

**Administración,  
Gestión y Comercialización  
en la Pequeña Empresa**

GUÍA DIDÁCTICA DEL PROFESOR

José Carlos Toledano Gasca

## 1. Presentación de la guía

La guía didáctica del profesor del módulo *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, se ha elaborado con el objetivo de prestar al profesor que imparte la asignatura una propuesta didáctica de apoyo pedagógico para el desarrollo de su función docente.

En la guía se incluyen y se describen los materiales curriculares que presentó el Ministerio de Educación y Ciencia cuando se diseñaron los ciclos formativos y en los que se desarrollan la definición y el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje de los Ciclos formativos, tanto de grado superior como de grado medio de la Formación Profesional actual.

Se recogen en esta guía el Real Decreto 620/1995, publicado en el BOE el 09.08.1995, donde se desarrolla el Título del módulo, y el Real Decreto 193/1996, publicado en el BOE 11.03.96, donde se desarrolla el currículo del módulo.

La guía sigue las directrices trazadas por el libro editado por el Ministerio de Educación y Ciencia sobre propuestas didácticas de apoyo al profesor, editado por la Dirección General de Formación Profesional Reglada y Promoción Educativa, en el que se orienta al profesor sobre la programación de los contenidos y las actividades de formación que pueden ser adaptadas y aplicadas por los docentes de forma directa.

La guía está dividida en varios apartados, que son:

1. Presentación de la Guía.
2. Introducción al módulo.
3. Capacidades terminales y criterios de evaluación.
4. Orientaciones metodológicas.
5. Índice secuencial de las unidades de trabajo: organización de los contenidos.
6. Estructura de las unidades de trabajo del libro del alumno.
7. Distribución temporal de las unidades de trabajo.
8. Elementos curriculares o unidades de trabajo.
9. Material didáctico (material y equipos didácticos).
10. Evolución de la competencia profesional.

A continuación se desarrollan cada uno de estos puntos.

## 2. Introducción al módulo

El desarrollo didáctico y la programación del módulo *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa* se obtiene a partir del perfil del ciclo formativo Desarrollo de Productos Electrónicos.

El ciclo formativo Desarrollo de Productos Electrónicos está dividido en 11 módulos profesionales (5 módulos asociados a una unidad de competencia, 5 módulos profesionales transversales y 1 módulo de formación y orientación laboral), como unidades coherentes de formación necesarias para obtener el título de Técnico Superior en Desarrollo de Productos Electrónicos. La duración establecida para este ciclo es de 2.000 horas, incluida la formación en centros de trabajo. Estas 2.000 horas se dividen en 5 trimestres de formación en el centro educativo y un trimestre de formación en el centro de trabajo (dos períodos anuales lectivos).

Uno de los módulos incluido en este ciclo formativo es el de *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, que tiene una duración aproximada de 90 horas, a desarrollar a razón de 4 horas a la semana en el 2º curso del ciclo.

La competencia general de este módulo está recogida en la unidad de competencia nº 6 del Real Decreto 620/1995 (BOE 09.08.96) del título, y que dice:

*Realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa.*

Y que el trabajador debe realizar de forma cualificada.

Es importante que las realizaciones que se planteen como básicas tengan como punto de referencia el sistema productivo y en concreto la ocupación o el puesto de trabajo que pueden desempeñar los técnicos que realizan este módulo.

REALIZACIONES PROFESIONALES REFERENCIADAS A LA OCUPACIÓN	CRITERIOS BÁSICOS DE REALIZACIÓN
Evaluar la posibilidad de implantación de una pequeña empresa en función de su actividad, volumen de negocio y objetivos.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se selecciona la forma jurídica de empresa más adecuada a los recursos disponibles, a los objetivos y a las características de la actividad.</li><li>- Se realiza el análisis previo a la implantación, valorando:</li></ul>

REALIZACIONES PROFESIONALES REFERENCIADAS A LA OCUPACIÓN	CRITERIOS BÁSICOS DE REALIZACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La estructura organizativa adecuada a los objetivos.</li> <li>• La ubicación física y ámbito de actuación (distancia clientes/proveedores, canales de distribución, precios del sector inmobiliario de zona, elementos de prospectiva).</li> <li>• La previsión de recursos humanos.</li> <li>• La demanda potencial, previsión de gastos e ingresos.</li> <li>• La estructura y composición del inmovilizado.</li> <li>• Las necesidades de financiación y forma más rentable de la misma.</li> <li>• La rentabilidad del proyecto.</li> <li>• La posibilidad de subvenciones y/o ayudas a la empresa o a la actividad, ofrecidas por las diferentes Administraciones Públicas.</li> </ul> <p>– Se determina adecuadamente la composición de los recursos humanos necesarios, según las funciones y procesos propios de la actividad de la empresa y de los objetivos establecidos, atendiendo a formación, experiencia y condiciones actitudinales, si proceden.</p>
<p>Determinar las formas de contratación más idóneas en función del tamaño, actividad y objetivos de una pequeña empresa.</p>	<p>– Se identifican las formas de contratación vigentes, determinando sus ventajas e inconvenientes y estableciendo las más habituales en el sector.</p> <p>– Se seleccionan las formas de contrato óptimas, según los objetivos y las características de la actividad de la empresa.</p>
<p>Elaborar, gestionar y organizar la documentación necesaria para la constitución de una pequeña empresa y la generada por el desarrollo de su actividad económica.</p>	<p>– Se establece un sistema de organización de la información adecuado que proporcione información actualizada sobre la situación económico-financiera de la empresa.</p>

REALIZACIONES PROFESIONALES REFERENCIADAS A LA OCUPACIÓN	CRITERIOS BÁSICOS DE REALIZACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se realiza la tramitación oportuna ante los organismos públicos para la iniciación de la actividad de acuerdo con los registros legales.</li> <li>– Los documentos generados: facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques y recibos, se elaboran en el formato establecido por la empresa con los datos necesarios en cada caso y de acuerdo con la legislación vigente.</li> <li>– Se identifica la documentación necesaria para la constitución de la empresa (escritura, registros, impuesto de actividades económicas y otras).</li> </ul>
<p>Promover la venta de productos o servicios mediante los medios o relaciones adecuados, en función de la actividad comercial requerida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– En el plan de promoción, se tiene en cuenta la capacidad productiva de la empresa y el tipo de clientela potencial de sus productos y servicios.</li> <li>– Se selecciona el tipo de promoción que hace óptima la relación entre el incremento de las ventas y el coste de la promoción.</li> <li>– La participación en ferias y exposiciones permite establecer los cauces de distribución de los diversos productos o servicios.</li> </ul>
<p>Negociar con proveedores y clientes, buscando las condiciones más ventajosas en las operaciones comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se tienen en cuenta, en la negociación con los proveedores:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios del mercado.</li> <li>• Plazos de entrega.</li> <li>• Calidades.</li> <li>• Condiciones de pago.</li> <li>• Transportes, si procede.</li> <li>• Descuentos.</li> <li>• Volumen de pedido.</li> <li>• Liquidez actual de la empresa.</li> <li>• Servicio post-venta del proveedor.</li> </ul> </li> </ul>

REALIZACIONES PROFESIONALES REFERENCIADAS A LA OCUPACIÓN	CRITERIOS BÁSICOS DE REALIZACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– En las condiciones de venta propuestas a los clientes se tienen en cuenta:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Márgenes de beneficios.</li> <li>• Precio de coste.</li> <li>• Tipos de clientes.</li> <li>• Volumen de venta.</li> <li>• Condiciones de cobro.</li> <li>• Descuentos.</li> <li>• Plazos de entrega.</li> <li>• Transporte, si procede.</li> <li>• Garantía.</li> <li>• Atención post-venta.</li> </ul> </li> </ul>
<p>Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se transmite en todo momento la imagen deseada de la empresa.</li> <li>– Los clientes son atendidos con un trato diligente y cortés, y en el margen de tiempo previsto.</li> <li>– Se responde satisfactoriamente a sus demandas, resolviendo sus reclamaciones con diligencia y prontitud y promoviendo las futuras relaciones.</li> <li>– Se comunica a los clientes cualquier modificación o innovación de la empresa que pueda interesarles.</li> </ul>
<p>Identificar, en tiempo y forma, las acciones derivadas de las obligaciones legales de una empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se identifica la documentación exigida por la normativa vigente.</li> <li>– Se identifica el calendario fiscal correspondiente a la actividad económica desarrollada.</li> <li>– Se identifican en tiempo y forma las obligaciones legales laborales.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Altas y bajas laborales.</li> <li>• Nóminas.</li> <li>• Seguros sociales.</li> </ul> </li> </ul>

### 3. Capacidades terminales y criterios de evaluación

En este apartado se describen las capacidades terminales y sus correspondientes criterios de evaluación, referentes al Real Decreto del título, en base a las realizaciones planteadas en el apartado anterior.

El título profesional y, por tanto, las competencias que adquieren los alumnos que realizan este ciclo formativo está basado en la suma de las diferentes capacidades terminales que se adquieren con cada uno de los módulos que forman el ciclo formativo.

