Al igual que en casi todos los programas que normalmente tenemos en nuestro PC, OpenERP requiere de una instalación muy sencilla y en la que únicamente se debe seguir los pasos de las ventanas que va apareciendo.

Como ya hemos comentado en reiteradas ocasiones, OpenERP es un programa internacional de gestión de código abierto. Esto conlleva que las empresas de cada país tengan unas ciertas peculiaridades que tienen que ser definidas antes de empezar a trabajar. Mediante un intenso y extenso trabajo de la comunidad española de OpenERP se han diseñado una serie de módulos que se adaptan a las empresas españolas de forma estandarizada. No obstante, nosotros vamos a centrarnos en el ámbito de las Pymes españolas, y para estas también encontramos unos módulos específicos que facilitarán el trabajo diario con esta herramienta.

Para poder descargar estos módulos necesitamos ayudarnos de la plataforma Bazaar, por lo que lo primero que tendremos que hacer será descargarnos este software. Lo podemos encontrar en el siguiente enlace: <https://launchpad.net/bzr/2.5/2.5b3>

Una vez descargado e instalado Bazaar, tenemos que crear una carpeta en donde guardaremos los módulos que vamos a descargarnos. Para ello hacemos click en el botón “Iniciar un nuevo proyecto” y nos aparecerá una ventana en la cual tendremos que indicar la ruta donde deseamos crear la carpeta donde posteriormente se alojarán los módulos. Esto se puede apreciar con más claridad en la Figura 18.

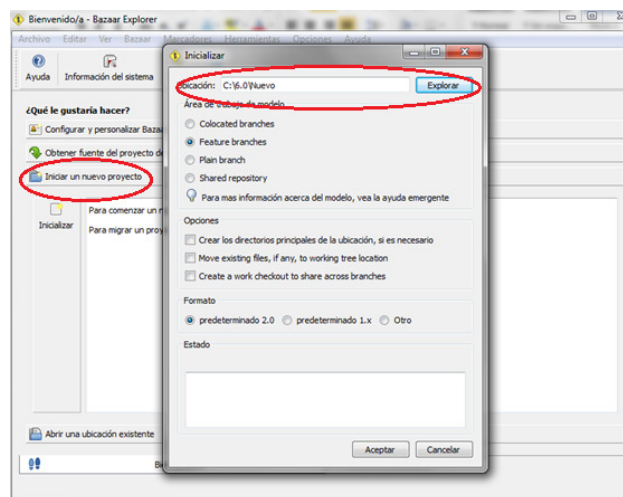


Figura 18. Ruta carpeta Bazaar.

Una vez que hemos dado al botón “Aceptar” se crea un nuevo proyecto creado con el mismo nombre que le hemos dado a la carpeta, en nuestro caso “Nuevo”. A continuación tenemos que pinchar en el botón “Obtener fuente del proyecto de otro lugar” para posteriormente pulsar sobre “Obtener”. Después de realizar esta rutina nos aparecerá una ventana en la que aparecen los siguientes campos:

- “Código de la rama”, en la que copiaremos la siguiente URL:  
<https://code.launchpad.net/~openerp-spain-team/openerp-spain/6.0>
- “Directorio local donde el árbol de trabajo será creado”: en este campo buscaremos la

Una vez los hemos rellenado, se pincha en “Aceptar” y comenzarán a descargarse los módulos.

Lo que hemos hecho ha sido descargarnos todos los módulos requeridos para la localización española. Ya de paso vamos también a descargarnos todos los módulos nuevos extranjeros. Esto se realiza de la misma manera con la única diferencia es que en el campo “Código de la rama” tendremos que pegar la siguiente URL: <https://code.launchpad.net/~openerp-commiter/openobject-addons/extra-6.0>

El siguiente paso por hacer es pasar los módulos descargados a una carpeta propia del OpelERP. Esta carpeta se localiza en donde hayamos instalado el programa, en “Server → Addons”. De la localización española pasaremos todos los módulos y de la otra carpeta pasaremos solamente los siguientes:

- Account\_renumber
- Account\_payment\_extension
- Account\_financial\_report
- Account\_refund\_original
- Account\_invoice\_currency
- Account\_balance\_reporting
- Nan\_account\_bank\_statement
- Nan\_account\_invoice\_sequence
- Base\_contact
- Product\_variant\_multi

Una vez llegado a este punto será necesario actualizar los módulos que queramos para nuestra empresa. Para ellos seguimos la siguiente rutina: “Administración → Módulos → Módulos”. Tal y como se muestra en la Figura 19.

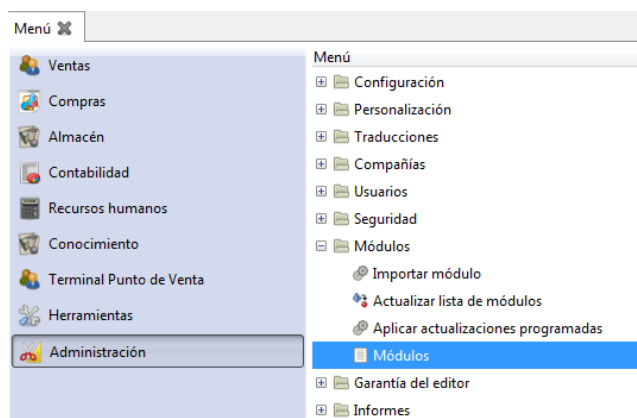


Figura 19. Actualización de módulos.

Los módulos que se recomienda instalar son los siguientes:

- “base\_contact”: la funcionalidad de este módulo radica en poder establecer más de una dirección y más de una persona tanto como para clientes como para proveedores. Buscamos el nombre del módulo en la lista que nos aparece y hacemos doble click

sobre él y nos aparecerá una ventana en la que tendremos que pinchar en el botón “Programar para instalación”, tal y como se muestra en la Figura 20.

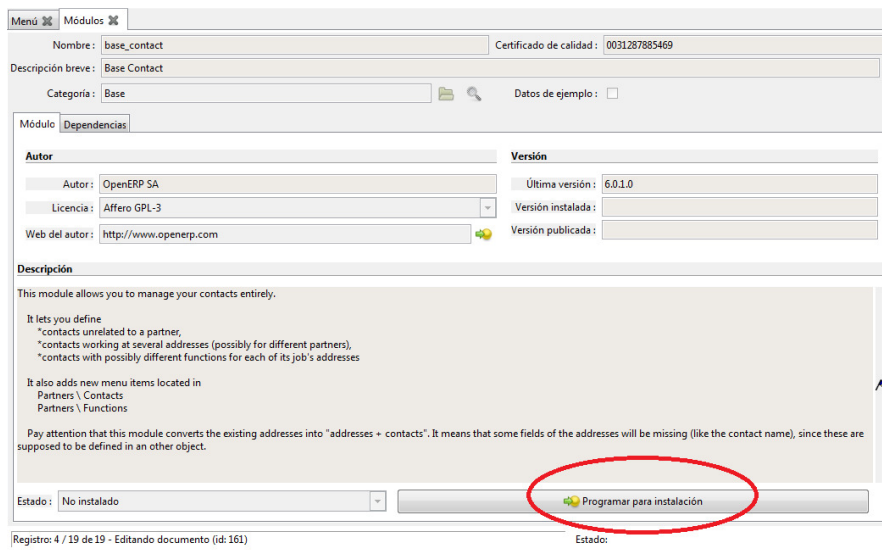


Figura 20. Instalación módulos.

Volvemos a la rutina “Administración → Módulos → Aplicar actualizaciones programadas → Iniciar actualización”, tal y como se muestra en la imagen. Estos pasos son los que hay que seguir para instalar el resto de módulos.

