



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO DE LA FACTURA ELECTRÓNICA
PARA SU IMPLANTACIÓN EN LA FERIA
MUESTRARIO INTERNACIONAL DE
VALENCIA**

María Antonia Rodríguez Linares

TRABAJO FINAL DE CARRERA

DIPLOMATURA DE GESTIÓN DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Director: Aurelio Herrero Blasco

Noviembre 2012



**ESTUDIO DE LA FACTURA ELECTRÓNICA PARA SU IMPLANTACIÓN EN LA FERIA MUESTRARIO
INTERNACIONAL DE VALENCIA**

Agradecimientos

Quería agradecer en primer lugar a mi novio Víctor, por ser un ejemplo de sacrificio y superación y por animarme a estudiar y mejorar cada día.

A mis amigos Miguel y Esther, por ser un ejemplo a seguir y por animarme a hacer este trabajo y estar pendientes de mi.

Al profesor Aurelio Herrero por su ayuda inestimable en realizar este trabajo.

Gracias a todos.

Índice

Índice de Ilustraciones	5
Índice de Tablas	6
Acrónimos	7
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Resumen del trabajo de fin de carrera.....	11
1.2 Objeto del TFC y asignaturas relacionadas.....	13
1.3 Objetivos	16
2. ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL	19
2.1 Motivación y justificación del TFC.....	19
2.2 Coyuntura económica.....	20
2.2.1 Actividad Económica	20
2.2.3 Demanda Exterior	24
2.2.5 Empleo	27
2.2.6 Rentas.....	29
3. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SU IMPLANTACIÓN EN LAS EMPRESAS.	33
3.1 La importancia de las nuevas tecnologías en las organizaciones.....	33
3.2 La situación de las TIC's en España.	36
3.3 Factura electrónica	40
<i>Obligaciones legales para el expedidor:</i>	42
<i>Obligaciones legales para el destinatario:</i>	44
<i>Sistema de facturación electrónica:</i>	45
4. ANÁLISIS DE LA FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.	51
4.1 Análisis Operativo y de Procesos.....	51
4.3 Marketing	72
4.4 Finanzas.....	77
5. LA IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA EN LA FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.	91
5.1 Procedimiento	91

5.2 Presupuesto	104
6. CONCLUSIONES.	111
BIBLIOGRAFIA	117
ANEXOS	121

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Producto Interior Bruto	22
Ilustración 2: Demanda nacional y externa	25
Ilustración 3: Base de las TIC.....	33
Ilustración 4: Datos de una Factura Electrónica.....	45
Ilustración 5: Diagrama de Facturación Electrónica	46
Ilustración 6: Beneficios de la Factura Electrónica.....	48
Ilustración 7: La eficacia de las ferias comerciales en el proceso de ventas.....	73
Ilustración 8: Evolución del Resultado del ejercicio.....	81
Ilustración 9: Evolución del importe neto de la cifra de negocios.....	82
Ilustración 10: Gráfico del balance. Activo.....	83
Ilustración 11: Gráfico del balance. PASIVO	84
Ilustración 12: Metodología de implantación.....	93

Índice de Tablas

Tabla 1: Oferta.....	26
Tabla 2: Empleo. Puestos de trabajo equivale a tiempo completo.	28
Tabla 3: Rentas. Precios corrientes.....	29
Tabla 4: Rentas. Descomposición del deflactor del PIB. Aportaciones.....	30
Tabla 5: Penetración de PCs en las empresas españolas (%)	37
Tabla 6: Las TIC en las empresas españolas durante 2010 (%)	38
Tabla 7: Formación TIC en 2009	39
Tabla 8: Herramientas de Publicidad	54
Tabla 9: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.....	55
Tabla 10: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.....	56
Tabla 11: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.....	58
Tabla 12: Balance de situación preparado para el análisis.	79
Tabla 13: Ratio de Liquidez	85
Tabla 14: Ratios de endeudamiento.....	87

ACRÓNIMOS

AEAT	Agencia Estatal de Administración Tributaria
AENOR	Asociación Española de Normalización y Certificación
CCAA	Comunidades Autónomas
CRL	Lista de Certificados Revocados
DOC	Formato de archivo utilizado por el procesador de texto Microsoft Word.
EDI	Intercambio Electrónico de Datos
EDITFACT	Aplicación para crear Facturas
ERP	Planificación de Recursos Empresariales
INE	Instituto Nacional de Estadística
IVA	Impuesto sobre el Valor Añadido.
JPG	Joint Photographic Experts Group (Formato de archivo para imagen)
PC	Personal Computer (Ordenador)
PDF	Formato de Documento Portátil (Formato de Adobe Acrobat)
PIB	Producto Interior Bruto
PYMES	Pequeña y Medianas Empresas
QAFE	Certificado de calidad de Asociación de Ferias Españolas
SAP	Software Solutions Applications (programa para la gestión empresarial).
SICTED	Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos

TIC	Tecnología de la Información y Comunicación
TXT	Archivo informático compuesto únicamente por texto sin formato.
XLS	Formato de archivo utilizado para hoja de cálculo de Microsoft Excel.
XML	Extensible Markup Language (define la gramática de lenguajes específicos, aplicación para las páginas Web).

Capítulo 1:

Introducción

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Resumen del trabajo de fin de carrera

El presente trabajo final de carrera tiene como propósito el estudio de la factura electrónica para su implantación en Feria Valencia.

Actualmente en Feria Valencia se utiliza la factura tradicional y esto conlleva un largo proceso para su recepción y posterior contabilización. Puesto que poseen un gran equipamiento de sistema de información y cuenta con el software de gestión SAP, que se complementan con todos los departamentos facilitando la gestión de la empresa. Se podría realizar la implantación de la factura electrónica.

En estos momentos es importante hacer un buen uso de las tecnologías de la información y la comunicación, ya que son capaces de facilitar el acceso a los recursos que contribuyen a una mejora de la eficiencia y la competitividad en los negocios.

En primer lugar realizaremos un análisis económico en el que se encuentra en estos momentos España y de cómo afecta esta situación a Feria Valencia.