Las capacidades terminales del módulo *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, así como sus correspondientes criterios de evaluación, según el Real Decreto 193/1996 del currículo publicado en el BOE de fecha 11.03.96, son:

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
Analizar las diferentes formas jurídicas vigentes de empresa, señalando la más adecuada en función de la actividad económica y los recursos disponibles.	<ul style="list-style-type: none"><li>– Especificar el grado de responsabilidad legal de los propietarios, según las diferentes formas jurídicas de empresa.</li><li>– Identificar los requisitos legales mínimos exigidos para la constitución de la empresa, según su forma jurídica.</li><li>– Especificar las funciones de los órganos de gobierno establecidas legalmente para los distintos tipos de sociedades mercantiles.</li><li>– Distinguir el tratamiento fiscal establecido para las diferentes formas jurídicas de empresa.</li><li>– Esquematizar, en un cuadro comparativo, las características legales básicas identificadas para cada tipo jurídico de empresa.</li><li>– A partir de unos datos supuestos sobre capital disponible, riesgos que se van a asumir, tamaño de la empresa y número de socios, en su caso, seleccionar la forma jurídica más adecuada explicando ventajas e inconvenientes.</li></ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>Evaluar las características que definen los diferentes contratos laborales vigentes más habituales en el sector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comparar las características básicas de los distintos tipos de contratos laborales, estableciendo sus diferencias respecto a la duración del contrato, tipo de jornada, subvenciones y exenciones, en su caso.</li> <li>– A partir de un supuesto simulado de la realidad del sector:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar los contratos laborales más adecuados a las características y situación de la empresa supuesta.</li> <li>• Cumplimentar una modalidad de contrato.</li> </ul> </li> </ul>
<p>Analizar los documentos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de una pequeña empresa, su organización, su tramitación y su constitución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Explicar la finalidad de los documentos básicos utilizados en la actividad económica normal de la empresa.</li> <li>– A partir de unos datos supuestos, cumplimentar los siguientes documentos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Factura.</li> <li>• Albarán.</li> <li>• Nota de pedido.</li> <li>• Letra de cambio.</li> <li>• Cheque.</li> <li>• Recibo.</li> </ul> </li> <li>– Explicar los trámites y circuitos que recorren en la empresa cada uno de los documentos.</li> <li>– Enumerar los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución de una empresa, nombrando el organismo donde se tramita cada documento, el tiempo y forma requeridos.</li> </ul>
<p>Definir las obligaciones mercantiles, fiscales y laborales que una empresa tiene para desarrollar su actividad económica legalmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Identificar los impuestos indirectos que afectan al tráfico de la empresa y los directos sobre beneficios.</li> </ul>



CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Describir el calendario fiscal correspondiente a una empresa individual o colectiva en función de una actividad productiva, comercial o de servicios determinada.</li> <li>– A partir de unos datos supuestos cumplimentar:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta y baja laboral.</li> <li>• Nómina.</li> <li>• Liquidación de la Seguridad Social.</li> </ul> </li> <li>– Enumerar los libros y documentos que tiene que tener cumplimentados la empresa con carácter obligatorio según la normativa vigente.</li> </ul>
<p>Aplicar las técnicas de relación con los clientes y proveedores que permitan resolver situaciones comerciales tipo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Explicar los principios básicos de técnicas de negociación con clientes y proveedores, y de atención al cliente.</li> <li>– A partir de diferentes ofertas de productos o servicios existentes en el mercado:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar cuál de ellas es la más ventajosa en función de los siguientes parámetros:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios del mercado.</li> <li>• Plazos de entrega.</li> <li>• Calidades.</li> <li>• Transportes.</li> <li>• Descuentos.</li> <li>• Volumen de pedido.</li> <li>• Condiciones de pago.</li> <li>• Garantía.</li> <li>• Atención post-venta.</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
<p>Analizar las formas más usuales en el sector de promoción de ventas de productos o servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Describir los medios más habituales de promoción de ventas en función del tipo de producto y/o servicio.</li> </ul>

CAPACIDADES TERMINALES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
	– Explicar los principios básicos del merchandising.
Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa, analizando su viabilidad y explicando los pasos necesarios.	– El proyecto deberá incluir: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los objetivos de la empresa y su estructura organizativa.</li> <li>• Justificación de la localización de la empresa.</li> <li>• Análisis de la normativa legal aplicable.</li> <li>• Plan de inversiones.</li> <li>• Plan de financiación.</li> <li>• Plan de comercialización.</li> <li>• Rentabilidad del proyecto.</li> </ul>

#### 4. Orientaciones metodológicas

Se van a exponer una serie de orientaciones metodológicas encaminadas a conseguir que el alumno conozca la importancia de los principios básicos del módulo *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, dentro del diseño comercial de cualquier pequeña empresa, etc., y se interese “profesionalmente” en esta materia técnica.

Los temas deben exponerse en un lenguaje sencillo a la vez que técnico, para que el alumno, futuro profesional, vaya conociendo la terminología y el argot que se utiliza en el campo de la administración, gestión y comercialización.

Recordemos que el contenido del módulo se divide en tres grandes bloques: la empresa, la gestión y las obligaciones fiscales.

Los contenidos son muy variados y se pueden resumir en el siguiente cuadro:

La empresa y su entorno.	<p>Concepto jurídico-económico de la empresa.</p> <p>Definición de la actividad.</p> <p>Localización, ubicación y dimensión legal de la empresa.</p>
Formas jurídicas de las empresas.	<p>El empresario individual.</p> <p>Sociedades.</p> <p>Análisis comparativo de los distintos tipos de empresas.</p>
Gestión de constitución de una empresa.	<p>Relación con organismos oficiales.</p> <p>Trámites de constitución.</p> <p>Ayudas y subvenciones al empresario.</p> <p>Fuentes de financiación.</p>
Gestión de personal.	<p>Convenio del sector.</p> <p>Diferentes tipos de contratos laborales.</p> <p>Nómina.</p> <p>Seguros Sociales.</p>
Gestión administrativa.	<p>Documentación administrativa.</p> <p>Contabilidad y libros contables.</p> <p>Inventario y valoración de existencias.</p> <p>Cálculo del coste, beneficio y precio de venta.</p>
Gestión comercial.	<p>Elementos básicos de la comercialización.</p> <p>Técnicas de venta y negociación.</p> <p>Atención al cliente.</p>
Obligaciones fiscales.	<p>Calendario fiscal.</p> <p>Impuestos más importantes que afectan a la actividad de la empresa.</p> <p>Liquidación de IVA e IRPF.</p>

Si alguno de los temas que se desean desarrollar en este módulo son materias difícilmente transportables al aula, deberemos valernos de material gráfico, como diapositivas, vídeos, dispositivos programables, programas de ordenador, simuladores, documentos, bibliografía, etc., que se puedan desarrollar en el aula, para que el alumno conozca los documentos y el mecanismo que se utilizan para desarrollar la gestión en una empresa.

Se debe suministrar a los alumnos:

Información que maneja.	Documentación administrativa: facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques.
Documentación con los distintos organismos oficiales.	Permisos de apertura del local, permiso de obras, etc. Nóminas, TC1, TC2. Alta en IAE. Libros contables oficiales y libros auxiliares. Archivos de clientes y proveedores.
Tratamiento de la información.	Tendrá que conocer los trámites administrativos y las obligaciones con los distintos organismos oficiales, ya sea para realizarlos el propio interesado o para contratar su realización a personas o empresas especializadas.  El soporte de la información puede estar informatizado, utilizando paquetes de gestión muy básicos existentes en el mercado.

Las visitas a empresas, fabricantes de material electrónico o similar, son de gran utilidad para que los alumnos conozcan la gestión y la comercialización en una pequeña empresa:

Personas con las que se relaciona.	Proveedores y clientes. Al ser una pequeña empresa, en general, tratará con clientes cuyos pedidos o servicios darán lugar a pequeñas o medianas operaciones comerciales. Gestorías.
------------------------------------	--

Inculcar la idea de trabajo en equipo, diseñando los trabajos o actividades por equipos de alumnos (2 ó 3 por actividad).

Plantear las prácticas en base al orden de ejecución de las tareas, la exactitud en la supervisión, cumplimentación de los documentos y la verificación de la contabilidad y sobre todo resaltar las normas básicas de seguridad para los trabajos y de la Calidad Total, que mejoran los procesos y la competitividad de las empresas.

Y dentro del contexto de la orientación no olvidar los cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos que actualmente influyen de forma directa en la gestión y evolución de nuestras empresas.

Se mencionan a continuación una serie de cambios previsibles en el sector que, en mayor o menor medida, pueden influir en la competencia de las empresas:

- Se prevé la modernización continua y paulatina de las estructuras industriales, produciéndose un incremento en las inversiones destinadas a la adquisición de bienes de equipos, con una importante implantación de los sistemas de telecomunicaciones e informáticos.
- La posibilidad de que se produzca un aumento considerable en las inversiones impulsará el desarrollo del sector, ya que ello implica la transformación y modernización de las infraestructuras, expansión de nuevos servicios, mecanización de funciones, etc.
- Se prevé un aumento de líneas telefónicas, un incremento notable de usuarios de videotexto, un futuro prometedor de la telefonía móvil automática evolucionando hacia el sistema GSM (“Global System for Mobile communication”) en telefonía digital, telefonía personal, la implantación del correo electrónico y en general de los servicios de valor añadido.
- Aumento de la actividad en empresas independientes en el área de asistencia técnica por la liberalización de estos servicios, establecidos en la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT).
- El proceso de liberalización de las telecomunicaciones y la internacionalización de los mercados conduce a un incremento de la presencia de nuevas empresas y del tamaño de las mismas, diversificando los servicios y campos de actividad, favoreciendo la competitividad de las mismas.
- La tendencia hacia la especialización de las empresas de menor tamaño en diferentes áreas de actividad, aprovechando el notable incremento de las subcontrataciones, así como una mayor penetración en mercados internacionales de las empresas de mayor tamaño.
- Los especialistas seguirán siendo imprescindibles debido al incremento de competencia.
- En el ámbito de los servicios de telecomunicación con la tendencia hacia un mayor desarrollo de las empresas dedicadas a la asesoría, consultoría y los servicios técnicos asociados.
- Las empresas demandarán servicios vía satélite, tales como videoconferencia, transmisión de datos punto a punto utilizando redes VSAT, comunicaciones móviles internacionales, etc.
- Se prevé que los departamentos de las empresas del sector serán más flexibles con el fin de adaptarse a las condiciones cambiantes que los mercados y el uso de las nuevas tecnologías requieran.