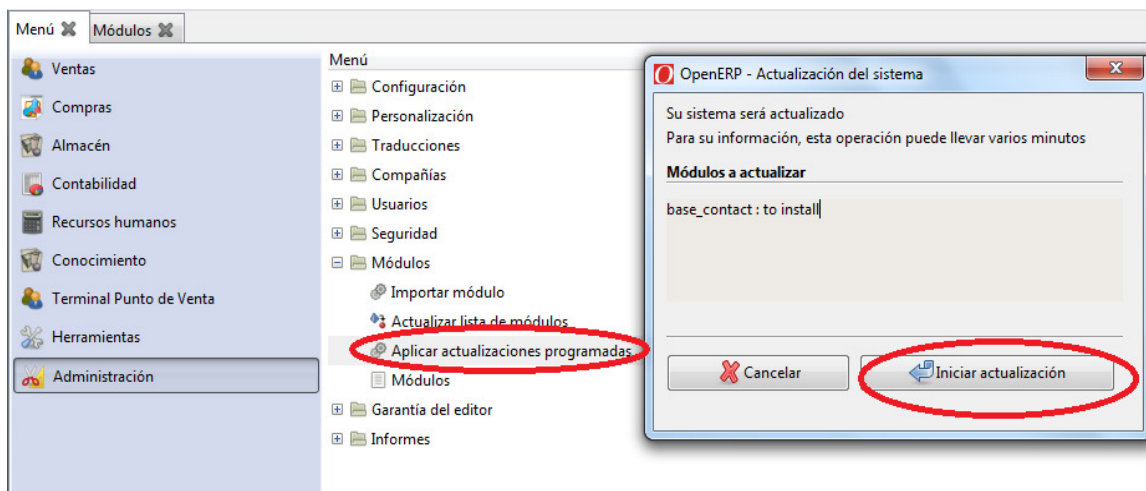


Figura 21. Actualización Módulos.

- “product\_variant\_multi”: la funcionalidad de este módulo radica en poder gestionar productos similares pero de diferentes modelos de manera más sencilla y no tener que crear un producto para cada modelo.
- “nan\_account\_invoice\_sequence”: trata aspectos relativos a la contabilidad.

- “l10n\_es\_pyme\_account”: es el módulo más importante, ya que nos va a permitir preparar nuestra contabilidad para una PYME.

### 5.5.1.- Puesta en marcha en la empresa

#### a) CONFIGURACIÓN INICIAL

Una vez que hemos instalado el OpenERP y actualizado su configuración en base a las peculiaridades de la Pyme española, procedemos a la configuración necesaria de la contabilidad que va a requerir AMBENI S.L.

El primer paso que haremos será crear el ejercicio contable del año 2012 con 12 periodos mensuales. Para ello seguiremos la rutina “Contabilidad → Configuración → Contabilidad Financiera → Periodos → Ejercicios Fiscales”, tal y como se muestra en la Figura 22.

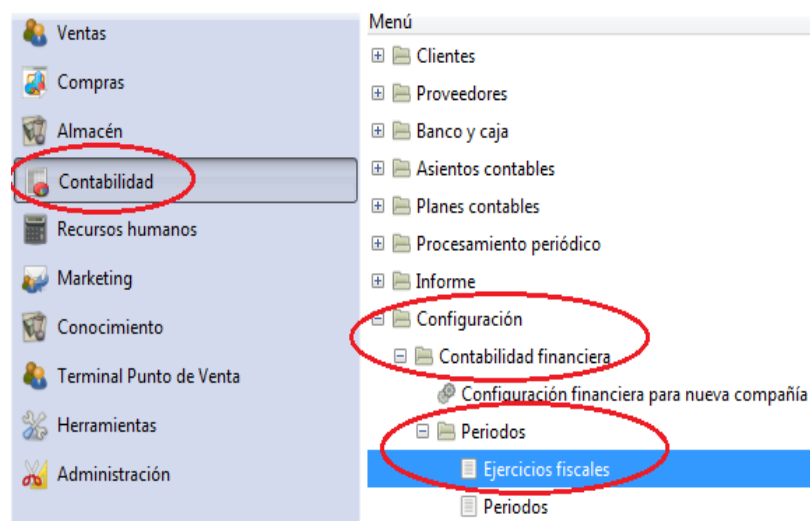


Figura 22. Creación Ejercicio Fiscal.

Una vez hecho esto nos aparecerá una ventana en la que tendremos que meter los datos necesarios para configurar el ejercicio fiscal que queremos crear. Rellenamos todos los campos y pinchamos en el botón “Crear periodos mensuales”.

Ejercicio fiscal: 2012 Código: 2012  
 Fecha inicial: 01/01/2012 Fecha final: 31/12/2012  
 Diario asientos cierre del ejercicio:

Periodos

Nombre del periodo	Código	Inicio del periodo	Fin de periodo	Periodo de apr	Estado
01/2012	01/2012	01/01/2012	31/01/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
02/2012	02/2012	01/02/2012	29/02/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
03/2012	03/2012	01/03/2012	31/03/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
04/2012	04/2012	01/04/2012	30/04/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
05/2012	05/2012	01/05/2012	31/05/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
06/2012	06/2012	01/06/2012	30/06/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
07/2012	07/2012	01/07/2012	31/07/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
08/2012	08/2012	01/08/2012	31/08/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
09/2012	09/2012	01/09/2012	30/09/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
10/2012	10/2012	01/10/2012	31/10/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
11/2012	11/2012	01/11/2012	30/11/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto
12/2012	12/2012	01/12/2012	31/12/2012	<input type="checkbox"/>	Abierto

Estados

Estado: Abierto Crear periodos mensuales Crear periodos trimestrales

Figura 23. Creación Periodos Mensuales.

Una vez creado el ejercicio, vamos a comprobar las cuentas creadas por defecto y adaptarlas a las necesidades de la empresa. Centrándonos en las cuentas financieras, modificaremos las cuentas de tesorería ya que las establecidas no son exactamente las utilizadas por nuestra empresa. Para ello abriremos el plan contable del ejercicio que acabamos de crear y nos aparecerán todas las cuentas tal y como podemos observar en la Figura 24. Las cuentas que vamos a modificar son: "Current", "Deposit" y "Cash", cuyos códigos son: "572001", "572002" y "572003".

Plan contable:2012

Código	Nombre	Debe	Haber	Saldo
1	Financiación Básica	0,00	0,00	0,00
2	Activo no corriente	0,00	0,00	0,00
3	Existencias	0,00	0,00	0,00
4	Acreedores y deudores por operaciones comerciales	0,00	0,00	0,00
5	Cuentas financieras	0,00	0,00	0,00
50	Empréstitos, deudas con características especiales y otras emisiones análogas a corto plazo	0,00	0,00	0,00
51	Deudas a corto plazo con partes vinculadas	0,00	0,00	0,00
52	Deudas a corto plazo por préstamos recibidos y otros conceptos	0,00	0,00	0,00
53	Inversiones financieras a corto plazo en partes vinculadas	0,00	0,00	0,00
54	Otras inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00
55	Otras cuentas no bancarias	0,00	0,00	0,00
56	Fianzas y depósitos recibidos y constituidos a corto plazo y ajustes por periodificación	0,00	0,00	0,00
57	Tesorería	0,00	0,00	0,00
570	Caja, euros	0,00	0,00	0,00
570000	Caja, euros	0,00	0,00	0,00
571	Caja, moneda extranjera	0,00	0,00	0,00
572	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	0,00	0,00	0,00
572000	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	0,00	0,00	0,00
572001	Current	0,00	0,00	0,00
572002	Deposit	0,00	0,00	0,00
572003	Cash	0,00	0,00	0,00
573	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, moneda extranjera	0,00	0,00	0,00
574	Bancos e instituciones de crédito, cuentas de ahorro, euros	0,00	0,00	0,00
575	Bancos e instituciones de crédito, cuentas de ahorro, moneda extranjera	0,00	0,00	0,00

Figura 24. Cuentas a personalizar.