A continuación hablaremos de las nuevas tecnologías de la información en España ya que son muy relevantes, permiten obtener y procesar mucha más información que los medios manuales. Abarcan los equipos y aplicaciones informáticas y las telecomunicaciones muy importantes en el sector empresarial, resultan fundamentales porque con ellas se puede contar con toda la información oportuna para tomar las mejores decisiones adecuadas. Analizaremos si se están utilizando todo lo que se debería a nivel español, también por CCAA. Analizaremos en el caso de la penetración de los PCs en las empresas, la intensidad de uso de Internet en las empresas españolas, la presencia en las empresas españolas de redes tipo Intranet o Extranet y el porcentaje de empresas con formación en las TICs.

Posteriormente procederemos hablar de la factura electrónica, concepto, características, condicionantes para que se cumpla su condición de factura electrónica, requisitos del formato de la factura electrónica, legislación que debe cumplir y las ventajas que aporta la factura electrónica en las empresas.

Seguidamente realizaremos un análisis de la organización de la Feria Valencia. Primero indicaremos el proceso de cómo se realiza una feria. Hablaremos de la organización, de cómo está constituida, cuales son los departamentos que la conforman y haremos un análisis financiero de la misma.

A continuación procederemos a la implantación de la factura electrónica. Primeramente expondremos los pasos del procedimiento para que sea eficaz dicha implantación. Posteriormente analizaremos la inversión necesaria para llevar a cabo la implantación, así como los programas de ayuda de los que nos podemos beneficiar, además del calendario de implantación y los posibles sistemas de control.

Por último presentaremos las conclusiones, sintetizando los puntos más importantes de cada capítulo del trabajo.

1.2 Objeto del TFC y asignaturas relacionadas.

El objeto del presente trabajo es realizar un estudio de la factura electrónica para su implantación en Feria Muestrario Internacional de Valencia.

Las asignaturas relacionadas se muestran a continuación.

CAPITULO 1	INTRODUCCIÓN.
Asignaturas relacionadas	<p>Información y Documentación Administrativa / Informática Básica.</p> <p>Gestión Administrativa II.</p>
Breve justificación	<p>Informática Básica: Ayuda a mejorar los conocimientos básico de informática para realizar operaciones informática estándares usando la tecnología informática y paquetes de Software. Para la realización del TFC, son útiles estos conocimientos en el tratamiento de textos y hojas de cálculos.</p> <p>Gestión Administrativa II: Se realizaron prácticas de utilización y aplicación de herramientas ofimáticas como, Word, Microsoft Project, para su posterior utilización en el TFC.</p>

CAPITULO 2	ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL.
Asignaturas relacionadas	Sistema Económico Financiero I.
Breve justificación	Sistema Económico Financiero I: Introduce al alumno en los problemas básicos de la economía. Adquirimos conocimientos e interpretación de los indicadores y magnitudes básicas del sistema económico. Ha servido para abordar el punto de la coyuntura económica de España ya que gracias a esta asignatura he podido comprender los indicadores y magnitudes del sistema económico.

Capítulo 3	LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SU IMPLANTACIÓN EN LAS EMPRESAS.
Asignaturas relacionadas	Información y Documentación Administrativa I. Información y Documentación Administrativa II.
Breve justificación	Información y Documentación Administrativa I: Proporciona a los alumnos los conocimientos necesarios para gestionar la información y los documentos pertinentes para la realización del TFC. Información y Documentación Administrativa II: Se han adquirido los conocimientos necesarios sobre la documentación y administración electrónica del TFC.

Capítulo 4	ANÁLISIS DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.
Asignaturas relacionadas	Gestión Administrativa II. Gestión Financiera y Contabilidad III.
Breve justificación	<p>Gestión Financiera y Contabilidad III: son de utilidad competencias referidas a gestionar y evaluar la Contabilidad, tanto en lo referente a Gastos e Ingresos, como en la elaboración de sus Cuentas Anuales, para discernir las propuestas de mejora de su situación financiera. Así mismo, pueden ser de utilidad competencias referidas a evaluar y cuantificar aquellos tributos que constituyen la principal fuente de ingresos de la empresa.</p> <p>Gestión Administrativa II: ha iniciado al alumno a saber aplicar algunos métodos, técnicas, procedimientos y herramientas básicas de gestión de personal en Organizaciones.</p>

Capítulo 5	IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA.
Asignaturas relacionadas	Gestión Administrativa II.
Breve justificación	Gestión Administrativa II: Aquí también se inicia al alumno a la realización del presupuesto, requisito importante en el TFC ya que se realiza una implantación y siempre es necesario un presupuesto para saber el gasto total de la implantación de la factura electrónica.

1.3 Objetivos

- Las TIC's y su importancia en las organizaciones.
- Estudiar la Factura Electrónica, concepto, características, ventajas y normativa.
- Realizar un análisis interno de la empresa.
- Estudiar cómo se lleva a cabo la implantación de la factura electrónica en Feria Valencia.

Capítulo 2:

Antecedentes, Situación Actual.

2. ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL.

2.1 Motivación y justificación del TFC.

El objeto del presente trabajo de fin de carrera es realizar un estudio de la factura electrónica para su posterior implantación en la Feria Muestrario Internacional de Valencia.

Estoy realizando las prácticas de empresa en Feria de Valencia en el Departamento Financiero. Una de las tareas que realizo es registrar las facturas recibidas, para realizar todo el proceso que conlleva la factura tradicional que es en papel. Me di cuenta que lleva mucho tiempo todo el proceso de registro, sello de entrada, sello para numerar las facturas, escaneo y subida a la aplicación SAP para su posterior contabilización. Veo que se gasta mucho en papel ya que muchas las reciben en correo electrónico y proceden a imprimirla para registrarla.

Al comprobar que se gasta en material, tiempo y personal para realizar este proceso, veo importantísimo la implantación de la factura electrónica ya que aportaría a la empresa un ahorro importante y estaría mejorando la gestión de la empresa, ya que con la facturación electrónica habría un buen proceso administrativo de estos documentos y tiene como consecuencia no sólo un buen control de compras y ventas, sino el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Pienso que a día de hoy no sabemos utilizar correctamente todo lo referente a las Tecnología de Información y Comunicación referente a todas las aplicaciones informáticas que una empresa puede utilizar en el día a día para el desarrollo de su actividad. Por esto realizar este estudio me daría un amplio conocimiento respecto a la factura electrónica, elaboración y utilización y todo el proceso que conlleva su implantación.