- El crecimiento de distribución en F.I. (frecuencia intermedia) de canales de TV en viviendas y edificios, sistemas de teledistribución por cable, y de las emisoras de radio y televisión locales constituye en este momento un factor determinante del crecimiento y expansión de las empresas del sector.

## 5. Índice secuencial de las unidades de trabajo: organización de los contenidos

El enunciado de la Unidad de Competencia nº 5 que mejor define la función que debe cumplir este módulo profesional dentro del ciclo formativo es el siguiente:

*Realizar la administración, gestión y comercialización en una pequeña empresa.*

El contenido organizador, u organizador de contenidos, se debe llevar a cabo en una serie de etapas claramente diferenciadas, siendo la estructura de contenidos de tipo lineal, reflejándose las etapas de forma consecutiva y en el orden adecuado.

El contenido de la LOGSE establece que las enseñanzas de la Formación Profesional deben tender a proporcionar a los alumnos, además de los conocimientos específicos de su competencia profesional, otros conocimientos, como los que se tratan en la presente obra sobre la **Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa**. La conjunción de tales conocimientos permitirá adquirir una idea de la empresa como unidad de producción, tomar conciencia de la importancia que tiene la organización en el ámbito empresarial, y servirá de base para la explotación e interpretación de disciplinas que afectan a la vida y actividad empresarial, tales como la contabilidad, la economía, el derecho, etc., bien entendido que lo que se pretende conseguir es la adquisición de unos conocimientos básicos sobre tales disciplinas y lo que es más importante mostrar unos instrumentos y técnicas imprescindibles para la gestión empresarial.

Partiendo de que cualquier actividad humana, ya sea individual o de grupo, requiere de organización, ni qué decir tiene que la empresa como conjunto de elementos materiales, humanos, económicos, etc., precisa de una base organizativa, desde su creación y durante toda su vida, pues de ello depende, en gran medida, la consecución de los objetivos empresariales. En la empresa nada debe quedar al azar o al devenir de los acontecimientos, al contrario, el empresario y todas las personas que intervienen en el desarrollo de la actividad empresarial, deben tomar las decisiones más apropiadas en cada momento, y ése es el fin de este texto, introducir al lector en la realidad empresarial, transmitiendo conocimientos y facilitando técnicas para que pueda cumplir su cometido eficazmente, y teniendo en cuenta que la empresa es algo vivo, por lo que se la debe contemplar desde dos vertientes, la inter-

na (lo que se desarrolla y tiene lugar dentro de la empresa), y la externa (su relación y comunicación con su entorno, clientes, proveedores, administraciones públicas, etc.).

El libro ha sido redactado procurando seguir, en todo momento, criterios pedagógicos, con el fin de facilitar su comprensión y cumplir sus objetivos.

Para alcanzar los objetivos propuestos, el texto recoge los contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales agrupados en once capítulos, que comprenden:

- El concepto, las formas jurídicas y la constitución de la empresa, a cuyo desarrollo se han dedicado los tres primeros capítulos.
- La franquicia, como fórmula muy extendida de autoempleo, de realización de actividad empresarial, tratada en el capítulo cuarto.
- Todo lo referente a la organización empresarial y la gestión administrativa, la contabilidad, la financiación, la gestión de personal, la gestión comercial y la fiscalidad de la empresa, se expone en los capítulos del quinto al décimo.
- Como colofón, en el capítulo undécimo, se aborda el proyecto empresarial, recopilando todos los conocimientos y técnicas estudiados, y conformando una guía para la elaboración del plan de empresa.

Las once unidades didácticas que componen este módulo son:

- Unidad Didáctica 1. La empresa.
- Unidad Didáctica 2. Fórmulas jurídicas que puede adoptar la empresa.
- Unidad Didáctica 3. La constitución de la empresa.
- Unidad Didáctica 4. La franquicia.
- Unidad Didáctica 5. La organización en la empresa. La gestión administrativa.
- Unidad Didáctica 6. La contabilidad en la empresa.
- Unidad Didáctica 7. La financiación de la empresa.
- Unidad Didáctica 8. La gestión de personal.
- Unidad Didáctica 9. La gestión comercial de la empresa.
- Unidad Didáctica 10. La fiscalidad de la empresa.
- Unidad Didáctica 11. El proyecto o plan de empresa.

Es conveniente que el desarrollo del módulo empiece por la presentación del curso y de la metodología a emplear y un estudio-descripción de las 11 unidades didácticas de las que se compone el módulo.

## 6. Estructura de las unidades de trabajo del libro del alumno

Cada una de las unidades didácticas o capítulos del libro está compuesta por los siguientes apartados:

- Introducción.
- Contenidos.
- Objetivos.
- Desarrollo de los contenidos.
- Actividades y autoevaluación.

## 7. Distribución temporal de las unidades de trabajo

Según se indicaba en la introducción de esta guía este módulo se imparte en el 2º curso del ciclo formativo y tiene una duración de 98 horas lectivas, a razón de 4 horas a la semana.

La distribución orientativa de los tiempos o temporalización de las diferentes unidades o capítulos que forman el módulo son:

Unidad Didáctica 0.	Presentación del módulo	2 h
Unidad Didáctica 1.	La empresa	10 h
Unidad Didáctica 2.	Fórmulas jurídicas que puede adoptar la empresa	12 h
Unidad Didáctica 3.	La constitución de la empresa	6 h
Unidad Didáctica 4.	La franquicia	7 h
Unidad Didáctica 5.	La organización en la empresa. La gestión administrativa	8 h
Unidad Didáctica 6.	La contabilidad en la empresa	15 h
Unidad Didáctica 7.	La financiación de la empresa	10 h
Unidad Didáctica 8.	La gestión de personal	6 h
Unidad Didáctica 9.	La gestión comercial de la empresa	6 h
Unidad Didáctica 10.	La fiscalidad de la empresa	8 h
Unidad Didáctica 11.	El proyecto o plan de empresa	8 h



## **8. Elementos curriculares o unidades de trabajo**

Los elementos curriculares que definen cada una de las unidades de trabajo o capítulos del libro son:

### **Unidad didáctica 1. La Empresa**

#### **1.1. Introducción**

La empresa como entidad existe desde que el hombre se organiza para conseguir todos aquellos productos que satisfacen sus necesidades, por lo cual el concepto de empresa ha evolucionado y seguirá evolucionando al compás de la humanidad, pues las necesidades del ser humano son cambiantes; quizás en el siglo X no fuera comprensible una empresa que lo que facilita a sus clientes es un servicio (algo intangible), pero ahora resultaría difícil la convivencia y el desarrollo de las ciudades sin las empresas de servicios.

Resulta conveniente dejar claro que la existencia de la empresa es algo irrefutable, pues no sólo es una unidad de producción, sino que también es fuente de riqueza para los pueblos, e igualmente, la empresa es el principal productor de empleo. Se podría añadir que, en la actualidad, con el avance que ha experimentado el sector de los “medios de comunicación”, la empresa más que nunca se convierte en un instrumento muy útil de intercambio cultural entre los pueblos, únicamente debemos pensar en las empresas multinacionales que ofrecen productos o servicios en los cinco continentes.

Sería muy satisfactorio que el lector, a la conclusión de este capítulo, asimile la importancia que tiene la empresa en la sociedad, y por qué todo ciudadano debe saber de ella y conocer los elementos que la componen, los fines y objetivos que cumple, y lo perjudicial que puede resultar la desaparición de cualquier empresa.

#### **1.2. Contenido**

- El porqué de la empresa.
- Conceptos jurídico-económicos de empresa.
- Diferenciación entre empresa y empresario.
- Elementos que integran la empresa. Su ubicación y localización.
- Clasificación de las empresas.
- Las situaciones críticas por las que puede atravesar una empresa.

### 1.3. Objetivos

- Introducirse en el concepto y las funciones de la empresa.
- Adquirir conocimientos sobre la estructura y elementos que componen una empresa, así como de sus signos distintivos como aquello que la singulariza y la diferencia de otras.
- Aprender a discernir entre el concepto de empresa y el de empresario.
- Reflexionar sobre las situaciones que pueden desencadenar la desaparición de la empresa.
- Familiarizarse con las fuentes básicas de información y regularización del derecho empresarial.

### 1.4. Desarrollo

#### LA EMPRESA

1. El porqué de la necesidad de la empresa. Conceptos básicos y preliminares.
2. Empresa y empresario.
  - 2.1. Definición de empresa.
  - 2.2. Concepto de empresario.
3. Elementos que integran la empresa.
  - 3.1. Elementos personales.
  - 3.2. Elementos materiales e inmateriales.
  - 3.3. La actividad.
  - 3.4. La financiación.
  - 3.5. La clientela.
  - 3.6. Los proveedores.
  - 3.7. La responsabilidad empresarial.
    - 3.7.1. La responsabilidad limitada.
    - 3.7.2. La responsabilidad ilimitada.
4. Clasificación de las empresas.
5. La dimensión y la localización de la empresa.
6. Signos distintivos de la empresa.
  - 6.1. La denominación social (razón social).
  - 6.2. El nombre comercial.

- 6.3. El rótulo del establecimiento.
- 6.4. El logotipo.
- 6.5. Marcas y patentes.
- 7. Situaciones críticas de una empresa.
  - 7.1. La quiebra.
  - 7.2. La suspensión de pagos.