Para poder modificarla debemos volver de nuevo al apartado de configuración del módulo de contabilidad y buscaremos estas cuentas.

Código	Nombre	Debe	Haber	Saldo pendiente	Tipo interno	Divisa de la compañía
572	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	0,00	0,00	0,00	Vista	€
572000	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€
572001	Current	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€
572002	Deposit	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€
572003	Cash	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€

Figura 25. Cuentas a personalizar.

Lo primero que haremos será borrar las cuentas creadas por defecto cuyos códigos son el 572000 (“Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros”) y el 572002 (“Deposit”), ya que no nos servirán de utilidad alguna. Lo siguiente que haremos será modificar la cuenta “Current”, otorgándole el nombre de CajaMurcia y a la cuenta “Cash” la denominaremos “Paypal”. La nueva situación quedaría tal y como se muestra en la Figura 26.

Código	Nombre	Debe	Haber	Saldo pendiente	Tipo interno	Divisa de la compañía
572	Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	0,00	0,00	0,00	Vista	€
572001	Caja Murcia	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€
572003	Paypal	0,00	0,00	0,00	Liquidez	€

Figura 26. Cuentas personalizadas.

Una vez hecho esto pasaremos a reconfigurar los diarios de contabilidad. Para ello, en la configuración del módulo de contabilidad, entraremos en el apartado “Diarios” y nos aparecerá una pantalla con una serie de diarios creados por el programa por defecto, tal y como podemos observar en la Figura 27.

Código	Nombre del diario	Tipo	Usuario
BNK1	Current	Banco y cheques	Administrator
BNK2	Deposit	Banco y cheques	Administrator
BNK3	Cash	Efectivo	Administrator
ECNJ	Purchase Refund Journal	Abono de compra	Administrator
EXJ	Purchase Journal	Compra	Administrator
SAJ	Sales Journal	Venta	Administrator
SCNJ	Sales Refund Journal	Abono ventas	Administrator
STJ	Stock Journal	General	Administrator

Figura 27. Diarios a personalizar.

Lo que tendremos que realizar en este momento será la personalización de los libros diarios. El primero que vamos a modificar es el correspondiente al banco que hemos establecido en la cuenta anterior (Caja Murcia). Para ello seleccionamos el diario "Current" y le cambiamos el nombre, imponiéndole el nombre de "CajaMurcia" y establecemos que tanto la cuenta deudora como la cuenta del haber sea la "572001 Caja Murcia".

The screenshot shows the configuration page for a journal. At the top, the journal name is 'CajaMurcia', the code is 'BNK1', and the type is 'Banco y cheques'. Below this, there are several sections:

- Cuentas:** Both the default debit account and the default credit account are set to '572001 Caja Murcia'.
- Compañía:** The user is set to 'Administrator'.
- Vista de diario:** The view is set to 'Bank/Cash Journal View'.
- Validaciones:** There is a checkbox for 'Comprobar fecha no está en el periodo' which is currently unchecked.
- Otra configuración:** There are checkboxes for 'Homólogo centralizado' and 'Omitir estado 'Borrador' para asientos manuales.', both of which are unchecked.
- Datos facturación:** There is a checkbox for 'Agrupar líneas de factura' which is unchecked.
- Secuencia:** The sequence of the entry is set to 'Bank Journal Current'.

Figura 28. Modificación Diario Current.

El siguiente diario que modificaremos será el denominado como “Purchase Refund Journal”, al cual lo denominaremos “Abono de compras” y estableceremos tanto como cuenta deudora como cuenta del haber la cuenta “600000 Compra de Mercaderías”.

The screenshot shows a software interface for modifying a journal. The 'Nombre del diario' field is set to 'Abono de compra', 'Código' is 'ECNU', and 'Tipo' is 'Abono de compra'. Under 'Cuentas', both 'Cuenta deudora por defecto' and 'Cuenta haber por defecto' are set to '600000 Compras de mercaderías'. The 'Vista de diario' is set to 'Sale/Purchase Refund Journal View'. Other fields include 'Compañía', 'Validaciones', 'Datos facturación', 'Otra configuración', and 'Secuencia'.

**Figura 29. Modificación Diario Purchase Refund Journal.**

Al diario con nombre “Cash” lo denominaremos “Efectivo” y le estableceremos la cuenta “570000 Caja, euros” tanto para la cuenta del haber como para la cuenta del debe. También modificaremos su código pasando a ser “EFECT”.

En cuanto al diario “Purchase Journal”, lo renombraremos denominándole “Diario de Compras” y establecemos que tanto la cuenta deudora como la cuenta del haber sea la “600000 Compra de mercaderías”.

Al diario “Sales Journal”, le otorgaremos el nuevo nombre de “Diario de Ventas” y establecemos que tanto la cuenta deudora como la cuenta del haber sea la “700000 Ventas de mercaderías en España”.

Al diario “Sales Refund Journal”, le otorgaremos el nuevo nombre de “Abono de Ventas” y establecemos que tanto la cuenta deudora como la cuenta del haber sea la “700000 Ventas de mercaderías en España”.

Al diario “Stock Journal”, le otorgaremos el nuevo nombre de “Movimientos de Stock”.

Por último crearemos dos nuevos diarios. Uno que tenga relación con la cuenta Paypal de la empresa. Este nuevo diario tendrá las características que se pueden observar en la Figura 30.

Menú Diarios

Nombre del diario: **Paypal** Código: **PAY** Tipo: **Banco y cheques**

Información general | Controles de asiento | Terminal Punto de Venta

**Cuentas**

Cuenta deudora por defecto: **572003 Paypal**

Cuenta haber por defecto: **572003 Paypal**

**Vista de diario**

Modo de visualización: **Bank/Cash Journal View**

**Validaciones**

Comprobar fecha no está en el periodo:

**Datos facturación**

Agrupar líneas de factura:

**Compañía**

Usuario: **Administrator**

Divisa:

Diario analítico:

**Otra configuración**

Homólogo centralizado:

Omitir estado 'Borrador' para asientos manuales.:

**Secuencia**

Secuencia del asiento:

Figura 30. Diario Paypal.

El segundo diario que crearemos será el Diario General, que tendrá las características que se muestran en la Figura 31. Es importante que en este diario señales la opción de permitir la cancelación de asientos. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de que si no equivocamos al introducir un asiento, no podamos borrarlos.

Nombre del diario: **General** Código: **GRAL** Tipo: **General**

Información general | Controles de asiento | Terminal Punto de Venta

**Cuentas**

Cuenta deudora por defecto:

Cuenta haber por defecto:

**Vista de diario**

Modo de visualización: **Journal View**

**Validaciones**

Comprobar fecha no está en el periodo:

**Datos facturación**

Agrupar líneas de factura:

**Compañía**

Usuario: **Administrator**

Divisa:

Diario analítico:

**Otra configuración**

Homólogo centralizado:

Omitir estado 'Borrador' para asientos manuales.:

**Permitir cancelación de asientos:**

**Secuencia**

Secuencia del asiento: **Account Journal**

Figura 31. Diario General.

Una vez personalizados todos los diarios, nos quedará la venta de “Diarios” de la forma como aparece en la Figura 32.