También veo importante esta implantación ya que con las Tecnologías de Información y Comunicación (en adelante TIC's), todas la empresas deben avanzar hacia una

utilización eficiente de las TIC's ya que la administración nos da toda la ayuda suficiente para poder llevarlas a cabo.

2.2 Coyuntura económica

2.2.1 Actividad Económica

La situación de crisis global de la economía nacional y mundial viene afectando directamente a la operativa de Feria Valencia. Esta situación ha supuesto un importante descenso de su volumen de negocio, la generación de pérdidas significativas en los ejercicios 2011, 2010 y 2009 y desviaciones negativas importantes respecto a los importes inicialmente contemplados en sus presupuestos anuales. También ha afectado a su capacidad y posición neta de tesorería, habiendo asumido en dichos ejercicios la Generalitat Valenciana, en base a los acuerdos establecidos, el pago del principal y carga financiera de la financiación del Plan de Modernización y su posterior Ampliación.

Con objeto de hacer frente a esta situación Feria Valencia ha venido analizando e implantando medidas tendentes a optimizar su estructura de costes e incrementar su cifra de negocio. Entre dichas medidas, por su relevancia económica, cabe destacar el Expediente de Regulación de Empleo que afectó a 106 empleados y fue aprobado por las autoridades laborales.

El patronato de Feria aprobó la renovación de los miembros del Comité Ejecutivo y el nombramiento del nuevo Director General. En el marco de esta renovación, el Comité Ejecutivo de Feria y la Dirección General vienen trabajando en la elaboración e implantación de un amplio programa de potenciación del incremento del volumen de negocio y de optimización de recursos y costes.

Debido a las medidas que está aplicando feria valencia para reducir gastos y afrontar la situación económica en la que se encuentra en estos momentos, veo importantísimo la implantación de la factura electrónica en feria valencia, aunque inicialmente supondrá un gasto para su implantación pero que aportará un importante ahorro a la empresa en el futuro.

A continuación se informa de la actividad económica en la que se encuentra España a través de los indicadores macroeconómicos durante un año, en este caso daremos información solo del primer trimestre de 2012.

Los indicadores macroeconómicos serían:

Producto Interior Bruto (PIB): Es el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos durante un año en territorio nacional. Valora los bienes finales a precios de mercado y computa el valor de toda la producción dentro de un país aunque los factores de producción sean de propiedad extranjera.

Demanda Nacional: Mide el volumen de producción agregada (en unidades monetarias) que los agentes económicos están dispuestos a adquirir.

Oferta: Está constituida por el volumen de producción que las empresas de un país están dispuestas a producir y vender.

Renta: Es el flujo de salarios, intereses, alquileres, etc., que reciben las personas durante un período de tiempo y refleja el reparto de la producción de un país entre los agentes que la han generado.

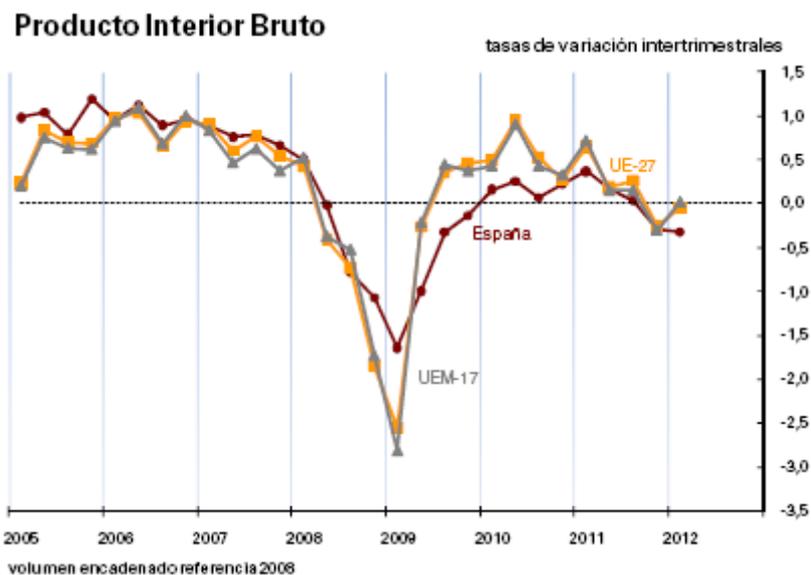
Según el Instituto Nacional de Estadística (en adelante INE) el Producto Interior Bruto (en adelante PIB) generado por la economía española en el primer trimestre de 2012 ha registrado un decrecimiento del 0,3% respecto al trimestre anterior, tasa similar a la estimada en el período precedente.

En términos interanuales, la tasa de crecimiento del PIB es del -0,4%, siete décimas menos que en el período precedente, fruto de una mayor contracción de la demanda nacional y de una contribución menos positiva del sector exterior.

Por lo que se refiere al entorno europeo, tanto la Unión Europea en su conjunto como la Eurozona registraron crecimientos nulos (0,0%) con respecto al trimestre precedente. Atendiendo al comportamiento de las principales economías europeas, Alemania (0,5%) y Austria (0,2%) registraron crecimientos positivos, Francia, crecimiento nulo (0,0%) y el resto experimentaron descensos en su PIB, más contenidos en el caso de Holanda (-

0,2%), Reino Unido (-0,2) o España (-0,3%) y de mayor intensidad en el caso de Italia (-0,8%).

Ilustración 1: Producto Interior Bruto



Fuente: INE, mayo 2012

El crecimiento interanual del PIB español en el primer trimestre de 2012, analizado desde la óptica del gasto, determina una contribución más negativa de la demanda nacional, que alcanza los -3,2 puntos, frente a los -2,9, puntos del trimestre precedente y, asimismo, una aportación positiva de la demanda externa, que alcanza los 2,8 puntos, cuatro décimas menos que la registrada en el período anterior.

2.2.2 Demanda Nacional

La contribución más negativa de la demanda nacional a la actividad agregada en este trimestre es consecuencia exclusiva de la intensificación de la contracción de la inversión en capital fijo, ya que el gasto en consumo final, de manera agregada, mantiene su tasa de crecimiento igual a la del trimestre precedente.