### **1.5. Autoevaluación**

- 1) ¿Qué son los factores de producción?
- 2) ¿Qué consecuencias jurídicas tiene, según tu criterio, el que la actividad empresarial se realice como empresario individual?
- 3) Escribe tres ejemplos de empresas de cada uno de los sectores económicos estudiados.
- 4) ¿Un menor de edad puede ser empresario? Razona tu respuesta.
- 5) Razona brevemente: ¿Por qué es importante la existencia de empresas?
- 6) ¿Dónde preferirías abrir una guardería, en una zona urbana muy poblada, o en un área rural con escasa población? Razona tu respuesta.

## **Unidad didáctica 2. Formas jurídicas que puede adoptar la empresa**

### **2.1. Introducción**

Una vez que sabemos lo que es una empresa, debemos introducirnos en un aspecto esencial y básico a la hora de llevar a la práctica cualquier idea de proyecto empresarial, que es, sencillamente, cuál de las formas jurídicas existentes se debe elegir no sólo para hacer realidad la creación de la empresa, sino para tratar de garantizar su supervivencia en el tiempo.

Son muchas, y con distintas características, las formas jurídicas que la ley nos ofrece para crear una empresa, de ahí que no resulte fácil la elección de la forma jurídica, pues deben tenerse en cuenta muchos aspectos y requisitos legales que se exigen para cada una de las formas jurídicas que vamos a estudiar e incluso, en muchos casos, esos requisitos nos van a condicionar el que de todo el abanico de posibilidades sólo podamos elegir entre dos, tres o una forma jurídica específica.

Es interesante que el lector, una vez concluido este capítulo, haya adquirido conocimientos suficientes para comprender la importancia de la forma jurídica y la adecuación o idoneidad de la elegida para el proyecto empresarial.

## **2.2. Contenido**

- La forma jurídica, su elección y aspectos que deben tenerse en cuenta siempre a la hora de decidirse.
- Definición y características de las distintas formas jurídicas más utilizadas.
- Las sociedades laborales y las sociedades cooperativas.

## **2.3. Objetivos**

- Identificar las distintas formas jurídicas existentes.
- Aprender los aspectos o características que las diferencian, y que nos ayudan a decidir una u otra forma jurídica; con especial atención al aspecto de la responsabilidad.
- Reflexionar sobre los requisitos legales mínimos exigidos para la constitución de la empresa dependiendo de la forma jurídica elegida.
- Distinguir los tipos de sociedad que ofrece la normativa legal.
- Conocer los órganos de administración de las sociedades.
- Familiarizarse con la normativa que regula cada uno de los tipos de sociedad vistos.

## **2.4. Desarrollo**

### **FORMAS JURÍDICAS QUE PUEDE ADOPTAR LA EMPRESA**

1. La forma jurídica de la empresa.
  - 1.1. Distintas formas jurídicas.
  - 1.2. Aspectos que influyen en la elección de la forma jurídica.
2. El empresario individual.
3. El empresario social (las sociedades).
  - 3.1. Concepto y características.
  - 3.2. Clases de sociedades.
4. La sociedad colectiva y la sociedad comanditaria.
  - 4.1. La sociedad colectiva.
    - 4.1.1. Concepto.

- 4.1.2. Características.
- 4.1.3. Requisitos para su constitución.
- 4.1.4. Derechos y deberes de los socios.
- 4.2. La sociedad comanditaria.
  - 4.2.1. Concepto.
  - 4.2.2. Características.
  - 4.2.3. Requisitos para su constitución.
- 5. La sociedad anónima (S.A.).
  - 5.1. Concepto y características.
  - 5.2. El capital. Las acciones.
  - 5.3. Derechos y deberes de los accionistas.
  - 5.4. Requisitos para su constitución.
  - 5.5. Órganos de la sociedad anónima.
  - 5.6. Transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación.
- 6. La sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L. o S.L.).
  - 6.1. Concepto y características.
  - 6.2. El capital. Las participaciones sociales.
  - 6.3. Derechos y deberes de los socios.
  - 6.4. Requisitos para su constitución.
  - 6.5. Órganos de la sociedad limitada.
  - 6.6. Transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación.
- 7. Las sociedades laborales: la sociedad anónima laboral (S.A.L.) y la sociedad de responsabilidad limitada laboral (S.L.L.).
- 8. Las sociedades cooperativas de trabajo asociado.
  - 8.1. Concepto y características.
  - 8.2. Miembros de la cooperativa. Sus derechos y obligaciones.
  - 8.3. Órganos de la cooperativa.

## **2.5. Autoevaluación**

- 1) Escribe cinco diferencias entre el empresario individual y la S.L.
- 2) Escribe cinco razones por las que tú consideras que la S.L. es más utilizada que la S.A.

- 3) Confecciona un cuadro comparativo de todas las sociedades estudiadas, en el que describas el capital social mínimo, número mínimo de socios y la responsabilidad, de cada una de ellas.
- 4) ¿Qué es una sociedad irregular?
- 5) Identifica los órganos de gobierno de una S.L., y detalla las funciones que cumple cada uno de ellos.
- 6) Contesta a la pregunta: “¿La sociedad cooperativa de trabajo asociado tiene naturaleza mercantil?”; razona tu respuesta.

### **Unidad didáctica 3. La constitución de la empresa**

#### **3.1. Introducción**

La empresa nace como entidad, por la voluntad del hombre, bien adquiriendo una personalidad jurídica distinta a su creador o promotor, como ocurre en el caso de una sociedad anónima o una sociedad de responsabilidad limitada, o bien, como en el caso del empresario individual, sin que llegue a constituir una persona jurídica distinta del propio empresario. Ya hemos tratado en los dos capítulos anteriores el concepto de empresa, su clasificación, elementos que la componen, formas jurídicas que puede adoptar, aspectos que influyen en los promotores para decidir una u otra forma jurídica, etc., y ahora nos corresponde analizar los trámites indispensables que deben formalizarse para constituir una empresa, así como identificar los documentos e impresos y los organismos públicos ante los cuales hay que acudir para realizar dichos trámites, habiendo dejado constancia de que los requisitos y trámites de constitución son menos y más simples para un empresario individual que para una sociedad.

La constitución de una empresa no resulta tarea fácil en muchas ocasiones, pues en la mayoría de los países se convierte en un procedimiento en el que se suceden una serie de pasos y requisitos que pueden complicarlo de manera considerable. De ahí que muchas Administraciones Públicas estén trabajando sobre la idea de la “Ventanilla única” u oficina en la que se pueden realizar todos los trámites necesarios, lo cual facilitará y abaratará el proceso de constitución. En algunas ciudades ya es una realidad.

Al concluir este capítulo el lector habrá adquirido los conocimientos mínimos sobre la constitución de una empresa, todos los pasos que han de seguirse, su naturaleza e importancia, y el porqué es imprescindible cumplir todos y cada uno de ellos, con el fin de conseguir que la empresa exista para el ordenamiento jurídico, es decir, que tenga entidad propia, y que pueda iniciar su actividad dentro de la legalidad vigente.

### **3.2. Contenido**

- Trámites imprescindibles para adquirir la condición de empresario y otros trámites, referidos al empresario individual.
- Trámites precisos para el nacimiento de una sociedad con plena personalidad jurídica, otros trámites para la puesta en marcha.
- Diferencias en la tramitación de la constitución de los distintos tipos de sociedades.

### **3.3. Objetivos**

- Adquirir conocimientos sobre la tramitación de constitución de la empresa, en sus distintos tipos, identificando trámite, documento o impreso y organismo público donde se gestiona.
- Dotar de elementos suficientes, que complementan a otros ya facilitados, para conseguir una reflexión sobre la constitución de una empresa.
- Familiarizarse con la Administración Pública, y sus distintos departamentos y órganos, ante los cuales no sólo se van a realizar los trámites iniciales de constitución, sino los posteriores que deben irse cumpliendo en el desarrollo de la actividad empresarial.

### **3.4. Desarrollo**

#### **LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

1. El empresario individual.
  - 1.1. Trámites necesarios para adquirir la condición de empresario.
  - 1.2. Otros trámites.
2. Las sociedades (S.A., S.L., S.A.L. y S.L.L.).
  - 2.1. Trámites necesarios para adquirir la personalidad jurídica.
  - 2.2. Otros trámites.
  - 2.3. Especialidades de los trámites respecto a la S.A.L. y la S.L.L.
3. Las sociedades cooperativas.
  - 3.1. Trámites necesarios para adquirir la personalidad jurídica.
  - 3.2. Otros trámites.
  - 3.3. Trámites específicos de este tipo de sociedades.

### 3.5. Autoevaluación

- 1) ¿Las sociedades cooperativas tienen que inscribirse en el Registro Mercantil? Razona tu respuesta.
- 2) Relaciona cronológicamente los trámites necesarios para la puesta en marcha e inicio de actividad de una empresa en el sector para el que estás estudiando, detallando aquellos trámites que sean específicos de esa actividad.
- 3) Acude a la ventanilla única, si funciona en tu ciudad, o a los distintos organismos competentes, ante los cuales deberías realizar todos los trámites que has descrito en la actividad de autoevaluación 2), y recopila los documentos e impresos oficiales para dichos trámites, conformando con todos ellos una carpeta, que resulta de gran interés y utilidad para lo tratado en este capítulo y para la elaboración del proyecto o plan de empresa.

## Unidad didáctica 4. La franquicia

### 4.1. Introducción

La franquicia es de reciente aparición en nuestro país, pero se está revelando como una vía eficaz de autoempleo, esto es, de generar uno mismo su puesto de trabajo constituyéndose en empresario. Es precisamente por ese motivo por lo que está proliferando en los últimos años, de manera que es bastante frecuente encontrar franquicias en sectores como restaurantes y comida rápida, informática, viajes, telefonía, bisutería y moda, productos especializados, servicios de limpieza, etc.