Código	Nombre del diario	Tipo	Usuario
BNK1	CajaMurcia	Banco y cheques	Administrator
ECNJ	Abono de compra	Abono de compra	Administrator
EFFECT	Efectivo	Efectivo	Administrator
EXJ	Diario de compras	Compra	Administrator
GRAL	General	General	Administrator
PAY	Paypal	Banco y cheques	Administrator
SAJ	Diario de Ventas	Venta	Administrator
SCNJ	Abono de ventas	Abono ventas	Administrator
STJ	Movimientos de Stock	General	Administrator

Figura 32. Diarios Personalizados.

Ahora procederemos a revisar la contabilidad analítica. Esto lo realizaremos desde el apartado “Contabilidad Analítica”, en la configuración del módulo de Contabilidad.

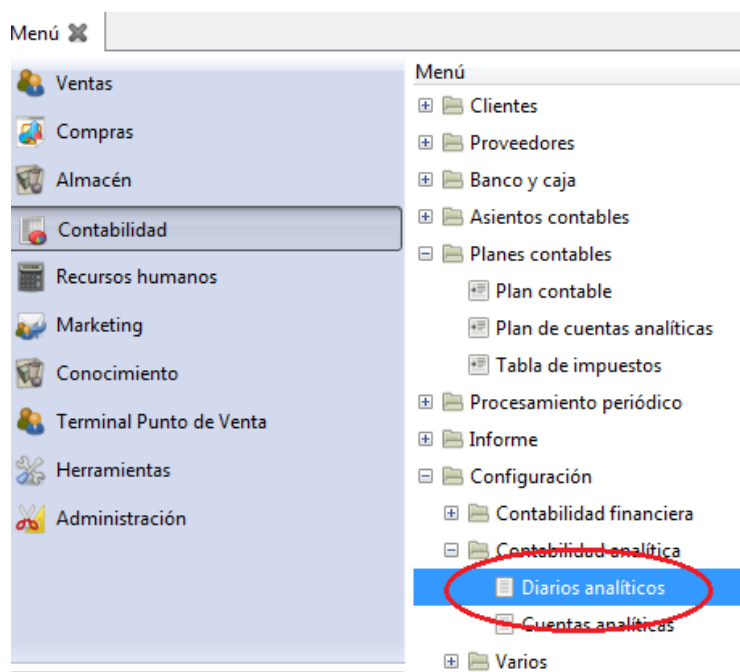


Figura 33. Diarios Analíticos.

Lo que haremos será crear un diario analítico para compras y otro de ventas con el fin de analizar los costes e ingresos que genera la empresa. Estos diarios tendrán las características que se muestran en la Figura 34.

The image shows two identical-looking configuration windows for 'Diarios analíticos'. Each window has a title bar with 'Menú' and 'Diarios analíticos'. The first window is for 'Ventas' (Sales), with 'Nombre del diario' set to 'Ventas', 'Código diario' empty, 'Tipo' set to 'Venta', and 'Activo' checked. The second window is for 'Compras' (Purchases), with 'Nombre del diario' set to 'Compras', 'Código diario' empty, 'Tipo' set to 'Compra', and 'Activo' checked.

Figura 34. Diarios Analíticos de Ventas y Compras.

### INTRODUCCIÓN DEL BALANCE DE SITUACIÓN

Una vez que hemos configurado el módulo de contabilidad de nuestra base de datos en función de las necesidades de AMBENI S.L., lo que hacemos es actualizar los datos contables de la misma. Para ello introduciremos el balance de situación de la empresa al cierre del ejercicio del año 2011. Debido a que no ha sido posible hacer público el balance de 2011 de AMBENI S.L. debido a restricciones legales, se simulará un balance ficticio al que, posteriormente, se le aplicarán diferentes registros contables reales de la empresa a modo de ejemplo. El balance que vamos a utilizar de ejemplo es el mostrado en la Figura 35 que tal y como podemos comprobar, está cuadrado.

CUENTAS SALDO DEUDOR	IMPORTE	CUENTAS SALDO ACREEDOR	IMPORTE
Terrenos y bienes naturales	5500	Capital Social	56550
Construcciones	10000	Reserva Legal	26000
Propiedad Industrial	8000	Reservas Voluntarias	5600
Aplicaciones informáticas	4000	Resultado del Ejercicio	8500
Elementos de transporte	18000	AA Inmovilizado Intangible	1000
Equipos para procesos de información	5000	AA Inmovilizado Material	6500
Mercaderías	42000	Deterioro de valor de las mercaderías	1200
Clientes	9600	Proveedores	15200
Efectos comerciales en cartera	7200	Deterioro de valor de créditos por operaciones comerciales	450
Anticipos de remuneraciones	700		
Caja, euros	1200		
Banco, euros	9800		

Figura 35. Balance utilizado.

Para introducir el balance debemos crear un asiento de apertura donde iremos registrando cada uno de los registros que componen este balance. Esto se hará siguiendo la rutina “Contabilidad → Asientos Contables → Asientos Contables” y pinchando en el icono “Nuevo”. Las características que tendrá este asiento serán las que se muestran en la Figura 36.

**Figura 36. Asiento Apertura.**

Una vez creado el Asiento de Apertura, lo que tenemos que hacer es registrar los apuntes contables de los que se compone el Balance. El primer apunte que tenemos es el de “Terrenos y bienes naturales”, por valor de 5500 euros. Haciendo “Click” en el icono “Nuevo” nos aparecerá una línea en la que tenemos que introducir las características de este apunte. Esto se muestra en la Figura 37. En esta misma figura podemos observar como el total del DEBE es de 5.500 € mientras que el total del HABER es de 0 €, por lo que se nos indica que el estado del asiento en este momento es “Descuadrado”.

Referencia	Factura	Nombre	Empresa	Cuenta	Fecha vencimiento	Debe	Haber	Cuenta analítica	Importe divisa	Divisa	Cuenta impuesto	Importe impuestos/base	Estado
Asiento de Apertura				210000		5500,00	0,00		0,00			0,00	Descuadrado

Total Credit: 0,00    Total Debit: 5500,00

**Figura 37. Asiento Apertura descuadrado.**

Si seguimos introduciendo todos los apuntes contables que hemos mostrado anteriormente en el balance de situación, el Asiento de Apertura nos quedará tal y como se muestra en la Figura 38. Como se puede observar, el total del DEBE tiene el mismo valor económico que el total del HABER, por lo que en este momento el asiento sí que se encuentra cuadrado.

Referencia	Factura	Nombre	Empresa	Cuenta	Fecha vencimiento	Debe	Haber	Cuenta analítica	Importe	divisa	
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	210000		Terrenos y bienes naturales		5500,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	211000		Construcciones		10000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	203000		Propiedad industrial		8000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	206000		Aplicaciones informáticas		4000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	218000		Elementos de transporte		18000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	217000		Equipos para proceso de información		5000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	300000		Mercaderías A		42000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	430000		Clientes (euros)		96000,00	0,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	431000		Efectos comerciales en cartera		7200,00	0,00		0,00		
Total Credit: 121000,00						Total Debit: 121000,00					

Estado:

Figura 38. Asiento Apertura cuadrado.

En este momento el asiento se encuentra en estado “Borrador”, es decir, no se encuentra aun asentado. Para asentarlo debemos hacer “Click” en “Aprobar” y su estado pasará a “Asentado”.

Referencia	Factura	Nombre	Empresa	Cuenta	Fecha vencimiento	Debe	Haber	Cuenta analítica	Importe	divisa	
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	490000		Deterioro de valor de créditos por operaciones comerciales		0,00	450,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	400000		Proveedores (euros)		0,00	15200,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	390000		Deterioro de valor de las mercaderías		0,00	1200,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	281900		Amortización acumulada de otro inmovilizado material		0,00	6500,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	680000		Amortización del inmovilizado intangible		0,00	1000,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	129000		Resultado del ejercicio		0,00	8500,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	113000		Reservas voluntarias		0,00	5600,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	112000		Reserva Legal		0,00	26000,00		0,00		
Asiento de Apertura	Asiento de Apertura	100000		Capital social		0,00	56550,00		0,00		
Total Credit: 121000,00						Total Debit: 121000,00					

Estado:

Figura 39. Asiento Apertura asentado.