El gasto en consumo final de los hogares reduce medio punto su crecimiento negativo, del -1,1% al -0,6%. Atendiendo a los distintos componentes del gasto, el consumo de

servicios presenta tasas de crecimiento positivas aunque menores que las del período anterior. Por el contrario, el consumo de bienes continúa registrando tasas negativas, si bien, en el caso de los bienes duraderos y semi-duraderos, se observa un cierto repunte en este trimestre, hecho que determina el comportamiento global del agregado.

Asimismo, la remuneración de los asalariados, principal recurso de los hogares, ha aumentado su contracción hasta el -3,3%, lo que determina una reducción de la tasa de ahorro de aquellos.

El gasto en consumo final de las Administraciones Públicas se contrae en un punto y seis décimas hasta el -5,2%. A este resultado ha contribuido especialmente el descenso en el total de compras de bienes y servicios realizadas por estas administraciones (en el entorno del 13%). Por su parte, la remuneración de asalariados descendió también, pero mucho más moderadamente (en el entorno del 1%).

La formación bruta de capital fijo aumenta su decrecimiento en dos puntos en este trimestre, pasando del -6,2% al -8,2%. Atendiendo a los distintos tipos de activos, los materiales presentan una caída mayor que la del agregado (del -6,5% al -8,8%), con descensos más acusados en el caso de los bienes de equipo que en la construcción. Finalmente, la inversión en activos inmateriales repunta del -0,3% al 2,2%.

La demanda de activos de bienes de equipo contrae su nivel tres puntos y tres décimas desde el -2,7% al -6,0%, en sintonía con la evolución de los indicadores de producción industrial, cifra de negocios e importaciones de este tipo de bienes. El ritmo de caída de la inversión en maquinaria (-5,5%) es menos intenso que en el caso de los activos de equipo de transporte (-7,3%).

La inversión en activos de construcción acelera su decrecimiento en dos puntos, pasando del -8,2% al -10,2%. Tanto las viviendas como las infraestructuras y otras construcciones presentan perfiles decrecientes, más intenso en el caso de las últimas (-14,3%) que en el de las viviendas (-5,8%).

2.2.3 Demanda Exterior

La contribución de la demanda exterior neta de la economía española al PIB trimestral se reduce en cuatro décimas en este período, pasando de 3,2 a 2,8 puntos. Este resultado se produce como consecuencia conjunta de una desaceleración de las exportaciones unida a una mayor contracción de las importaciones, si bien, esta última menos intensa.

Las exportaciones de bienes y servicios moderan tres puntos su crecimiento, pasando del 5,2% al 2,2%, en línea con la evolución desacelerada de las economías de los países a los que se destinan estas exportaciones, fundamentalmente, de la Unión Europea. Analizando sus componentes, se observa una desaceleración menos intensa en el caso de los bienes (del 2,9% al 1,7%), que en las de los servicios (del 13,9% al 6,5%). Por su parte, las compras de no residentes en el territorio, en línea con una actividad turística más moderada, registran un descenso del 1,0%, tasa negativa por vez primera desde el primer trimestre de 2010.

Finalmente, las importaciones de bienes y servicios descienden su ritmo de crecimiento en un punto y tres décimas (del -5,9% al -7,2%), en consonancia con el menor nivel de actividad. Todos sus componentes presentan decrecimientos, de mayor cuantía en el caso de los servicios (-6,9%) que en el de los bienes (-7,2%). En último lugar, las compras de los residentes en el resto del mundo registran un descenso del 8,7%.

Ilustración 2: Demanda nacional y externa



Demanda. Volumen encadenado referencia 2008. Tasas de variación interanual

	2010				2011				2012
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	-1,3	0,0	0,4	0,7	0,9	0,8	0,8	0,3	-0,4
Gasto en consumo final de los hogares	-0,1	1,5	0,8	0,8	0,4	-0,3	0,5	-1,1	-0,6
Gasto en consumo final de las ISFLSH	2,4	3,1	2,7	2,1	0,8	1,1	-0,4	-0,8	0,0
Gasto en consumo final de las AAAP	0,6	1,0	0,2	-0,9	0,6	-2,1	-3,6	-3,6	-5,2
Formación bruta de capital fijo	-9,8	-4,3	-5,6	-5,4	-4,3	-5,4	-4,0	-6,2	-8,2
- Activos fijos materiales	-10,0	-4,5	-5,4	-5,4	-5,3	-5,6	-4,3	-6,5	-8,8
+ Construcción	-12,2	-9,4	-9,5	-9,3	-9,2	-8,1	-7,0	-8,2	-10,2
+ Bienes de equipo y activos cultivados	-3,4	11,7	7,3	5,4	5,5	1,0	2,2	-2,7	-5,9
- Activos fijos inmateriales	-5,4	-0,5	-7,8	-5,4	1,5	-3,1	2,0	-0,3	2,2
Variación de existencias y adquisiciones menos cesiones de objetos valiosos (*)	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	-0,1	-0,1	0,0
Demanda nacional (*)	-2,4	0,1	-0,7	-0,9	-0,8	-1,9	-1,4	-2,9	-3,2
Exportaciones de bienes y servicios	11,9	15,3	11,8	14,9	13,1	8,8	9,2	5,2	2,2
Importaciones de bienes y servicios	6,3	14,5	7,0	8,0	6,0	-1,3	0,9	-5,9	-7,2

(*) Aportación al crecimiento del PIB a precios de mercado

Fuente: INE, mayo 2012

2.2.4 Oferta

La oferta presenta unos rasgos similares a los del trimestre precedente. Así, se registran crecimientos moderados en el valor añadido de las ramas primarias y de los servicios y decrecimientos más intensos en el de las actividades manufactureras y de la construcción.

