

La gestió econòmica i financera d'una AAVV

Un enfoc de control de gestió



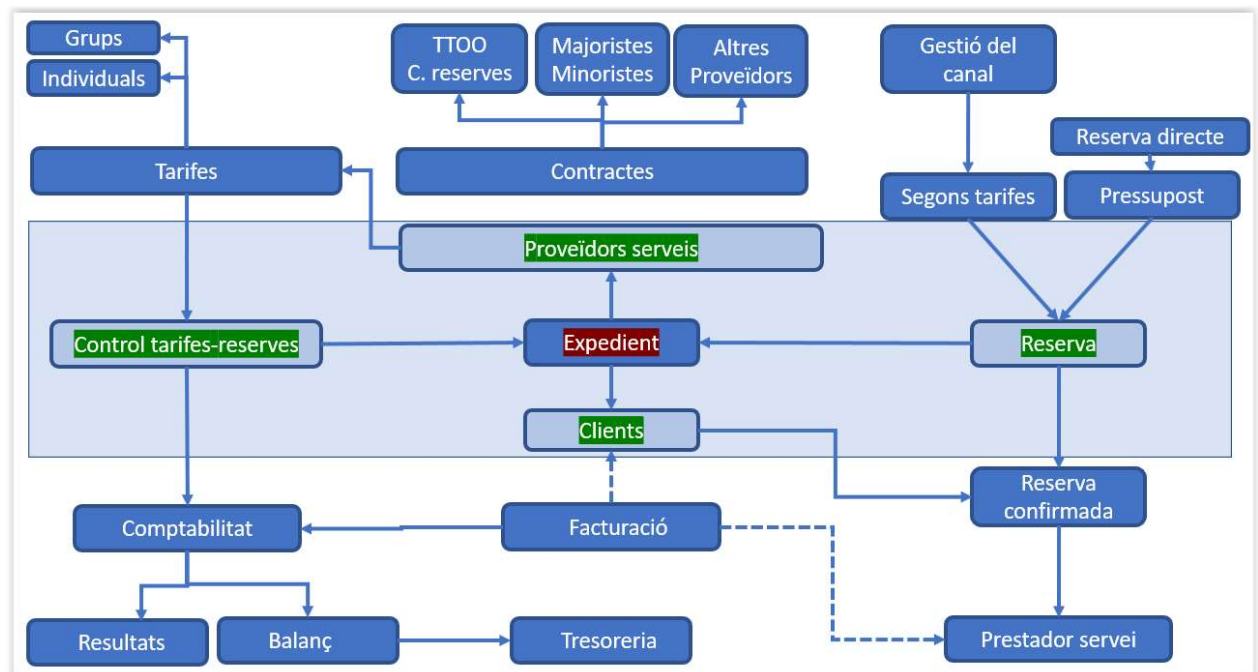
Elements bàsics de gestió d'una AAVV

Es obvi que hi ha diferents enfocament per gestionar una AAVV, aquí es parteix del **expedient** per articular tota la gestió, doncs es on es posen en relació:

- Proveïdors de serveis
- Clients
- Tarifes
- Reserves

Els altres elements importants tenen a veure en el **suport documental i legal** de les operacions i en la posterior facturació **comptabilització i liquidació correcte especialment del IVA.**

Tot això per arribar al **balanç i als resultats** que es on es resumeix **la situació financera, econòmica i patrimonial de l'empresa** i que haurèm de presentar a Hisenda



Intel·ligència artificial al servei de les AAVV

El programa es al núvol, **es recomana enllaçar al drive** per evitar pèrdues de documents, es dels programes de ultima generació que permet gestionar integralment una AAVV inclús qüestions de detall com el enregistrament de jornada, la comptabilitat i la presentació d'impostos.

Calcula automàticament el tipus de factura que cal fer als proveïdors en funció del regim d'IVA o IGIC que té:

- Regim general
- Regim especial agències de viatja (REAV)
- Disposició addicional quarta (DAQ)



El IVA i les AAVV

Tres tipus de facturació:

- Factura emesa en nom i compte del proveïdor dels serveis. Regim general **Creditors i despeses**
- Factura acollida al règim especial de les agències de viatge Art.6.1.n. del RD 1619/2012, de 30 de novembre. **Majoristes a comissió, Majoristes i minoristes preu net**
- Factura emesa segons el previst a la Disposició Addicional 4^a, Real Decret 1619/2012, modificat per R.D. 1075/2017 de 29 de desembre y pel R.D. 1512/2018 de 28 de desembre. **Centrals de reserves i operadors turístics, Creditors i despeses**
- Als que cal afegir la **inversió de subjecte passiu** (comissions de Booking per exemple)

	MARGE	30%	CAS NORMAL	
TIPUS IVA		COMPRA	IVA-S	PROVEÏDOR
10%	ESTADA	1000	100	1100
21%	ACTIVITAT	500	105	605
10%	TRANSPORT	500	50	550
	TOTAL	2000	255	2255