Si nos vamos a la lista de los “Asientos Contables”, observamos cómo, efectivamente, el asiento de apertura ha quedado asentado.



Número	Referencia	Fecha	Periodo	Diario	Empresa	Importe	A revisar	Estado
1	Asiento de Apertura	15/07/2012	01/2012	General		121000,00	<input type="checkbox"/>	Asentado

Figura 40. Comprobación Asiento Apertura asentado.

## INTRODUCCIÓN ASIENTOS CONTABLES

A modo de ejemplo, vamos a introducir dos asientos contables reales a partir de dos actividades empresariales realizadas por AMBENI S.L. El primero de los movimientos hace referencia a una compra de productos a su proveedor, Imaginarium. Es decir, una compra de mercaderías. El segundo de los movimientos se refiere al pago de una nómina. Tanto la factura como la nómina pueden observarse con más detalle en el Anexo I y Anexo II respectivamente.

En cuanto al asiento correspondiente con la factura de compras de mercaderías, se creará un nuevo asiento contable al que le denominaremos “Compra de Mercaderías”, que corresponderá al Diario de Compras. Como se puede observar en la factura, este movimiento corresponde al día 2 del mes de mayo. Estas características se pueden apreciar con mayor claridad en la Figura 41.

Menú	Asientos contables	Número: /	Referencia: <u>Compra de Mercaderías</u>	A revisar: <input type="checkbox"/>
Diario: <u>Diario de compras</u>	Periodo: 05/2012	Fecha: <u>02/05/2012</u>		

Figura 41. Asiento Compra de Mercaderías.

Una vez creado el asiento, procedemos a registrar los apuntes contables del mismo. Como podemos observar en la última página de la factura de compra al proveedor, existen una compra de mercaderías por un total de 2.234,45 € con un IVA soportado del 18% y una compra de mercaderías por valor de 137,44 € con un IVA soportado del 4%. Siguiendo el mismo procedimiento de registro de apuntes contables que hemos realizado a la hora de crear el asiento de apertura, nos quedaría dicho asiento de la forma en la que se muestra en la Figura 42 Observamos como ya ha sido asentado debido a que ha sido cuadrado correctamente (el total del DEBE es igual al total del HABER).

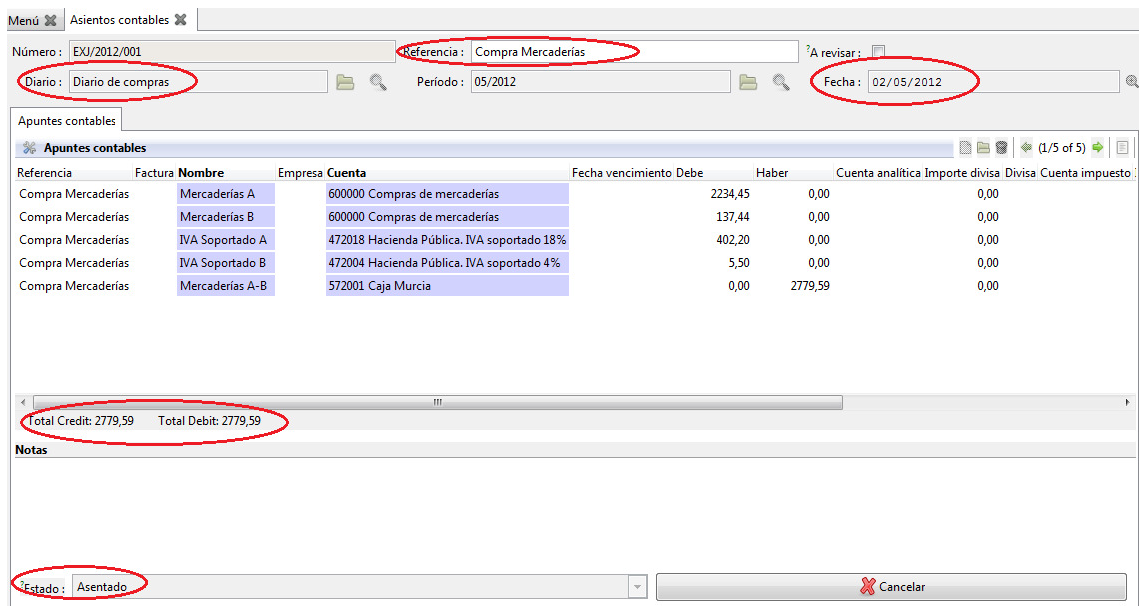


Figura 42. Asiento Compra de Mercaderías asentado.

En este momento, si miramos la lista de asientos, nos aparecerá que existen dos asientos. Uno es el asiento de apertura creado anteriormente y otro es el asiento referente a la compra de productos que se ha realizado a Imaginarium.

Número	Referencia	Fecha	Periodo	Diario	Empresa	Importe	A revisar	Estado
EXU/2012/001	Compra Mercaderías	02/05/2012	05/2012	Diario de compras		2779,59	<input type="checkbox"/>	Asentado
1	Asiento de Apertura	15/07/2012	01/2012	General		121000,00	<input type="checkbox"/>	Asentado

Figura 43. Comprobación Asiento Compra de Mercaderías asentado.

En cuanto al asiento referente al pago de la nómina, se seguirá el mismo procedimiento; se creará un nuevo asiento al que denominaremos "Nómina". Observamos que el documento de la nómina (ANEXO II) tiene una fecha de antigüedad de Junio del 2011. Para ajustarlo más a la realidad vamos a suponer que es la nómina de Junio de este año. Las características del asiento se pueden comprobar en la Figura 44.

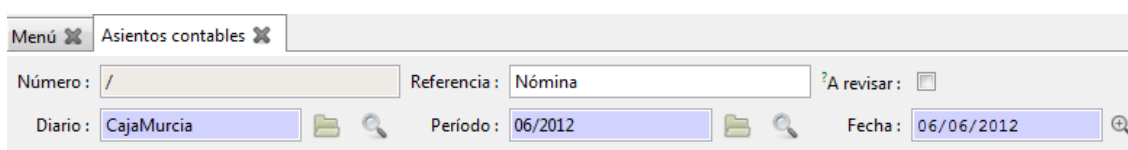


Figura 44. Asiento Nómina.

Para realizar el asiento de la nómina, primero analizaremos los apuntes contables en los que se subdivide. En cuanto a los registros del debe tenemos:

- Sueldos y salarios: por un valor de 464,85 €.
- Seguridad Social a cargo de la empresa: el valor de este apunte corresponde al 15% del sueldo bruto. Es decir, tendrá una cuantía económica de 69,73 €.

En cuanto a los registros del haber tenemos:

- IRPF: el valor de este apunte corresponde al 2% del sueldo bruto. Es decir, tendrá una cuantía económica de 9,30 €.
- Organismo de la SS acreedores: este apunte estará formado por la suma de la SS a cargo del empleado (que como se puede comprobar en la nómina, le corresponde un valor de 29,75 €) y la SS a cargo de la empresa (recordamos que tenía un valor de 69,73 €). Es decir, tendrá una cuantía económica de 99,48 €.
- Sueldo Neto: como observamos en la nómina, este apunte tendrá una cuantía económica de 425,80 €.

Este nuevo asiento contable lo podemos observar en la Figura 45.