Tabla 1: Oferta

Oferta. Volumen encadenado referencia 2008. Tasas de variación Interanual

	2010				2011				2012
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	-1,3	0,0	0,4	0,7	0,9	0,8	0,8	0,3	-0,4
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	-1,1	-1,3	-1,5	-0,3	1,1	0,5	0,4	0,3	0,8
Industria	-1,8	2,3	0,8	1,3	3,0	2,3	2,8	-0,4	-3,0
- Industria manufacturera	-2,0	2,5	0,5	1,3	3,4	3,0	3,4	-0,1	-3,9
Construcción	-8,9	-8,7	-7,8	-5,9	-4,9	-3,2	-3,2	-3,7	-5,3
Servicios	0,3	1,2	2,0	2,2	1,4	1,0	1,0	0,9	0,8
- Comercio, transporte y hostelería	-0,5	1,1	1,5	1,4	2,7	2,0	0,9	0,9	1,2
- Información y comunicaciones	-0,9	2,7	2,2	0,7	1,2	-0,4	0,9	1,1	1,5
- Actividades financieras y de seguros	1,8	6,4	10,0	8,9	-4,7	-2,3	-0,1	3,5	3,8
- Actividades inmobiliarias	0,0	0,8	0,9	4,4	2,8	1,0	1,2	-0,3	0,1
- Actividades profesionales	-0,2	0,0	0,7	1,3	3,1	1,7	2,8	2,6	0,0
- Administración pública, sanidad y educación	1,4	0,8	2,0	2,8	1,2	1,4	1,0	0,3	0,0
- Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	-1,9	-2,8	-3,4	-4,8	-3,1	-3,8	-1,1	0,7	0,5
Impuestos netos sobre los productos	-1,1	-0,8	-0,9	-2,2	1,2	2,5	1,3	2,0	1,5

Fuente: INE, mayo 2012

El valor añadido bruto de las ramas industriales intensifica su descenso en el primer trimestre de 2012, pasando del -0,4% al 3,0%, en línea con la evolución contractiva de la demanda nacional y la moderación de las exportaciones de bienes industriales. En particular, por lo que se refiere a la industria manufacturera, el descenso es algo más intenso (del -0,1% al -3,9%).

De manera consistente con la demanda de activos ligados a la actividad constructora, el valor añadido bruto de la construcción intensifica su crecimiento negativo en un punto y seis décimas, desde el -3,7% al -5,3%. Como ya se comentó en el apartado correspondiente a la demanda, el comportamiento más desfavorable tanto de la obra en edificación como de las otras construcciones determina este resultado.

El valor añadido de las ramas de los servicios desacelera suavemente su crecimiento en este trimestre, pasando del 0,9% al 0,8%. Dentro de estas ramas, las que registran un mejor resultado son las ligadas a las tecnologías de la información y las comunicaciones

y al lado opuesto, se observa un menor ritmo de avance de las actividades relacionadas con el turismo y las inmobiliarias.

Finalmente, las ramas primarias aceleran medio punto el crecimiento de su valor añadido hasta el 0,8% acorde con la evolución de los indicadores de actividad agrícolas y ganaderos.

2.2.5 Empleo

El empleo, medido en términos de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, acentúa su decrecimiento interanual en cinco décimas, hasta situarse en el -3,8%. Este resultado supone la reducción de 655 mil empleos netos a tiempo completo en un año. A escala agregada, los resultados en todas las ramas de actividad son peores que los del trimestre precedente.

En términos interanuales, la construcción pierde más de 310 mil empleos, los servicios casi 245 mil, la industria casi 87 mil y, finalmente, las ramas primarias, más de 13 mil.

La contracción del empleo ocupado se registra con más intensidad en el empleo asalariado (pasa del -3,2% al -4,2%). Por su parte, el empleo no asalariado presenta una tasa de crecimiento menos negativa en este trimestre (pasa del -3,9% al -0,9%).

Tabla 2: Empleo. Puestos de trabajo equivale a tiempo completo.

Empleo. Puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo.

Tasas de variación interanual

	2010				2011				2012
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I
Ocupados	-4,2	-2,9	-2,0	-1,4	-1,6	-1,3	-2,0	-3,3	-3,8
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,5	0,1	2,3	5,2	-3,1	-2,0	-3,1	-1,0	-1,8
Industria	-9,5	-6,2	-4,3	-2,5	-2,6	-1,8	-1,2	-3,9	-3,9
- Industria manufacturera	-9,9	-6,2	-4,4	-2,5	-2,9	-2,4	-2,2	-4,5	-4,7
Construcción	-15,9	-12,0	-10,1	-11,7	-10,0	-13,7	-16,3	-18,5	-21,1
Servicios	-1,7	-1,2	-0,7	-0,2	-0,3	0,4	-0,2	-1,5	-1,9
- Comercio, transporte y hostelería	-3,5	-2,1	-1,8	0,3	-0,3	1,2	0,6	-2,3	-2,6
- Información y comunicaciones	-3,3	-3,4	0,7	-2,4	-2,8	1,8	-1,3	1,5	2,8
- Actividades financieras y de seguros	-0,3	-1,9	-2,9	-4,1	-2,9	-3,1	-1,5	-3,0	-3,3
- Actividades inmobiliarias	-6,4	-5,4	-2,0	-2,9	7,4	9,2	-5,5	3,9	-1,0
- Actividades profesionales	-1,7	-1,2	1,3	0,5	1,2	0,6	-2,4	-2,2	-3,4
- Administración pública, sanidad y educación	0,9	0,8	0,6	0,9	0,8	0,2	0,8	-0,5	-1,1
- Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	-0,7	-1,6	-3,0	-4,3	-5,2	-3,2	-1,4	-1,0	-0,4
Asalariados	-4,3	-2,8	-1,7	-1,3	-1,3	-1,1	-1,8	-3,2	-4,2
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4,9	3,2	10,8	12,5	-1,7	-0,9	-3,9	-0,5	-3,7
Industria	-9,6	-5,5	-3,9	-1,9	-2,2	-1,8	-1,0	-4,1	-4,3
- Industria manufacturera	-10,1	-5,5	-4,0	-2,0	-2,5	-2,4	-2,0	-4,7	-5,2
Construcción	-16,9	-13,4	-11,7	-12,9	-9,8	-13,6	-16,2	-18,6	-22,9
Servicios	-1,6	-0,9	-0,3	-0,1	0,0	0,7	-0,1	-1,2	-2,1
- Comercio, transporte y hostelería	-3,4	-2,1	-2,0	-0,3	-0,2	0,8	0,8	-2,1	-3,0
- Información y comunicaciones	-2,0	-2,1	1,0	-2,0	-2,8	3,1	-0,3	2,4	3,4
- Actividades financieras y de seguros	-0,4	-2,2	-3,3	-4,6	-3,4	-3,7	-2,0	-3,6	-3,4
- Actividades inmobiliarias	-9,9	-2,1	2,2	1,0	8,0	11,2	-6,1	6,4	-0,8
- Actividades profesionales	-2,6	-1,0	3,1	2,0	2,8	3,2	-2,5	-1,6	-4,0
- Administración pública, sanidad y educación	0,9	0,9	0,7	0,7	0,7	0,1	0,8	-0,5	-1,2
- Actividades artísticas, recreativas y otros servicios	-0,2	-1,6	-2,4	-3,1	-4,6	-2,3	-1,7	-1,3	-0,7

Fuente: INE, mayo 2012

El número de horas efectivamente trabajadas por las personas ocupadas en la economía pasa del -1,7% al -3,4% en este trimestre. La diferencia entre esta evolución y la de los empleos equivalentes a tiempo completo se debe al menor aumento de la jornada media a tiempo completo, que pasa del 1,6% al 0,4%.