Las razones por las que esta fórmula de autoempleo se consolida y crece cada vez más debemos buscarlas en que estadísticamente la inversión que exige para la puesta en marcha del negocio es en muchos casos inferior a los 60.101 euros, y por otro lado, el emprendedor que decide montar su propia empresa no tiene por qué conocer o estar especializado en todas las áreas que comprende el negocio (contabilidad, marketing, comercial, informática, gestión de almacén y existencias, etc.), pues para todo ello el franquiciador le prestará apoyo técnico, tanto al principio como durante la vida de la relación contractual de la franquicia.

Como en todo contrato, y la franquicia lo es, nacen obligaciones y derechos para ambas partes, y lo que se pretende en este capítulo es que a su conclusión, el lector conozca la naturaleza de la franquicia, sus ventajas e inconvenientes y reflexione sobre esta alternativa de búsqueda de empleo (autoempleo).



#### **4.2. Contenido**

- Definición y características de la franquicia.
- El contrato de franquicia.
- Las ventajas e inconvenientes de la franquicia para cada una de las partes que intervienen.
- Consejos a tener en cuenta a la hora de decidirse por una franquicia en concreto.
- La financiación de la franquicia.
- La extinción de la franquicia.

#### **4.3. Objetivos**

- Reflexionar sobre la franquicia como una vía de autoempleo.
- Adquirir conocimientos sobre este contrato y su contenido.
- Aprender a discernir las ventajas e inconvenientes que ofrece.
- Identificar las causas o motivos de extinción de la franquicia.

#### **4.4. Desarrollo**

##### **LA FRANQUICIA**

1. Concepto y características.
2. Regulación legal de la franquicia (normativa aplicable).
3. El contrato de franquicia.
  - 3.1. La posibilidad de precontrato.
  - 3.2. Las partes del contrato (franquiciador y franquiciado).
  - 3.3. Contenido del contrato.
4. Ventajas e inconvenientes de la franquicia.
  - 4.1. Para el franquiciador.
  - 4.2. Para el franquiciado.
5. Ejemplos más significativos de franquicias. Algunos consejos prácticos a la hora de decidir.
6. La financiación de la franquicia.
7. La extinción de la franquicia.

#### 4.5. Autoevaluación

- 1) Exponer cinco razones por las que optarías por una franquicia, si decides crear tu propia empresa.
- 2) ¿Qué aspectos tendrías en cuenta a la hora de valorar qué franquicia te conviene por ofrecer mayores garantías de éxito?
- 3) Explica qué entiendes por precontrato.
- 4) Extinguido un contrato de franquicia (comida rápida) por transcurso de la duración fijada por las partes, ¿podrías crear una empresa y explotar, en la misma zona, un negocio de venta de material sanitario?

### Unidad didáctica 5. La organización en la empresa. La gestión administrativa

#### 5.1. Introducción

Una vez que hemos comprendido lo que es una empresa, resulta evidente la afirmación de que la misma no puede desarrollar su actividad ni realizar sus múltiples y variadas funciones de manera improvisada, sino más bien al contrario, se nos vienen de inmediato a la mente palabras como organización y planificación; o dicho de otra forma, una vez constituida una empresa es preciso organizarla, planificando sus objetivos, departamentalizando o estructurando las áreas en que se va a dividir la empresa, designando a las personas que ocuparán determinados puestos, adquiriendo la maquinaria, materias, etc., y estableciendo la coordinación idónea entre todos esos factores o elementos para realizar eficazmente la actividad empresarial y alcanzar los objetivos.

Ahora, nos vamos a ocupar del aspecto técnico de la organización y concretamente de la organización administrativa, que tiene como finalidad el conseguir un correcto desarrollo de las actividades internas de la empresa, profundizando en los departamentos o áreas, los principales documentos administrativos, haciendo especial mención a los contratos que puede formalizar una empresa, para, por último, extendernos, dada su complejidad, en la parte de los títulos valores (letra de cambio y cheque) al ser estos documentos muy utilizados por las empresas como medio de crédito y de pago.

Cuando se haya concluido el presente capítulo y con la ayuda del profesor, el alumno debe entender el significado del aspecto técnico de la organización y su evidente necesidad para el funcionamiento de la empresa, así como asimilar la trascendencia que tienen los documentos administrativos, los contratos y los títulos valores, adquiriendo los conocimientos mínimos indispensables para efectuar un correcto uso de los mismos.

## **5.2. Contenido**

- Ideas básicas sobre la necesidad de la organización, planificación y división del trabajo en las empresas.
- La organización administrativa, su departamentalización.
- Los documentos administrativos más usuales, su naturaleza y funciones.
- Los contratos.
- La letra de cambio y el cheque, medios de crédito y de pago que son utilizados por las empresas.

## **5.3. Objetivos**

- Reflexionar sobre la imposibilidad de que una empresa desarrolle su actividad sin organización.
- Identificar la organización administrativa en la empresa, sus principales departamentos y las funciones que cumplen.
- Conocer los distintos documentos administrativos utilizados por la empresa y los contratos que puede formalizar.
- Diferenciar la letra de cambio del cheque.

## **5.4. Desarrollo**

### LA ORGANIZACIÓN EN LA EMPRESA. LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

1. La organización en la empresa.
  - 1.1. La estructura organizativa: el organigrama.
2. La gestión y organización administrativa empresarial.
3. Los documentos administrativos.
  - 3.1. El albarán.
  - 3.2. La factura.
  - 3.3. El recibo.
  - 3.4. La letra de cambio y el cheque.
  - 3.5. Los contratos.
4. Los títulos valores.
  - 4.1. Concepto y características de los títulos valores.
  - 4.2. Clases de títulos valores.

- 4.3. La letra de cambio (título valor a la orden).
  - 4.3.1. Concepto de la letra de cambio y capacidad cambiaria.
  - 4.3.2. Elementos personales de la letra.
  - 4.3.3. Requisitos de la letra.
  - 4.3.4. Cláusulas de la letra.
  - 4.3.5. Letra “en blanco”.
  - 4.3.6. La transmisión de la letra: el endoso.
  - 4.3.7. La aceptación de la letra.
  - 4.3.8. El aval.
  - 4.3.9. El pago de la letra.
  - 4.3.10. El protesto.
  - 4.3.11. Acciones cambiarias para el cobro de la letra.
- 4.4. El cheque.
  - 4.4.1. Concepto y características del cheque.
  - 4.4.2. Elementos personales del cheque.
  - 4.4.3. Funciones del cheque
  - 4.4.4. Requisitos del cheque.
  - 4.4.5. Clases de cheques.
  - 4.4.6. La transmisión del cheque.
  - 4.4.7. Cheques irregulares.
- 4.5. Analogías y diferencias entre la letra de cambio y el cheque.

### **5.5. Autoevaluación**

- 1) Identifica los elementos personales de la letra de cambio en el siguiente supuesto:  
Un proveedor suministra a tu empresa un equipo informático por precio total de 3.606 euros, y acordáis que el pago se hará diferido en dos plazos mensuales, firmando sendas letras de cambio por importe de 1.803 euros.
- 2) Escribe todas las diferencias que encuentres entre la letra y el cheque.
- 3) Define la letra de cambio.
- 4) ¿En qué casos exigirías un cheque conformado?; explica el motivo.
- 5) Detalla todos los requisitos de la factura.
- 6) Define lo que es un organigrama. Describe el organigrama de tu centro de estudios.

- 7) Escribe una redacción relacionando, de forma razonada, los siguientes conceptos: eficacia, organización y economía.

## **Unidad didáctica 6. La contabilidad en la empresa**

### **6.1. Introducción**

La contabilidad, como técnica de registro de información, es un instrumento de excelente utilidad en la gestión empresarial, pues además de facilitar datos económicos, financieros y jurídicos esenciales sobre el patrimonio y los elementos que lo componen, es una herramienta imprescindible para optimizar y aprovechar mejor todos los recursos (personales, financieros, etc.) de la empresa y, como consecuencia, para alcanzar los objetivos fijados.

En este capítulo, recordando lo expuesto en el epígrafe 2 del capítulo 5, sobre la organización administrativa de la empresa, y más específicamente respecto al departamento de contabilidad, se profundiza en los conceptos de patrimonio empresarial, la contabilidad como técnica, sus documentos y los principios que la rigen, tratando de dar una visión genérica de la terminología, conceptos, cuentas y documentos contables, para que el lector llegue a ser consciente de la trascendencia que, para toda empresa, tiene la materia objeto de estudio.

Igualmente, se analizan los sistemas de valoración de existencias y los costes empresariales, así como la forma de fijación del precio de venta al público.

A la conclusión del capítulo el lector habrá adquirido unos conocimientos sobre contabilidad, valoración de existencias, costes y fijación de precios, que le permitirán comprender y tener una idea global de la gestión administrativa de la empresa.

### **6.2. Contenido**

- El patrimonio empresarial. Su composición y estructura.
- La contabilidad, terminología y conceptos básicos, principales documentos y principios contables. Las cuentas.
- El balance. Estructura e interpretación económica y financiera del balance.
- La gestión de existencias. La valoración de las mismas y los sistemas más utilizados al efecto.
- Los costes empresariales. La fijación del precio de venta al público.

### 6.3. Objetivos

- Identificar y diferenciar los distintos elementos que componen el patrimonio empresarial. Su valoración.
- Familiarizarse con los términos y conceptos contables, con las cuentas y documentos, para obtener la información que facilita la contabilidad.
- Interpretar balances y cuentas contables, analizando la realidad económica y financiera de la empresa.
- Introducirse en la gestión de existencias y llegar a conocer los distintos sistemas que se pueden adoptar.
- Distinguir los costes empresariales y su importancia a la hora de fijar el precio de venta al público del producto o servicio.