Referencia	Factura	Nombre	Empresa	Cuenta	Fecha vencimiento	Debe	Haber	Cuenta analítica	Importe	divisa	Divisa	Cuenta impu
Nómina		Sueldo Bruto		640000 Sueldos y salarios		464,85	0,00		0,00			
Nómina		Seguridad Social		642000 Seguridad Social a cargo de la empresa		69,73	0,00		0,00			
Nómina		Seguridad Social		476000 Organismos de la Seguridad Social, acreedores		0,00	99,48		0,00			
Nómina		IRPF		640000 Sueldos y salarios		0,00	9,30		0,00			
Nómina		Sueldo Neto		640000 Sueldos y salarios		0,00	425,80		0,00			

Total Credit: 534,58    Total Debit: 534,58

Estado: Asentado    Cancelar

Figura 45. Asiento Nómina asentado.

En este momento, si miramos la lista de asientos, nos aparecerá que existen 3 asientos. Uno es el asiento de apertura creado inicialmente, otro es el asiento referente a la compra de productos que se ha realizado a Imaginarium y el tercer asiento corresponde al pago de la nómina al empleado.

Número	Referencia	Fecha	Período	Diario	Empresa	Importe	A revisar	Estado
2	Nómina	06/06/2012	06/2012	CajaMurcia		534,58	<input type="checkbox"/>	Asentado
EXJ/2012/001	Compra Mercaderías	02/05/2012	05/2012	Diario de compras		2779,59	<input type="checkbox"/>	Asentado
1	Asiento de Apertura	15/07/2012	01/2012	General		121000,00	<input type="checkbox"/>	Asentado

**Figura 46. Comprobación Asiento Nómina asentado.**

## 6.- CONCLUSIONES

---

El objetivo principal del proyecto de investigación que se está llevando a cabo a través del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad politécnica de Cartagena es el diseño e implantación de un sistema de gestión empresarial en una pyme. Cabe destacar que se trata de un proyecto conjunto que aún no ha finalizado.

En lo que respecta a este trabajo fin de carrera, como ya se ha comentado en el desarrollo de la memoria, nos hemos centrado en el ámbito contable que afectará a la empresa colaboradora. Los objetivos que la empresaria de AMBENI S.L. perseguía en este ámbito eran principalmente dos:

- Objetivo económico. Este aspecto es fundamental debido a que actualmente, AMBENI S.L. tiene contratado a un contable externo que le lleva toda la contabilidad, suponiendo esto supone un coste económico mensual. Gracias a la utilización de esta herramienta, la empresaria ha podido erradicar este gasto a favor de obtener unos mayores beneficios mensuales.
- Objetivo estratégico. Otro de los objetivos que la empresaria perseguía era poder controlar de una manera más efectiva los ingresos y costes de su negocio. Gracias a poder controlar ella misma los registros contables de su compañía, ha mejorado el control que tenía sobre la marcha de su empresa, ayudando esto a la toma de decisiones estratégicas.

Sin embargo, para conseguir estos resultados nos hemos encontrado con diferentes dificultades que hemos tenido que superar en la medida de lo posible. El primer y principal problema ha sido el tiempo. Para implantar y poner en marcha una herramienta de este tipo en una empresa de tamaño medio, los profesionales requieren de media entre seis y doce meses. En nuestro caso se firmó un acuerdo de colaboración de seis meses de duración y, como ya hemos dicho, aun no se ha terminado la puesta en marcha del software.

Otra de las dificultades encontradas para poder trabajar son las referidas a las restricciones impuestas sobre AMBENI S.L. por la empresa Imaginarium. De todas estas restricciones destacaría el no poder trabajar con el ordenador que se usa de terminal punto de venta. Esto es un contratiempo, ya que en ese ordenador ni se ha podido instalar el OpenERP ni se puede exportar información. La herramienta de gestión se ha tenido que instalar en el ordenador que hace la función de servidor, por lo que los datos referentes a las ventas deben introducirse en el programa de forma manual.

La última dificultad encontrada que debo mencionar se refiere a los escasos conocimientos sobre contabilidad que poseía al comenzar el proyecto. Proceder de una rama tan técnica como es una ingeniería me ha supuesto un obstáculo a la hora de desenvolverme en un ámbito más teórico como es la gestión contable. Por otra parte, el centrar el proyecto fin de carrera en un ámbito que desconocía casi por completo, me ha supuesto un reto a la vez que

una oportunidad de adquirir unos conocimientos que en el ámbito empresarial son realmente útiles e importantes.

Pero el proyecto de investigación no concluye con la entrega de este trabajo fin de carrera. Como ya hemos dicho, se pretende seguir trabajando en colaboración con AMBENI S.L. para dejar encaminada las líneas futuras de la sociedad en el ámbito de la gestión empresarial. La empresaria nos comentó la posibilidad de dejarle la herramienta preparada para, por si en el futuro se propone crear un nuevo negocio, poder llevar la gestión de ambas empresas con una misma herramienta.

Gracias a las conclusiones y, sobre todo, experiencia que se ha podido obtener tras realizar este trabajo, se espera que este proyecto de investigación pueda servirnos como una salida profesional que nos abra una puerta en el mundo laboral. En definitiva, la conclusión de este trabajo es considerada por el grupo de investigación como el comienzo de un ilusionante proyecto en el que se han basado muchas esperanzas de cara al futuro.

# ANEXO I.- FACTURA COMPRA



Nº factura/Invoice Nº: [REDACTED]  
 Nº albarán/delivery note Nº: [REDACTED]  
 Nº pagina/Page Nº: 1  
 Fecha/Date: 02/05/12  
 Nº Almacén/Client Nº: [REDACTED]  
 Divisa/Currency: EUR

AMBENI, S.L.  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 MURCIA  
 ESPAÑA  
 [REDACTED]

Incoterm:  
 Foreign Trade Agreement  
 Nº Envío/Shipping No. [REDACTED]

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
84289 18514457	summerBaby TEDDY	6	1,165	6,99
84289 18514426	summerBerry NEMO	6	1,165	6,99
84289 18514402	summerBaby RASTRELLO	12	1,375	16,50
84289 18513412	summerBerry RASTRELLO	5	1,841	9,21
84289 18513344	SummerBerry FLOSI SET	2	9,299	18,60
84289 18513337	SummerBerry VISION	2	6,036	12,07
84289 18513139	trvl ORGANIZER BLUE	1	32,604	32,60
84289 18512910	natural BRICO-AIRCRAFT	2	6,036	12,07
84289 18512880	natural BRICO-RACER	4	6,036	24,14
84289 18512446	natural BRICO-DO	2	11,629	23,26
84289 18506728	babymusic IRIS-ROLL	6	1,841	11,05
84289 18503758	stickys CATS	3	0,909	2,73
84289 18503666	KicoNico CLAKI BLUE	4	4,172	16,69
84289 18501402	natural SERPEZDO	4	0,909	3,64
84289 18499501	budkins JESSICA PIRATE GIRL	3	3,705	11,12
84289 18499495	budkins JACOB THE PIRATE	3	3,705	11,12
84289 18497590	SAC-BED FAIRIES	1	23,699	23,70
84289 18497514	factory FELT-DOLLY	4	6,036	24,14
84289 18497494	Let's Play BENDOMINO	2	9,299	18,60
84289 18494261	chic natural CUORE	6	4,638	27,83
84289 18494186	area MÁGICA	4	9,299	37,20
84289 18494148	factory COLOR AMANDA	4	8,367	33,47
84289 18494087	factory COSTURA KIT	2	9,299	18,60
84289 18493875	Let's Play TOWER	2	6,036	12,07
84289 18491857	TOTO CLOWN	3	9,299	27,90
84289 18487119	flosi JR. MARINO	6	3,705	22,24
84289 18487102	flosi BABY MARINO	6	3,705	22,24
84289 18486853	SummerOcean KUBO transparent	4	3,705	14,82
9788497906299	SR. RATONCITO PEREZ	2	8,964	17,93
84289 18485764	blob-blob PIPE	2	1,841	3,68
84289 18483467	flosi BABY-COMFORT I	4	9,299	37,20
84289 18483470	flosi BABY-COMFORT II	4	9,299	37,20
84289 18482886	sole... EXTREME	1	10,697	10,70
84289 18482879	sole... STREET RACE	1	10,697	10,70
84289 18482855	sole... GEORGIO	1	10,697	10,70
Suma/Continued				629,70