De la consideración conjunta del crecimiento del PIB trimestral y de los datos de empleo ocupado, se deduce que la variación interanual de la productividad aparente por puesto de trabajo equivalente se reduce en dos décimas, desde el 3,7% al 3,5%, mientras que el crecimiento de la productividad aparente por hora efectivamente trabajada aumenta en un punto y una décima, pasando del 2,0% al 3,1%.

2.2.6 Rentas

Por lo que se refiere a la distribución primaria de las rentas, la remuneración de los asalariados pasa del -2,1% al -3,3%. Este resultado es consecuencia del descenso de un punto en el número de asalariados (pasan del -3,2% al -4,2%) y de la desaceleración de dos décimas en la remuneración media por asalariado (del 1,1% al 0,9%).

De esta manera, el crecimiento del coste laboral por unidad de producto (CLU) se mantiene estable en el -2,5%, tres puntos por debajo del deflactor implícito de la economía.

Tabla 3: Rentas. Precios corrientes.

	Rentas. Precios corrientes. Tasas de variación interanual									
	2010				2011				2012	
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	-1,5	0,1	1,0	1,7	2,2	2,4	2,2	1,5	0,1	
Remuneración de los asalariados	-3,5	-2,3	-2,3	-2,1	-0,8	-0,8	-0,8	-2,1	-3,3	
Coste laboral unitario (CLU)	-2,1	-2,4	-2,9	-2,9	-2,0	-1,7	-1,5	-2,5	-2,5	
Remuneración por asalariado	0,8	0,5	-0,6	-0,7	0,6	0,5	1,2	1,1	0,9	
Productividad por trabajador	3,0	3,0	2,4	2,2	2,6	2,2	2,8	3,7	3,5	
Tasa de asalarización	-0,1	0,1	0,3	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	-0,5	
Excedente de explotación bruto / Renta mixta bruta	0,0	-3,7	0,3	4,4	5,3	8,8	4,7	6,6	4,8	
Impuestos netos sobre la producción y las importaciones	2,8	39,1	31,3	11,4	3,6	-8,7	5,8	-5,1	-5,2	

Fuente: INE, mayo 2012

Por su parte, el excedente de explotación y la renta mixta desaceleran casi dos puntos su crecimiento, pasando del 6,6% al 4,8%. Finalmente, los impuestos sobre la producción y las importaciones netos de subvenciones decrecen a una tasa del -5,3%, dos décimas más que en el trimestre anterior.

Por lo que se refiere a las aportaciones al crecimiento del deflactor implícito del PIB, el excedente de explotación y la renta mixta aportan 2,3 puntos al crecimiento de dicho índice, mientras que la remuneración de los asalariados contribuye negativamente en 1,4 puntos y los impuestos netos sobre la producción lo hacen en cuatro décimas.

Tabla 4: Rentas. Descomposición del deflactor del PIB. Aportaciones

	2010				2011				2012
	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I	Tr. II	Tr. III	Tr. IV	Tr. I
PRODUCTO INTERIOR BRUTO a precios de mercado	-0,2	0,1	0,7	1,0	1,3	1,6	1,4	1,2	0,5
Remuneración de los asalariados	-1,1	-1,2	-1,3	-1,4	-0,8	-0,7	-0,7	-1,2	-1,4
Coste laboral unitario (CLU)	-1,1	-1,2	-1,5	-1,4	-1,0	-0,8	-0,8	-1,2	-1,2
Remuneración por asalariado	0,4	0,3	-0,3	-0,4	0,3	0,2	0,8	0,5	0,4
Productividad por trabajador	-1,5	-1,5	-1,2	-1,1	-1,2	-1,1	-1,3	-1,7	-1,7
Tasa de asalarización	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	-0,2
Excedente de explotación bruto / Renta mixta bruta	0,6	-1,6	0,0	1,6	1,9	3,2	1,7	2,8	2,3
Impuestos netos sobre la producción y las importaciones	0,3	2,9	2,0	0,8	0,2	-1,0	0,4	-0,4	-0,4

Fuente: INE, mayo 2012

Capítulo 3:

Las Nuevas Tecnologías y su

Implantación en las Empresas.

3.LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SU IMPLANTACIÓN EN LAS EMPRESAS.

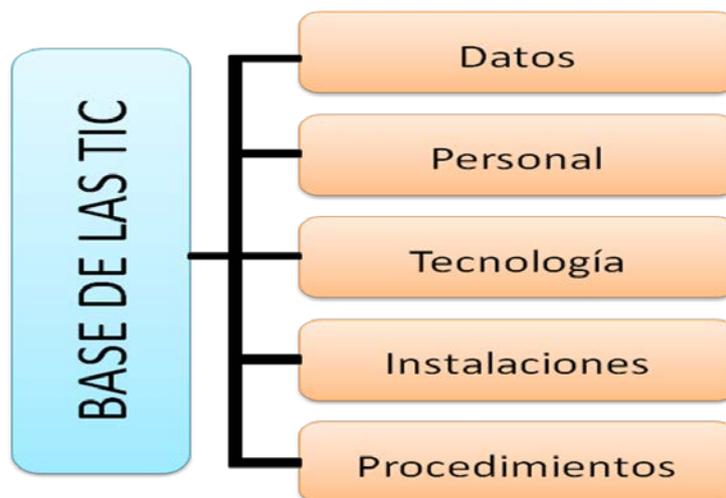
3.1 La importancia de las nuevas tecnologías en las organizaciones.