			INVERSIÓ SUBJECTE PASSIU		
TIPUS IVA		COMPRA	IVA-S	IVA-R	PROVEÏDOR
10%	ESTADA	1000	100	100	1000
21%	ACTIVITAT	500	105	105	500
10%	TRANSPORT	500	50	50	500
	TOTAL	2000	255	255	2000

CALCULS REGIM GENERAL						RESULTATS					
TIPUS IVA		VENDA	IVA-R	CLIENT	MARGE		VENDA	COMPRA	IVA COST	BENEFICI	IVA NO COST
10%	ESTADA	1300	130	1430	300		ESTADA	1300	1000	0	300
21%	ACTIVITAT	650	136,5	786,5	150		ACTIVITAT	650	500	0	150
10%	TRANSPORT	650	65	715	150		TRANSPORT	650	500	0	150
	TOTAL	2600	331,5	2931,5	600		TOTAL	2600	2000	600	76,5
CALCULS REGIM ESPECIAL AGENCIES DE VIATGE REAV											
TIPUS IVA		VENDA	IVA-R (21%)	CLIENT	MARGE		VENDA	COMPRA	IVA ES COST	BENEFICI	IVA NO COST
10%	ESTADA	1372,72727	57,2727273	1430	330		ESTADA	1372,72727	1000	100	272,727273
21%	ACTIVITAT	755	31,5	786,5	181,5		ACTIVITAT	755	500	105	150
10%	TRANSPORT	686,363636	28,6363636	715	165		TRANSPORT	686,363636	500	50	136,363636
	TOTAL	2814,09091	117,409091	2931,5	676,5		TOTAL	2814,09091	2000	255	559,090909
NO SUBJECTES IVA											
TIPUS IVA		VENDA	IVA-R	CLIENT	MARGE		VENDA	COMPRA	IVA COST	BENEFICI	IVA
0%	ESTADA	1300	0	1300	300		ESTADA	1300	1000	0	300
0%	ACTIVITAT	650	0	650	150		ACTIVITAT	650	500	0	150
0%	TRANSPORT	650	0	650	150		TRANSPORT	650	500	0	150
	TOTAL	2600	0	2600	600		TOTAL	2600	2000	0	600
INVERSIÓ DE SUBJECTE PASSIU											
TIPUS IVA		VENDA	IVA-R	CLIENT	MARGE		VENDA	COMPRA	IVA COST	BENEFICI	IVA
0%	0	1300	0	1300	1300		ESTADA	1300	1000	0	300
0%	0	650	0	650	650		ACTIVITAT	650	500	0	150
0%	0	650	0	650	650		TRANSPORT	650	500	0	150
	0	2600	0	2600	2600		TOTAL	2600	2000	0	600

La DAQ Disposició addicional quarta

La disposició addicional quarta permet fer, el que alguns o molts ja feien, es a dir facturar per compte del proveïdor dels Serveis (Centrals de reserves, operadors turístics, empreses i particulars) a un client que no es estrictament parlant client de l'agència.

De fet el que fa la DAQ es reconèixer que les agències fins al moment actuaven de forma irregular i els dona a partir d'ara opcions de fer-ho sota condicions determinades però amb màniga ampla la possibilitat de facturar amb el seu NIF per compte d'altre.

Es difícil valorar aquesta disposició en quan que pot beneficiar algunes parts en detriment d'altres i quan **arriba tard en uns moments en que la facturació electrònica permet resoldre la problemàtica crec que protegint millor els interessos de les diferents parts**

- hasta ahora facturábamos a nuestro cliente servicios que nos comisionaba, por una central hotelera, un hotel... la realidad es que no era correcto hacerlo de tal forma ya que al ser intermediarios nuestro cliente no era tal
- Lo correcto en este punto de la historia hubiese sido que a la agencia de viajes a través de un acuerdo comercial con la central hotelera le hubiesen permitido emitir facturas en nombre del prestador del servicio, o bien, hubiese cedido los datos del cliente final al prestador del servicio para que facturase la central hotelera, cosa que a priori no parece muy interesante comercialmente.
- hasta la entrada en vigor de esta DAC hemos estado actuando, sino de forma ilegal podríamos decir que de forma poco ortodoxa. La DAC nos viene a decir: “De acuerdo, Agentes de viajes, ustedes están facturando unos servicios que en realidad presta otra empresa en la que ustedes son simples intermediarios, pongamos orden, a partir de ahora podrán facturar estos servicios para ello deberán no obstante cumplir unos requisitos.

L'IMPORTÀNCIA DEL IVA EN LES AAVV

L' impost sobre el valor afegit, tot i que donaria per molt parlar es un impost que **es configura com a neutre en relació a l'activitat econòmica**, doncs si el repercuteixes, cal el liquidis a hisenda i si el suportes el dedueixes de la declaració.