Forma pago/Payment Terms: Pago por giro  
 Fecha Vencimiento/Due date: 05/06/12



Nº factura/Invoice Nº [REDACTED]  
 Nº albarán/delivery note Nº [REDACTED]  
 Nº página/Page Nº 2  
 Fecha/Date 02/05/12  
 Nº Almacén/Client Nº [REDACTED]  
 Divisa/Currency EUR

AMBENI, S.L.  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 MURCIA  
 ESPAÑA  
 [REDACTED]

Incoterm  
 Foreign Trade Agreement  
 Nº Envío/Shipping No. [REDACTED]

Suma/Continued ..... 629,70

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
8428918482848	sole... GIORGINA	1	10,697	10,70
8428918481230	MY MP3 4GB BLUE	1	13,96	13,96
8428918479770	ESA GYROSCOPE	4	4,638	18,55
8428918479695	AIR SET Beep-Beep	4	6,036	24,14
8428918471811	chic TUBE BLUE	6	3,706	22,24
8428918471804	chic TUBE PINK	6	3,706	22,24
8428918466726	NP MERCATO CHANGE (37065)	4	2,773	11,09
8428918467104	BABY SCOOTER	1	18,621	18,62
8428918467098	CANDY BABY SCOOTER	1	18,621	18,62
8428918466763	fanta color TECNO	3	9,299	27,90
8428918466671	fanta color MIX 300 PCS	3	8,367	25,10
8428918457860	claki CLINK	4	8,367	33,47
8428918456030	gol FUNNY PETS	12	0,909	10,91
9788497806650	PIEDRA A PIEDRA EDICION LIMIT	2	8,964	17,93
9788497806520	JUGANDO CON PINZAS-LIMITED ED	2	8,964	17,93
9788497805483	MAM!!!!!!	2	6,32	12,64
9788497805469	POP-UP ROSETTA	1	7,906	7,91
8499088439109	babymusic XILD	2	9,299	18,60
8499735438660	In & On MULTIANIMAL	2	13,028	26,06
8499588428384	stamp a MINI COLDR	12	0,443	5,32
8499886401506	BARCO PIRATA / PIRATE'S BOAT	1	30,273	30,27
8499622371902	sporting ROLLING KID	2	13,96	27,92
8499964370731	stamp a ABC	6	1,375	8,25
9788497804073	SENTIMIENTOS	2	3,675	7,35
8499493359993	creat PLASTIKA 13	3	4,172	12,52
4005086160927	FD TIBURÓN BLANCO / WHITE SHAR	5	5,57	27,85
9788496824288	LA CANCIÓN DEL PIRATA	4	4,733	18,93
1900234000014	STAMPA IMABAG	12	1,375	16,50
8428918579180	100 COLOUR BALLS	2	9,299	18,60
8428918576523	MY MUSIC PLAYER DUO	2	23,282	46,56
8428918575472	green forest DRUGUITA	8	0,909	7,27
8428918575468	green forest BEE	8	0,909	7,27
9788497807609	EL GATO CON BOTAS. Kolero	2	8,964	17,93

Suma/Continued ..... 1.240,85

Forma pago/Payment Terms Pago por giro  
 Fecha Vencimiento/Due date 05/06/12





Nº factura/Invoice Nº: [REDACTED]  
 Nº albarán/delivery note Nº: [REDACTED]  
 Nº pagina/Page Nº: 3  
 Fecha/Date: 02/05/12  
 Nº Almacén/Client Nº: [REDACTED]  
 Divisa/Currency: EUR

AMBENI, S.L.  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 MURCIA  
 ESPAÑA  
 [REDACTED]

Incoterm:  
 Foreign Trade Agreement  
 Nº Envío/Shipping No. [REDACTED]

Suma/Continued ..... 1,240,85

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
84299 18573324	blob-blob MULTIEJECT	6	4,638	27,83
84299 18572983	natural MIKADO	3	2,307	6,92
84299 18572228	CONSTRU-MAGIC-MAIZ	4	6,036	24,14
84299 18570866	SHARK FRESH	4	0,909	3,64
84299 18570521	SummerOcean BOWLING	2	6,968	13,94
84299 18570439	SummerOcean BUILD & CIA	2	6,968	13,94
84299 18570422	SummerOcean FERRY	4	6,968	27,87
84299 18570392	SummerOcean PALA	5	1,841	9,21
84299 18570385	SummerOcean TRIDENTE	10	1,841	18,41
84299 18570378	SummerOcean PUMP	2	3,706	7,41
84299 18570064	SummerBaby FRESH-FLASH	6	3,239	19,43
84299 18570040	SummerBerry KUBO pink	4	3,706	14,82
84299 18570033	SummerBerry KUBO red	4	3,706	14,82
84299 18569990	SummerBerry MAXISAC	6	9,299	55,79
84299 18569341	MAGNETO EDU-CLOCK	1	8,367	8,37
84299 18569006	TUBI SAXO-TROMPET	3	6,036	18,11
84299 18566269	BabiPOTTY BAGS	1	0,909	0,91
84299 18565972	PUZZLE ANTENO	3	9,299	27,90
84299 18565528	MULTIACTIVITY BABY DRIVER	2	18,621	37,24
9789467807388	CD+Libro CANCIONES Y JUEGOS DE	2	5,262	10,52
84299 18562162	natural PIM-PAM-PUM	2	9,299	18,60
84299 18561620	stampa PINTA-TINTA XL green	2	1,375	2,75
84299 18561483	stampa PINTA-TINTA XL yellow	2	1,375	2,75
84299 18561315	GARAGE Beep-Beep	2	13,028	26,06
84299 18549336	BabiPotty TRAVEL SET	1	6,968	6,97
5710340003054	FLEXIBATH	1	23,699	23,70
84299 18543667	RUBBER-SQUIRT ANIMALS	4	0,909	3,64
84299 18543582	DENTI-SET CHILD	6	3,706	22,24
84299 18543407	PIRATE PLAY SET	2	6,968	13,94
84299 18541484	HOBBY MINIQUIZ	6	0,443	2,66
84299 18540180	chic natural SPRING	6	5,57	33,42
84299 18540166	factory FELT CLOCK	4	6,036	24,14
84299 18539788	CUBO 4X4 COLDR	10	1,375	13,75

Suma/Continued ..... 1,796,69

Forma pago/Payment Terms: Pago por giro  
 Fecha Vencimiento/Due date: 05/06/12



Nº factura/Invoice Nº: [REDACTED]  
 Nº albarán/delivery note Nº: [REDACTED]  
 Nº página/Page Nº: 4  
 Fecha/Date: 02/05/12  
 Nº Almacén/Client Nº: [REDACTED]  
 Divisa/Currency: EUR

AMBENI, S.L.  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 MURCIA  
 ESPAÑA  
 CIF/NIF: [REDACTED]

Incoterm:  
 Foreign Trade Agreement  
 Nº Envío/Shipping No.: [REDACTED]