“Allá donde hay tecnología hay desarrollo y hoy un factor fundamental del desarrollo social y económico lo representa el sector tecnológico”

Antonio Silván (consejero de Fomento y Medio Ambiente).

Las Tecnologías de información y comunicación (en adelante TIC) hacen referencia a la utilización de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información en las distintas unidades o departamentos de cualquier organización.

Ilustración 3: Base de las TIC



Fuente: Seoane Balade, 2005

Es imposible hoy día ignorar el potencial de las TIC's y especialmente el de Internet. Asistimos a la aparición de la Sociedad de la Información y a su expansión mediante el desarrollo de redes informáticas que permiten que los ciudadanos tengan acceso a fuentes de información inmensas, consolidándose no solamente consumidores de información y conocimiento, sino también como creadores de fuentes de información y conocimiento mismo.

Las TIC's están cambiando la forma tradicional de hacer las cosas, las personas que trabajan en gobierno, en empresas privadas, que dirigen personal o que trabajan como profesional en cualquier campo utilizan tecnologías de información cotidianamente mediante el uso de Internet, tarjetas de crédito, pago electrónico de la nómina de trabajadores, entre otras funciones, es por eso que la función de las TIC's en los procesos empresariales, como manufactura y ventas, se han expandido grandemente.

La primera generación de ordenadores estaba destinada a guardar los registros y monitorear el desempeño operativo de la empresa, pero la información no era oportuna ya que el análisis obtenido en un día determinado en realidad describía lo que había pasado una semana antes. Los avances actuales hacen posible capturar y utilizar la información en el momento que se genera, es decir, tener procesos en línea. Este hecho no sólo ha cambiado la forma de hacer el trabajo y el lugar de trabajo, sino que también ha tenido un gran impacto en la forma en la que las empresas compiten.

Las TIC's representan una herramienta importante en los negocios, son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación entre otros beneficios.

Por esto el sistema de información tiene que modificarse y actualizarse con regularidad si se desea tener ventajas competitivas continuas.

Para que la implantación de las TIC's produzca efectos positivos hay que cumplir varios requisitos:

- ✓ Tener un conocimiento profundo de los procesos de la empresa.
- ✓ Planificar detalladamente las necesidades de tecnología de la información.

- ✓ Incorporar los sistemas tecnológicos gradualmente, empezando por los más básicos.

Antes de añadir un componente tecnológico, hay que conocer bien la organización y/o empresa. Se ha investigado porque fracasan algunos proyectos de implantación de tecnología de la información y se ha descubierto que el 90% de las veces el fracaso no es debido al software ni a los sistemas, sino el hecho de que la gente no tiene suficientes conocimientos sobre su propia empresa o sus procesos empresariales.

Para que haya un éxito en la implantación de las TIC's en las organizaciones, hay que instruir a los empleados como:

- ✓ Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia para los empleados.
- ✓ Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- ✓ Ofrecer nuevas formas de trabajo y de inclusión laboral, como teletrabajo.
- ✓ Dar acceso al flujo de conocimientos e información para mejorar las vidas de las personas, facilidades, exactitud, menores riesgos, menores costos, etc.

3.2 La situación de las TIC's en España.

Para las empresas españolas, que generalmente son PYMES (99,88% según informe N-economía), el problema de la adopción de las Nuevas Tecnologías radica en la falta de recursos, tanto humanos como económicos, para afrontar los cambios necesarios, por lo que no suelen considerar la adopción de TIC como tarea prioritaria, a lo que se añade que, muchas de ellas, no ven la utilidad de adoptar las TIC. Por otra parte, la gran mayoría de las PYMES españolas se concentran en sectores que no emplean intensivamente la información, lo que contribuye a que sean reacios a la implantación de las Nuevas Tecnologías. Esta situación no suele plantearse en la grandes empresas, que conociendo las ventajas que las TIC les aportan, disponen del equipo humano necesario, ya sea propio o contratados, para su implantación.

Según el informe N-economía de junio 2011, en 2010 el porcentaje de empresas que dispone de Ordenadores Personales se mantiene en el 98,6%, lo que representa el mismo nivel alcanzado en 2009 y un ligero ascenso, respecto al 97,8% de 2008. Estos porcentajes del ámbito empresarial cercanos al 100% son lógicos ya que hoy en día cabe imaginar muy pocas actividades empresariales en las que no sea necesario disponer de PCs ya sea para desarrollar dicha actividad o bien de cara a la propia gestión interna de la empresa.

Tabla 5: Penetración de PCs en las empresas españolas (%)

Penetración de PCs en las empresas (%)			
CC.AA.	2008	2009	2010
Andalucía	98,1	98,0	97,8
Aragón	97,5	99,1	98,8
Asturias	97,8	99,0	99,7
Baleares	97,6	99,7	99,2
Canarias	96,8	98,0	98,5
Cantabria	98,4	99,0	99,0
Castilla y León	99,1	99,2	98,5
Castilla - La Mancha	96,5	96,4	97,2
Cataluña	98,1	99,2	99,4
Com. Valenciana	97,2	98,9	98,4
Extremadura	97,2	99,4	99,1
Galicia	97,8	97,7	98,0
Madrid	98,4	98,8	98,5
Murcia	95,6	99,5	99,1
Navarra	99,3	99,1	99,8
País Vasco	98,3	98,3	99,3
La Rioja	98,3	97,8	97,6
Total España	97,8	98,6	98,6

Fuente: N-economía, Junio 2011

Si bien la penetración de los PCs en las empresas por regiones se sitúa en todas las regiones por encima de la cota del 95% resulta realmente interesante observar la intensidad de uso, medida como el porcentaje de empleados que utilizan PCs. En este sentido con los datos de 2010, Madrid (68,3%, 7,2 puntos por encima de lo registrado en 2009 y representando el mayor incremento del total de CC.AA). Cataluña (56,1%, 1,3 puntos más respecto a 2009) y País Vasco (55,7%, un aumento de 3,7 puntos respecto a 2009) son las Comunidades que mantienen un mayor porcentaje de empleados con uso habitual de PCs. Las regiones más rezagadas en este sentido son Castilla-La Mancha (39,0%), La Rioja (39,0%) y Extremadura (38,8%). Por su parte, la media nacional se sitúa en el 55,8%, porcentaje que, a pesar del incremento del 4,8% respecto a 2009, es mucho menor que el de empresas con PCs que se sitúa en el 98,6%.