### 6.4. Desarrollo

#### LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA

1. El patrimonio empresarial.
  - 1.1. Concepto.
  - 1.2. Elementos que componen el patrimonio.
  - 1.3. La estructura patrimonial de la empresa.
2. La contabilidad.
  - 2.1. Necesidad y utilidad de la contabilidad.
3. Principales documentos contables.
  - 3.1. Libro diario.
  - 3.2. Libro mayor.
  - 3.3. Balance.
  - 3.4. Cuenta de pérdidas y ganancias.
  - 3.5. La memoria.
4. Principios contables.
  - 4.1. Principio del precio de adquisición.
  - 4.2. Principio de uniformidad.
  - 4.3. Principio de la partida doble.
  - 4.4. Principio del devengo.
  - 4.5. Principio de empresa en funcionamiento.

5. Terminología y conceptos contables básicos.
  - 5.1. Asiento.
  - 5.2. Cuenta.
  - 5.3. Cargar (adeudar o debitar) una cuenta.
  - 5.4. Abonar (acreditar o descargar) una cuenta.
  - 5.5. Liquidar una cuenta.
  - 5.6. Saldo de una cuenta.
  - 5.7. Saldar una cuenta.
  - 5.8. Reabrir una cuenta.
6. Clases de cuentas contables.
  - 6.1. Cuentas de activo.
  - 6.2. Cuentas de pasivos.
  - 6.3. Cuentas de ingresos y gastos.
  - 6.4. Cuentas de resultados.
  - 6.5. Cuentas correctoras o de compensación.
7. El balance.
  - 7.1. Utilidad del balance.
  - 7.2. Interpretación del balance.
8. La gestión de existencias.
  - 8.1. La importancia del control de las existencias y de su valoración.
  - 8.2. El inventario.
9. Sistemas más usados de valoración de existencias.
  - 9.1. LIFO
  - 9.2. FIFO.
  - 9.3. PMP.
  - 9.4. Otros sistemas.
10. Normas a tener en cuenta en la gestión de almacenamiento y valoración de existencias.
11. Cálculo de costes, beneficio y precio de venta al público.

### 6.5. Autoevaluación

- 1) Define el ciclo de producción, o ciclo productivo, y relaciona las etapas que lo componen en una empresa del sector de actividad económica para el que estás estudiando.
- 2) Analiza y explica cuál de los tres sistemas de valoración de existencias, de los estudiados en el capítulo, es más conveniente en tu sector de actividad.
- 3) Identifica, en una empresa de tu sector, cuáles son los costes fijos y cuáles los variables.
- 4) Realiza una distribución de costes, según la identificación de la actividad anterior y aplicando la fórmula facilitada, calcula el PVP de cualquiera de los productos que se van a elaborar.
- 5) Inventa un balance de una empresa de tu sector, e identifica en el activo y en el pasivo las masas fundamentales que se han analizado, esto es, en el activo (fijo, circulante y dentro del circulante las existencias, el realizable y el disponible), y en el pasivo (fijo a su vez distinguiendo entre fondos propios o neto patrimonial y exigible a l/p, y circulante o exigible a c/p).
- 6) Explica la diferencia que existe entre el ratio de tesorería y el de liquidez.
- 7) Qué importancia tiene para ti la contabilidad y la aplicación estricta de los principios contables.
- 8) Plantea un supuesto práctico que permita efectuar asientos en el libro diario, para llegar a confeccionar los mayores y el balance.

## Unidad didáctica 7. La financiación de la empresa

### 7.1. Introducción

Si financiar es aportar el dinero necesario para una empresa, financiación no es más que la acción y efecto de aportarlo. Entendido así se comprende de inmediato que la financiación aparece siempre ligada al concepto de empresa y a su funcionamiento, pues no sólo se aporta dinero (recursos económicos) en el momento de su constitución y puesta en marcha, también después la empresa continúa necesitando dinero para acometer nuevos proyectos, para invertir en la actualización y renovación de sus instalaciones, en la modernización de su maquinaria, herramientas y mobiliario, e incluso si se llegara a producir una situación de insolvencia transitoria o falta de liquidez como la estudiada en el epígrafe 7 del capítulo 1 de este texto.

Toda empresa precisa conocer sus necesidades de financiación, cuáles son las inversiones que tiene que acometer o en qué va a emplear el dinero, y dependiendo de éstos y otros



factores, decidirá dónde va a buscar esa financiación, es decir, qué fuente de financiación, de todas las que se estudian en este capítulo, va a utilizar para obtener los fondos, por resultar más ventajosa. Se incluye en este capítulo el tratamiento de las Sociedades de Garantía Recíproca y de las Sociedades de Capital Riesgo, ya que son dos tipos de sociedad especial, cuyo objetivo o fin es paliar la problemática con que se enfrentan las pymes a la hora de acceder a la financiación externa ajena.

Con el estudio del presente capítulo se pretende que el lector o alumno adquiera unos conocimientos mínimos sobre lo que representa la financiación en la empresa, las distintas fuentes de financiación, el inestimable apoyo que, para las empresas, representan las ayudas y subvenciones públicas, y la trascendencia del plan económico-financiero en el que vuelven a estar inmersos los conceptos de organización y planificación, ya vistos.

## **7.2. Contenido**

- Concepto de financiación y de fuentes de financiación.
- Clasificación de las fuentes de financiación.
- La financiación interna: las reservas y las amortizaciones.
- La financiación externa: propias (el capital) y ajenas (los créditos, el descuento bancario, el factoring, el leasing, proveedores y acreedores, empréstitos de obligaciones).
- Las ayudas y subvenciones públicas.
- La importancia y definición del plan económico-financiero de la empresa.

## **7.3. Objetivos**

- Conocer e identificar las distintas fuentes de financiación, para tomar la decisión más adecuada.
- Reflexionar sobre la importancia de las ayudas y subvenciones públicas y cómo se puede acceder a las mismas.
- Adquirir ideas mínimas para valorar la eficacia de la organización y planificación económico-financiera.
- Familiarizarse con algunos conceptos financieros básicos.

## 7.4. Desarrollo

### LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA

1. Definición de financiación. Las fuentes de financiación.
2. Clasificación de las fuentes de financiación.
3. Financiación interna.
  - 3.1. Las reservas.
  - 3.2. Las amortizaciones.
4. Financiación externa.
  - 4.1. Financiación externa propia: El capital.
  - 4.2. Financiación externa ajena.
    - 4.2.1. Créditos con bancos y otras entidades financieras, a corto plazo.
    - 4.2.2. Descuento bancario.
    - 4.2.3. Factoring.
    - 4.2.4. Proveedores, acreedores y otros suministradores, a corto plazo.
    - 4.2.5. Créditos con bancos y otras entidades financieras, a largo plazo.
    - 4.2.6. Leasing.
    - 4.2.7. Empréstitos de obligaciones.
    - 4.2.8. Proveedores, acreedores y otros suministradores, a largo plazo.
5. Las ayudas y subvenciones públicas.
  - 5.1. Concepto.
  - 5.2. Clasificación.
  - 5.3. Algunos ejemplos y detalle de los principales centros de gestión de las ayudas y subvenciones.
6. Plan económico-financiero de la empresa.
  - 6.1. Concepto y su importancia para el empresario.
  - 6.2. Apartados que componen el plan económico-financiero.
7. La sociedad de garantía recíproca (S.G.R.).
8. La sociedad de capital-riesgo.

## 7.5. Autoevaluación

- 1) ¿Cuáles de las fuentes de financiación estudiadas son las que consideras más ventajosas? Explícalo.

- 2) Lee detenidamente el cuadro clasificatorio de las fuentes de financiación y trata de reproducirlo.
- 3) ¿Por qué se considera necesario que toda empresa cuente con un plan económico-financiero propio?
- 4) Explica el contrato de leasing.
- 5) A la hora de buscar financiación externa ajena mediante un préstamo, ¿qué aspectos o elementos tendrías en consideración para decidir la entidad con la que formalizarías la operación?
- 6) Escribe un ejemplo práctico de cada uno de los tipos de inversión (productivas, especulativas y sin riesgo) analizadas en el epígrafe 3.2.

## **Unidad didáctica 8. La gestión de personal**

### **8.1. Introducción**

Los recursos humanos (elementos personales) son un componente trascendental para el éxito de la empresa. La gestión de estos recursos, que hemos denominado gestión de personal, no es sencilla y exige una cuidada planificación y organización, tanto a la hora de decidir contrataciones de personal como en el cumplimiento de las obligaciones que ello conlleva; por lo cual, vamos a tratar de facilitar ideas sobre los instrumentos, principios y técnicas que pueden ser de gran ayuda en esta gestión.

En este capítulo, en relación con la organización administrativa y concretamente al departamento o área de personal, se aborda la planificación de necesidades de contratación de personal, cómo se puede encontrar y seleccionar a los trabajadores, el contrato de trabajo o acuerdo de donde nacen los derechos y obligaciones del trabajador y del empresario, facilitando orientaciones de cómo calcular el coste de un trabajador, para terminar con nociones sobre el convenio colectivo, que es la principal norma no legal de regulación de las condiciones de trabajo.

Una vez concluido este capítulo, el lector tendrá toda una serie de elementos y datos que son de gran utilidad en la gestión del personal de una empresa, tanto en el ámbito de contratación, como en el de obligaciones y derechos de las partes, así como en el conocimiento de las normas que rigen las relaciones laborales.