Suma/Continued ..... 1,796,69

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
84289 18537357	natural puzzle MAGNETO-FISH	2	6,968	13,94
84289 18537333	natural puzzle ANIMAL	2	4,638	9,28
84289 18537050	SAVING PLAN	2	11,629	23,26
84289 18536947	mercato ELECTRONIC-CASH	1	13,96	13,96
84289 18536831	KicoNico&PakoNico (25x25cm)	2	11,629	23,26
9788497807296	NICOLETA SECRET DIARY	1	8,367	8,37
84289 18536299	dino AQUASTOP	2	5,57	11,14
84289 18536282	bODgiebugs AQUASTOP	2	5,57	11,14
84289 18535462	SummerOcean TRIDENTE XL	1	2,773	2,77
84289 18535315	Plasty Art FIDRELLE	2	9,299	18,60
84289 18535097	PINMULTI-Up! CASE 50pcs	2	11,629	23,26
84289 18533731	stickys SPARKLE X260	4	1,165	4,66
9788497807357	cre art S TICKER BLUE x500	4	3,706	14,82
84289 18523930	12+ PASITOS	1	20,951	20,95
84289 18523442	summerBaby BOTTLE BLUE	4	3,239	12,96
84289 18523208	summerBaby SUIT BLUE SET	4	11,629	46,52
84289 18523138	ilupuzzle FÁBULA 4x4	2	6,968	13,94
84289 18522520	DECOpuzzle FOAM KicoNico	2	9,299	18,60
84289 18519919	TRIOBeep II	4	6,036	24,14
84289 18519773	stickys HAPPY ANIMALS	3	0,909	2,73
84289 18519766	METAL HAMELIN	4	2,307	9,23
84289 18519529	classic CANDY BANK	2	4,638	9,28
84289 18519414	SHARK FLIS-FLUIS	4	6,968	27,87
84289 18517786	SET BOLOS x6	6	4,638	27,83
84289 18517748	summerBerry ICE CREAM	4	4,638	18,55
84289 18517618	summerBaby SUIT PINK SET	4	11,629	46,52
84289 18517501	summerBaby AQUANAPPIES BLUE	2	6,968	13,94
84289 18517588	summerBaby AQUANAPPIES BLUE II	2	6,968	13,94
84289 18517540	summerBaby KAPOSOLE BLUE	2	6,036	12,07
84289 18517533	summerBaby KAPOSOLE PINK	2	6,036	12,07
84289 18514655	summerBerry CUISINE	4	6,036	24,14

Suma/Continued ..... 24,14

Forma pago/Payment Terms: Pago por giro  
 Fecha Vencimiento/Due date: 05/06/12



Nº factura/Invoice Nº [REDACTED]  
 Nº albarán/delivery note Nº [REDACTED]  
 Nº página/Page Nº 5  
 Fecha/Date 02/05/12  
 Nº Almacén/Client Nº [REDACTED]  
 Divisa/Currency EUR

AMBENI, S.L.  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 MURCIA  
 ESPAÑA  
 CIF/NIF: [REDACTED]

Incoterm  
 Foreign Trade Agreement  
 Nº Envío/Shipping No. [REDACTED]

Suma/Continued ..... 24,14

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
-----------	-------------	-----	----------------------	---------------

Subtotal Juguetes/Toys 2,330,43

REFERENCE	DESCRIPTION	QTY	P.U. NETO/UNIT PRICE	TOT. BVAMOUNT
-----------	-------------	-----	----------------------	---------------

8428918628815	MKT PACK CAST (100 UDS) FLYER	4	0,01	0,04
8428918581626	PICNIC CHIC by Imaginarium	10	4,00	40,00
8428918553862	ROLLO TPV TERMICO IMAGINARIUM	1	1,42	1,42

Subtotal Fungibles/perishables 41,46

B. dto./Amount	Descuento/Dis	B. IVA/B. VAT	% RE	% IVA/%VAT	IVA/VAT	Imp. RE	TOTAL
----------------	---------------	---------------	------	------------	---------	---------	-------

137,44	0,00	137,44	0,00	4	5,50	0,00	142,94
2.192,99	0,00	2.192,99	0,00	18	394,74	0,00	2.587,73
41,46	0,00	41,46	0,00	18	7,46	0,00	48,92

Total ..... 2.779,59

Forma pago/Payment Terms Pago por giro  
 Fecha Vencimiento/Due date 05/06/12

# ANEXO II.- NÓMINA

RECIBO INDIVIDUAL JUSTIFICATIVO DEL PAGO DE SALARIOS			
Empresa...: <b>AMBENI, SL</b>	Nombre Trabajador	Libro Matricula	00000
Domicilio: <b>CALLE SAGASTA N° 11 BJ CARTAGENA (MURCIA.)</b>	N.I.P.	N° Afiliación S.S.	
CIF.....: <b>B30850879</b>	Fecha Antigüedad	06-07-11	Contrato 502
N° Cta. Cotización a la S.Social <b>30119636314</b>	Categ.Profesional	<b>AYUDANTE</b>	<b>DEPENDIENT</b>
	Grupo Cotización	7	0683/005/00013/
Periodo de Liquidación :del 1 de Junio al 30 de Junio de 2012			Total Dias <b>30</b>
<b>I. DEVENGOS</b>			
<b>1. Percepciones Salariales</b>			
Salario Base			345,01
Complementos Salariales			33,59
COMPLEMENTO CATEGORI: 33,59			
Horas extraordinarias:			
Gratif. extraord.: EXT.JULIO: 57,50 BENEFICIOS: 28,75			86,25
Salario en especie			
<b>2. Percepciones No Salariales</b>			
Indemnizaciones o suplidos			
Prestaciones e indemnizaciones de la Seguridad Social			
Indemnizaciones por traslados, suspensiones o despidos			
Otras percepciones no salariales			
<b>A. TOTAL DEVENGADO</b>			<b>464,85</b>
<b>II. DEDUCCIONES</b>			
<b>1. Aportación del trabajador a las cotizaciones de la S.Social y conceptos de recaudación conjunta</b>			
Contingencias comunes	464,85	4,70 %	21,85
Desempleo, A.T. y E.P.	464,85	1,60	7,44
Formación Profesional	464,85	0,10	0,46
Horas extraordinarias:			
Fuerza mayor o estructurales			
No estructurales			
TOTAL APORTACIONES			29,75
2. Impuesto sobre la renta de las personas físicas	464,85	2,00	9,30
<b>3. Anticipos:</b>			
<b>4. Valor de los productos recibidos en especie:</b>			
<b>5. Otras deducciones:</b>			
<b>B. TOTAL A DEDUCIR</b>			<b>39,05</b>
<b>LIQUIDO TOTAL A PERCIBIR (A-B)</b>			<b>425,80 €</b>
CARTAGENA, 30 de Junio de 2012			
Firma y sello de la Empresa		Recibi	
Contrato con fecha de vencimiento 05-07-12			
<b>DETERMINACION DE LAS BASES DE COTIZ. A LA S.S. Y CONCEPTOS DE RECAUDACION CONJUNTA Y DE LA BASE SUJETA A RETENCION DEL IRPF</b>			
<b>1. Base de cotización por contingencias comunes</b>			
Remuneración mensual			464,85
Prorrata pagas extraordinarias			464,85
TOTAL			
<b>2. Base cotización por contingencias profesionales (AT y EP) y conceptos de recaudación conjunta (Desempleo, F.P. y FOGASA)</b>			
			464,85
<b>3. Base de cotización adicional por horas extraordinarias</b>			
	2,00		464,85
<b>4. Base sujeta a retención del I.R.P.F.</b>			