Aquesta es la situació normal, però hi ha **excepcions que tenen a veure amb l'activitat** com es el REAV o en ser consumidor final, on l'iva suportat no es pot deduir i es un cost per l'empresa o persona, o **que tenen a veure amb l' ubicació geogràfica** com la no subjecció o l'inversió de subjecte passiu.

	IVA SUPORTAT	IVA REPERCUTIT
REGIM GENERAL	DEDUIBLE NO COST	A LIQUIDAR NO BENEFICI
REAV	NO DEDUIBLE COST	A LIQUIDAR NO BENEFICI
FORA UE	NO SUBJECTE NO COST	NO SUBJECTE NO BENEFICI

Anàlisi de la informació financera d'una AAVV

Després de gestionar s'obtenen uns resultats que seran la base que utilitzarem per demostrar la situació del negoci a terceres persones:

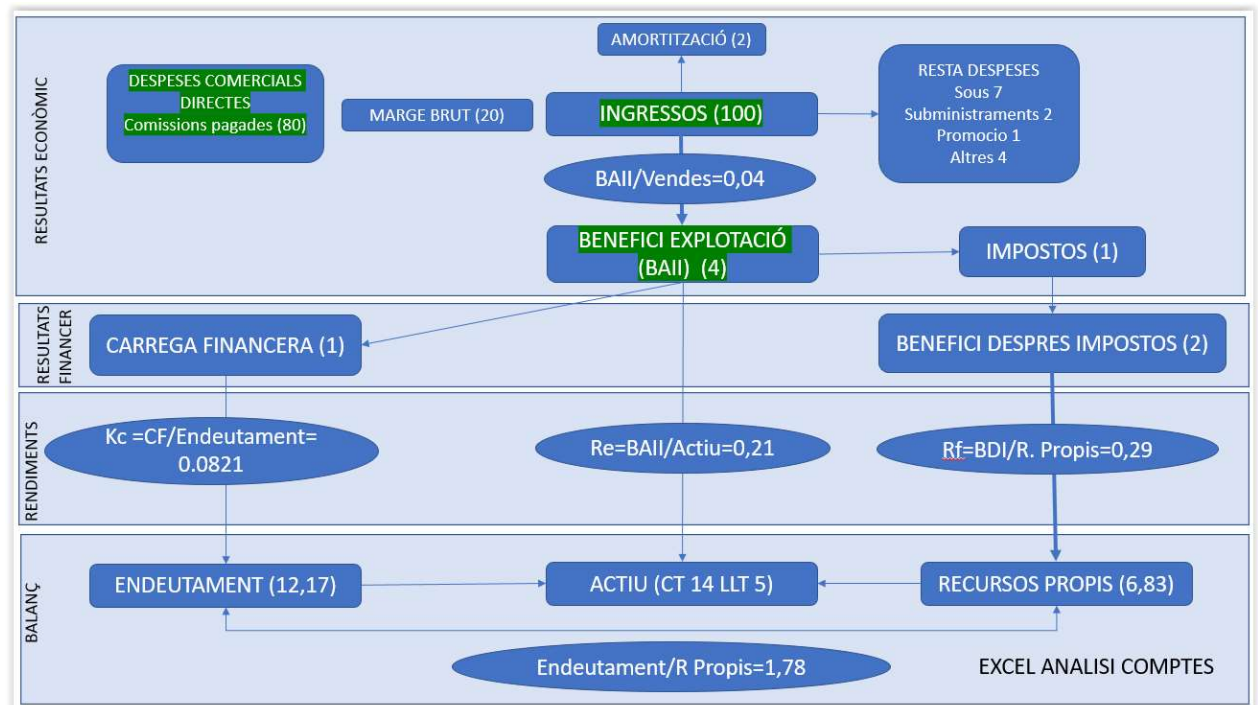
Hisenda per pagar impostos

Seguretat Social per poder justificar ERTES.

Bancs per demanar finançament.

Sobretot en el món volàtil de les AAVV es important un seguiment continuat per detectar qualsevol indicatiu que ens posi sobre avis i ens permeti prendre mesures correctores.