## 8.2. Contenido

- Pautas para realizar una planificación de necesidades de personal que hay que contratar, y de los puntos de búsqueda.
- El contrato de trabajo, su formalización, modalidades y causas que pueden suspender o extinguir su eficacia.
- Las obligaciones y derechos de las partes del contrato (empresa y trabajador), con especial referencia al salario y la jornada.
- Claves para calcular lo que le cuesta un trabajador al empresario.
- El convenio colectivo como fuente básica de regulación de las relaciones de trabajo.

## 8.3. Objetivos

- Introducirse en la terminología básica y asimilar ideas elementales sobre la gestión de personal.
- Identificar las distintas modalidades de contratación laboral, para poder elegir el tipo de contrato más idóneo, según las necesidades empresariales.
- Familiarizarse con los derechos y obligaciones derivados del contrato de trabajo.
- Conocer la trascendencia del convenio colectivo como norma de regulación de condiciones laborales.

## 8.4. Desarrollo

### LA GESTIÓN DE PERSONAL

1. La selección de personal.
  - 1.1. Planificación de las necesidades de personal para la empresa.
  - 1.2. Las fuentes de búsqueda y reclutamiento de personal.
2. El contrato de trabajo.
  - 2.1. Concepto y partes del contrato.
  - 2.2. Forma y duración.
  - 2.3. El período de prueba.
  - 2.4. Modalidades de contratación.
  - 2.5. La suspensión y la extinción del contrato.
3. Obligaciones y derechos que nacen del contrato de trabajo.
  - 3.1. Obligaciones y derechos del trabajador.

- 3.2. Obligaciones y derechos del empresario.
- 3.3. El salario. La nómina. Deducciones salariales.
- 3.4. La jornada laboral.
- 4. Cómo calcular el coste de un trabajador.
- 5. El convenio colectivo.
  - 5.1. Concepto y contenido.
  - 5.2. Forma, duración y tramitación.

### **8.5. Autoevaluación**

- 1) Consigue el convenio colectivo del sector de actividad para el que te estás formando, estudia todo lo que prevea en relación con la jornada laboral y descansos, y extrae las diferencias con la regulación que sobre esas materias fija el Estatuto de los Trabajadores.
- 2) Calcula el coste empresarial de un trabajador, teniendo en cuenta que su salario íntegro mensual es de 661 euros, y tiene derecho a dos pagas extraordinarias de 601 euros cada una.
- 3) ¿Cuáles son las diferencias entre suspensión y extinción del contrato de trabajo?
- 4) Imagina que en la gestión de tu empresa tienes que decidir sobre la contratación de dos trabajadores, uno para cubrir un puesto durante los 3 meses de verano, al coincidir este período con la época de máxima actividad, y el otro es para cubrir la vacante del responsable del departamento de personal que se ha jubilado recientemente. Estudiando las modalidades de contratación, ¿cuál utilizarías para cubrir dichos puestos?

## **Unidad didáctica 9. La gestión comercial de la empresa**

### **9.1. Introducción**

En este capítulo nos vamos a ocupar de estudiar toda la información que cualquier empresa debe conocer para colocar sus productos en el mercado, haciéndolo de una manera eficaz, para lo cual debe saber utilizar las técnicas y actividades de marketing y sus componentes, así como las distintas estrategias que se deben poner en práctica. Toda empresa, como ya se ha visto, se fija periódicamente unos objetivos y todos los departamentos o áreas, que hemos estudiado, tienen sus competencias y funciones para contribuir a alcanzarlos. En este sentido, es destacable el papel tan trascendente que, en tal consecución, desempeña la gestión comercial de la empresa, que abarca desde que se tiene el producto o servicio, pasando por el estudio de mercado, definición de los clientes, establecimiento de

políticas de venta, distribución, el servicio de posventa, hasta la continuidad en la información y asesoramiento de nuevos productos.

Tratando de seguir un orden didáctico, el capítulo se inicia con un apartado que trata de centrar el tema, definiendo y delimitando la relación de la empresa y el mercado, para continuar con la diferenciación entre las distintas clases de mercados y así llegar al desarrollo del marketing y sus componentes, y de los distintos instrumentos que se pueden utilizar en la gestión comercial.

Una vez concluido este capítulo, y como siempre auxiliado por el profesor, el lector debe asimilar el significado y la importancia, creciente, que tiene la organización comercial en la empresa, en cualquier empresa, aunque evidentemente su magnitud dependerá de las características de cada una de ellas, pues no todas precisan de idéntica gestión comercial, aun perteneciendo al mismo sector. Ahora bien, lo que sí es conveniente es conocer todos los elementos de este ámbito empresarial y saber utilizarlos correctamente.

## **9.2. Contenido**

- Ideas básicas y preliminares sobre los distintos tipos de mercado y la relación de interdependencia entre la empresa y el mercado.
- El marketing como técnica básica en la organización comercial. El “marketing mix”.
- Componentes o instrumentos del marketing: producto, precio, comunicación y distribución.
- El merchandising.

## **9.3. Objetivos**

- Reflexionar sobre la necesidad, en la actualidad, de que toda empresa debe delimitar y conocer su mercado, saber utilizar las técnicas comerciales para captar clientes y colocar su producto o servicio.
- Diferenciar los distintos tipos de mercado.
- Familiarizarse con los términos, actividades e instrumentos de la comercialización.

## **9.4. Desarrollo**

### **LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA**

1. La empresa y el mercado.
2. Clases de mercados.

3. El marketing y sus componentes. Marketing mix.
  - 3.1. Producto.
    - 3.1.1. Segmentación del mercado.
    - 3.1.2. Ciclo de vida del producto.
  - 3.2. Precio.
    - 3.2.1. Sistemas de fijación de precios basados en la competencia y en los costes de la empresa.
  - 3.3. Comunicación.
    - 3.3.1. Publicidad.
    - 3.3.2. Promoción.
    - 3.3.3. Relaciones públicas.
    - 3.3.4. Venta personal.
  - 3.4. Distribución.
4. Merchandising.

#### **9.5. Autoevaluación**

- 1) Piensa en un sector de actividad al que te gustaría dedicarte, describe un producto, detallando en qué basarías su venta.
- 2) Calcula el PVP de ese producto, siguiendo el sistema basado en los costes.
- 3) Describe el ciclo de vida de ese producto. Representalo en un gráfico.
- 4) Desarrolla una acción de merchandising que podría utilizarse respecto a dicho producto.
- 5) Explica qué entiendes por nicho o hueco de mercado.
- 6) Explica qué entiendes por ventaja diferencial del producto.

## **Unidad didáctica 10. La fiscalidad de la empresa**

### **10.1. Introducción**

Este capítulo trata de ofrecer la información suficiente sobre el papel del Estado (sector público) en la economía de los países y de sus miembros, pues desde su intervención en la actividad económica realiza un papel regulador trascendental, que se materializa en reajustes sobre la asignación de recursos, la redistribución de la renta, posibilitar y fomentar el

desarrollo económico de las empresas y de los individuos (gastos), sin olvidar su función recaudatoria (ingresos) para poder cumplir con todos los objetivos anteriores.

La principal fuente de ingresos públicos la constituyen los tributos, por lo que en este capítulo se dedica especial atención a los mismos, ofreciendo unas ideas básicas sobre su concepto, elementos y clasificación, para poder abordar el tema de la relación entre fiscalidad y empresa, aspecto que puede variar dependiendo de la forma jurídica empresarial adoptada.

Igualmente, y con la profundidad que permiten las circunstancias, se estudia la estructura básica de los cuatro tributos que hemos considerado de mayor interés y que afectan a las empresas.

A la finalización del capítulo, el lector debe haber adquirido elementos para comprender las funciones del Estado, su intervención asumiendo el papel de regulador de la economía, en cuyo cumplimiento realiza gasto, y para lo cual necesita ingresos, encontrándose ahí la justificación de la actividad recaudatoria del Estado. Asimismo, debe haber asimilado el concepto de tributo, sus clases y la manera en que afectan a la actividad empresarial.

## **10.2. Contenido**

- Nociones sobre la actividad económico-financiera del Estado y las funciones que cumple.
- Ideas sobre los ingresos públicos y sobre los tributos como su fuente principal. Concepto y elementos que componen el tributo, así como su clasificación. Nociones básicas sobre la incidencia de los tributos en la empresa, con especial mención de los cuatro que se consideran de mayor interés.

## **10.3. Objetivos**

- Reflexionar sobre las funciones del sector público, la necesidad de la recaudación y la obligación de tributación, de todos, sin fraude.
- Conocer y diferenciar los distintos tipos de tributo y su naturaleza.
- Identificar los impuestos que gravan el ejercicio de una actividad empresarial. Familiarizarse con conceptos y términos básicos en el ámbito de la fiscalidad de la empresa.



#### **10.4. Desarrollo**

##### **LA FISCALIDAD DE LA EMPRESA**

1. La actividad económico-financiera del Estado. La Hacienda Pública.
2. Los ingresos públicos.
  - 2.1. Concepto.
  - 2.2. Clases.
3. Los tributos.
  - 3.1. Concepto.
  - 3.2. Elementos del tributo.
  - 3.3. Clases.
4. Relación entre la forma jurídica de la empresa y la fiscalidad.
5. El impuesto sobre actividades económicas (IAE).
6. El impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF).
7. El impuesto sobre sociedades (IS).
8. El impuesto sobre el valor añadido (IVA).

#### **10.5. Autoevaluación**

- 1) ¿Qué diferencias hay entre los tributos proporcionales y los progresivos?
- 2) Calcula el IVA repercutido y extiende la factura del siguiente supuesto: Un restaurante te pide, para sus elaboraciones, café y miel, cuyo importe total de los productos asciende a 1.803 euros. Le concedes a ese cliente un descuento por pronto pago del 5%.
- 3) Ejerces, como empresario individual, la actividad de instalador de gas en Madrid capital. Con ese mismo IAE, ¿puedes ejercer la actividad de restaurador de muebles en Madrid capital? Razona tu respuesta y explica cómo deberías actuar.
- 4) Relaciona y explica cinco diferencias entre el IRPF y el IS.
- 5) Confecciona un cuadro comparativo de los cuatro impuestos estudiados en el capítulo (IAE, IRPF, IS e IVA), basado en los siguientes elementos: Hecho imponible, sujeto pasivo, base imponible, base liquidable, período impositivo y tipo impositivo.

## **Unidad didáctica 11. El proyecto o plan de empresa**

### **11.1. Introducción**

Como corolario de los capítulos estudiados, en el presente tratamos la puesta en práctica de todos los conocimientos adquiridos para que el alumno pueda elaborar un proyecto empresarial –su plan de empresa–, trabajando sobre una idea de negocio y apoyándose en lo que en este capítulo se desarrolla, como guía para realizar su propio plan de empresa.

En eso consiste básicamente el diseño de un proyecto de empresa, esto es, plasmar la idea y desarrollarla hasta sus últimos detalles, pero como siempre con organización, para no olvidar ningún aspecto de los que consideramos imprescindibles y que en mayor o menor profundidad han sido tratados en este texto.

Conviene reflexionar sobre la importancia que tiene el plan de empresa, pues no sólo es un ejercicio didáctico para fijar conocimientos, sino que el documento final que se obtiene es vital para la puesta en marcha y funcionamiento de cualquier empresa, ya que, por un lado, permite observar las probabilidades de éxito siempre que se haya desarrollado ordenadamente sin dejar aspecto alguno al azar, y, por otro lado, la experiencia nos muestra que un plan de empresa bien elaborado ayuda a conseguir financiación, subvenciones públicas, socios e incluso clientes.

A la conclusión de este capítulo, se pretende haber conseguido un acercamiento del lector a toda la información que se precisa tener en cuenta y los pasos que se deben dar para crear una empresa y ponerla en marcha, todo lo cual quedará estructurado y reflejado en el documento básico que denominamos plan de empresa. Este capítulo es eminentemente práctico, pues lo que se persigue es hacer reflexionar al alumno sobre todos y cada uno de los aspectos que ha de contemplar y que, con la ayuda del profesor, le sirva de guía para conseguir la elaboración de un plan de empresa y analizar su viabilidad.

### **11.2. Contenido**

- La idea, su maduración y los objetivos.
- La forma jurídica más adecuada.
- El producto/servicio, el mercado, la competencia, la comercialización para captar clientela.
- La organización empresarial. Los aspectos económico-financieros.

### **11.3. Objetivos**

- Adquirir los conocimientos y la información necesaria para elaborar el plan.
- Familiarizarse con la vertiente práctica de todo lo visto en el texto acerca de la organización y planificación empresarial.
- Reflexionar sobre todas las dudas y obstáculos que pueden producirse ante la puesta en marcha de cualquier empresa.
- Elaborar su propio plan de empresa.

### **11.4. Desarrollo**

#### **EL PROYECTO O PLAN DE EMPRESA**

1. Presentación del plan de empresa.
  - 1.1. La idea y los objetivos.
  - 1.2. El producto/servicio.
  - 1.3. El mercado.
  - 1.4. La clientela.
  - 1.5. La competencia.
  - 1.6. La comercialización de nuestro producto/servicio.
  - 1.7. La localización o ubicación.
2. Estructura y organización de la empresa.
  - 2.1. Necesidades de personal.
  - 2.2. La dirección.
  - 2.3. Organigrama.
3. Estudio económico-financiero.
  - 3.1. La inversión precisa para la puesta en marcha.
  - 3.2. Fuentes de financiación.
  - 3.3. Previsión de ventas y gastos.
  - 3.4. Presupuesto de tesorería, balance y cuenta de resultados.
  - 3.5. Umbral de rentabilidad.
4. La elección de la forma jurídica para mi empresa.
  - 4.1. Aspectos que deben tenerse en cuenta a la hora de elegir la forma jurídica.
    - 4.1.1. La responsabilidad.
    - 4.1.2. La fiscalidad.

5. Trámites para la constitución y puesta en marcha.
6. Una reflexión sobre el proyecto y consejos prácticos para su puesta en marcha.

### **11.5. Autoevaluación**

- 1) Siguiendo el esquema ofrecido en el capítulo, se deberá desarrollar un plan de empresa, trabajando sobre los datos que se obtengan de las distintas fuentes indicadas y sobre otros datos más específicos que resulten de interés según el sector, producto o servicio. Para su realización resulta de gran utilidad la carpeta (documentos, impresos y oficiales, etc.) que se proponía conformar en la actividad de autoevaluación 3 del capítulo 3.

## **9. Material didáctico (material y equipos didácticos)**

En primer lugar debemos considerar el libro *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa* como el primer material didáctico con el que cuenta el profesor y el alumno para el aprendizaje.

El libro se ha diseñado pensando en ello y se ha procurado ilustrar profusamente, incluyendo ejemplos prácticos, esquemas, tablas y cuadros, etc. Asimismo se incluye un glosario que simplifica la comprensión de los conceptos y definiciones englobadas en las 11 unidades didácticas.

Desde el punto de vista práctico el material didáctico de apoyo más idóneo para impartir las clases es:

- Documentación: Documentación administrativa, como facturas, albaranes, notas de pedido, letras de cambio, cheques, pagarés, etc.
- Documentación de organismos oficiales: Permisos de apertura, permisos de obra, petición de suministro eléctrico, de gas, de telefonía, de Internet, etc. Libros de contabilidad, libros auxiliares, archivos de clientes, archivo de proveedores, etc.
- Tratamiento de la información: Tramitación administrativa. Obligaciones oficiales ante organismos de la administración local, autonómica y central. Obligaciones fiscales. Soportes informáticos para el desarrollo técnico-económico de la empresa: paquetes básicos de gestión (de los existentes en el mercado).
- Operaciones comerciales con clientes y proveedores. Las gestorías.

## **10. Evolución de la competencia profesional**

### **10.1. Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos**

Presentamos a continuación una serie de cambios previsibles que caracterizan un sector tan dinámico como el de los productos electrónicos de consumo y que con toda seguridad influirán en la competencia de la figura que estamos tratando:

- Los cambios tecnológicos en los equipos de consumo y sus instalaciones asociadas son vertiginosos, tanto en materiales y componentes como en las técnicas de mantenimiento asociadas. Destacan la utilización de tecnologías de montaje superficial (SMT), sistemas digitales y microprocesados, tecnologías ópticas (lectores, grabadores y fibras), telecomunicaciones móviles, integración de los sistemas de tratamiento de la información y de telecomunicación.
- Se prevé que los clásicos pequeños talleres de mantenimiento de equipos electrónicos de consumo darán paso a empresas de servicios que responderán a los nuevos requerimientos, incluyendo las nuevas gamas de equipos electrónicos de consumo que constantemente están apareciendo en este sector, así como las instalaciones asociadas a los mismos.
- La incorporación de las nuevas tecnologías de la información (informática y telecomunicaciones) como medios de producción polivalentes y de utilización masiva en la mayoría de las empresas actuales y previsiblemente en aumento en el futuro, así como la liberalización progresiva que está ocurriendo en el sector de las telecomunicaciones está dando lugar, cada vez más, a la actualización y creación de empresas de servicios de telecomunicación e informáticas que paulatinamente se irán especializando en los distintos productos y servicios que continuamente son demandados por los clientes.

### **10.2. Cambios en las actividades profesionales**

Los procedimientos de operación manual no sólo se mantendrán, sino que se incrementarán en complejidad al utilizar materiales y dispositivos basados en nuevas tecnologías junto a sus correspondientes medios de producción asociados (soldadura y desoldadura de componentes electrónicos en montaje superficial –SMD–, medida de parámetros en equipos basados en tecnologías digitales y microprocesadas, tecnologías ópticas y mecánica de precisión).

Se incorporan nuevas técnicas de diagnóstico de averías basadas en la utilización de herramientas combinadas de tipo “hardware” y “software”, que producirán cambios específicos en los procedimientos que se deben utilizar en la actividad de este profesional.

El hecho de centrar su actividad en equipos electrónicos de consumo y de las instalaciones asociadas a ellos, requerirá, cada vez más, garantías de fiabilidad y calidad en las intervenciones realizadas y unos tiempos de actuación cortos que justifiquen su reparación, dada la tendencia en la reducción del coste de tales equipos.

### **10.3. Cambios en la formación**

Las necesidades de formación se deducen del tipo de productos electrónicos específicos y de los servicios que este profesional tiene que ofrecer en su actividad. La rápida evolución tecnológica de los materiales, equipos y técnicas específicas que se utilizan, así como la constante aparición de nuevos productos demandan de los técnicos una formación continuada que les permitan mantener su nivel de competencia y, por lo tanto, su ocupación laboral.

Especialmente la utilización de nuevas tecnologías y las técnicas específicas asociadas, así como la incorporación de los equipos de tratamiento de la información y de telecomunicaciones, demandan una formación continuada en tecnologías digitales, microprocesadas, ópticas, y en la utilización de herramientas de diagnóstico de averías de tipo “software” y “hardware” combinadas.

Una formación en calidad de la actuación y fiabilidad de las intervenciones, debe enfocarse a conseguir una concepción global de la misma y de su importancia en este tipo de actividad tan cercana al cliente.

Deberá conocer y aplicar la normativa de seguridad personal y de los equipos y materiales para sus actuaciones, tanto en el taller como en campo, así como de la normativa y documentación específica que regula su actividad.