Especialment important per més que a cops el **BALANÇ** té la fama, són el compte de **RESULTATS**, que indica la capacitat de guanyar diners i la **TRESORERIA** que fa referència a la capacitat de fer front als pagaments puntualment

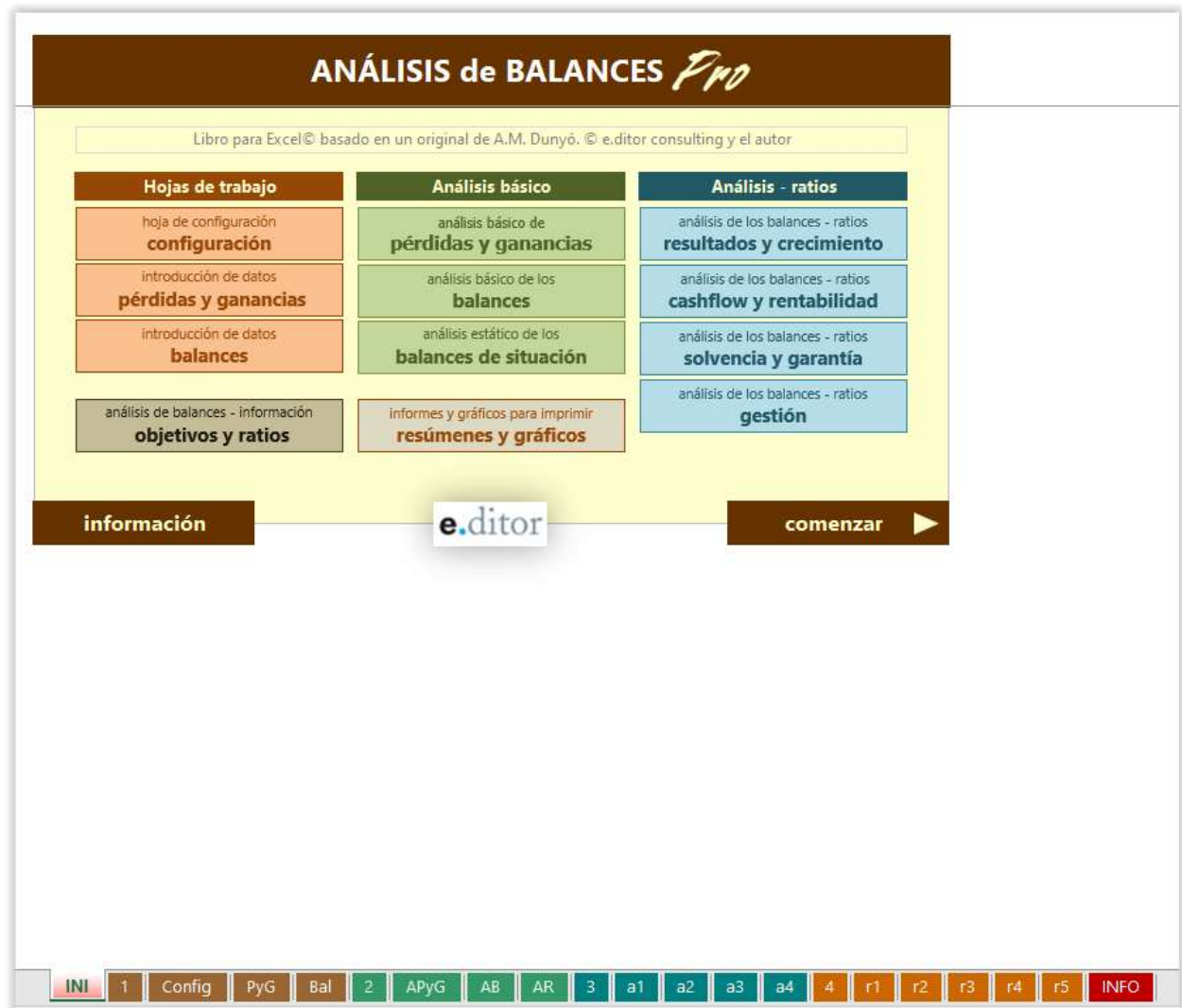


Excel com eina per fer anàlisi dels estats financers de un AAVV

Amb l' Excel podem tenir una eina que ens pot simplificar extraordinàriament el control de la situació de la AAVV.

Aquest model que es facilita, només requereix entrar la informació del compte de resultats i del balanç i es posa a treballar per nosaltres, per detectar situacions a millorar, a corregir o a potenciar, aquí ens dona fet:

- Anàlisi bàsic (Pèrdues i Guanyos i Balanç i gràfics)
- Anàlisi de ratis (Resultats, creixement, Cash Flow i Rendibilitat; Solvència i Garanties i Gestió).



Yield Management and revenue management

La tecnologia permet que les **dades treballades i transformades en informació** ajudin a millorar el rendiment, si tenim una tipologia de la demanda que permet buscar la **millor relació ocupació-preus**, com es el cas del sector al que serveixen les AAVV.

La clau esta en coneixer la informació històrica i treballar-la per aconseguir els millor resultats, es a dir:

- Maximitzar els ingressos del periode de referència
- Minimitzar les despeses d' operació del periode de referencia.
- Pero també gestionar l'evolució

El procés previ es un anàlisi de mercat que permeti **identificar segments, diferenciar-los, triar el target i posicionar-se**, en definitiva una estrategia de marketing