Respecto al acceso a Internet, el porcentaje de empresas a nivel nacional durante 2010 asciende al 97,2%, significando un incremento de 1,0 punto respecto a 2009.

Para el caso de la intensidad de uso de Internet en las empresas analizada a través de la proporción de empleados que acceden a Internet en sus actividades diarias. Si bien un 97,2% de las empresas a nivel nacional disponen de conexión a Internet, sólo el 44,9% (3,4 puntos más que en 2009) del personal de las mismas hace uso de Internet en sus actividades diarias. Esto se explica en parte por la importancia del sector servicios en España y en que no todas las TIC tienen fácil aplicación. Por regiones encontramos grandes diferencias, así Madrid (54,5%, 3,8 puntos más que en 2009) y Cataluña (47,0%, 1,9 puntos más que en 2009) y La Rioja (31,5%, a pesar de los 3,9 puntos más que en 2009) registran cifras más bajas.

Respecto a la presencia en las empresas españolas de redes de tipo Intranet o Extranet, los porcentajes aunque reducidos, ofrecen una tendencia creciente, 25,6% en el caso de Intranet con un incremento de 2,5 puntos respecto a 2009 y de 16,6% para Extranet, con un incremento de 2,0 puntos respecto 2009. Este tipo de redes está asociada a empresas de un tamaño importante por lo cual Madrid, Cataluña, País Vasco, Aragón y Navarra presentan los mayores porcentajes debido al efecto sede de las grandes empresas que tienden a establecerse en estas Comunidades.

Tabla 6: Las TIC en las empresas españolas durante 2010 (%)

Las TIC en las empresas durante 2010 (%)					
CC.AA.	Ordenadores	LAN	Internet	Intranet*	Extranet*
Andalucía	97,8	81,1	96,2	23,2	15,4
Aragón	98,8	88,8	97,8	23,2	15,5
Asturias	99,7	85,2	97,9	25,1	15,9
Baleares	99,2	84,7	97,9	21,8	12,5
Canarias	98,5	84,1	96,8	20,5	10,6
Cantabria	99,0	78,5	96,3	14,6	12,9
Castilla y León	98,5	80,4	96,6	19,9	12,5
Castilla - La Mancha	97,2	73,7	92,8	16,5	7,9
Cataluña	99,4	89,9	98,4	30,5	19,2
Com. Valenciana	98,4	89,1	97,2	23,3	15,7
Extremadura	99,1	77,4	95,5	18,5	11,7
Galicia	98,0	82,1	94,9	19,6	12,0
Madrid	98,5	85,7	97,6	33,8	23,6
Murcia	99,1	87,9	98,1	21,1	10,9
Navarra	99,8	86,9	99,6	24,9	17,3
País Vasco	99,3	90,6	98,2	28,2	19,2
La Rioja	97,6	89,3	97,6	18,8	14,0
Total España	98,6	85,6	97,2	25,6	16,6

Fuente: N-economía, Junio 2011

Sobre el porcentaje de empresas con formación TIC en 2009. Por Comunidades Autónomas destaca Madrid donde el 21,3% de las empresas cuentan con formación en TIC internamente, Murcia con el 22,6% de las empresas y Cataluña con el 20,6% de las empresas. Ya sea interna o externamente a la propia organización las regiones que consiguen mayores porcentajes de empleados con formación TIC son: Baleares (36,5%) y Andalucía (32,5%). Esto refleja que en Baleares y Andalucía en los que solo un 13,0% y 20,6% de las empresas tienen formación TIC, logran formar prácticamente a aproximadamente un 35% de su plantilla, siendo las regiones con un mayor porcentaje de empresas con un mayor personal formado en TIC.

Tabla 7: Formación TIC en 2009

Formación TIC en 2009		
CC.AA.	Empresas con Formación TIC	Empleados que recibieron formación TIC
Andalucía	20,6	32,5
Aragón	19,1	25,3
Asturias	15,4	24,8
Baleares	13,0	36,5
Canarias	15,7	27,6
Cantabria	13,6	24,8
Castilla y León	18,6	25,1
Castilla - La Mancha	12,3	27,4
Cataluña	20,6	24,4
Com. Valenciana	16,5	28,0
Extremadura	14,5	28,4
Galicia	18,5	30,8
Madrid	21,3	30,5
Murcia	22,6	30,0
Navarra	18,2	30,5
País Vasco	18,4	26,8
La Rioja	14,6	24,7
Total España	18,8	28,6

Fuente: N-economía, Junio 2011

3.3 Factura electrónica

3.3.1 Que es la factura electrónica.

En la LEY 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información se define la factura electrónica:

“se entenderá que la factura electrónica es un documento electrónico que cumple con los requisitos legal y reglamentariamente exigibles a las facturas y que, además, garantiza la autenticidad de su origen y la integridad de su contenido, lo que impide el repudio de la factura por su emisor.”

Quiere decir que la factura electrónica es un documento tributario generado por medios informáticos en formato electrónico, que reemplaza al documento físico en papel, pero que conserva su mismo valor legal con unas condiciones de seguridad no observadas en la factura en papel.

Los tres condicionantes para la realización de e-Factura:

- ✓ Se necesita un formato electrónico de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros). Siempre que se respete el contenido legal exigible a cualquier factura y se cumplan ciertos requisitos para la incorporación de la firma electrónica reconocida.
- ✓ Es necesario una transmisión telemática (tiene que partir de un ordenador, y ser recogida por otro ordenador).
- ✓ Este formato electrónico y transmisión telemática, deben garantizar su integridad y autenticidad a través de una **firma electrónica reconocida**.

El artículo 3.3 de la LEY 59/2003 de 19 de diciembre define la firma electrónica reconocida como:

“la firma electrónica avanzada basada en un certificado reconocido y generado mediante un dispositivo seguro de creación de firma.”

Es decir, se tiene que dar tres condicionantes para que se dé la firma electrónica reconocida:

- ✓ Que sea una firma electrónica avanzada de nivel básico acorde con la LEY 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica es el aceptado por el formato Factura-e:

Este perfil se corresponde con una firma electrónica del estándar XADES ETSI TS 101 903 v1.2.2.

- ✓ Que esté basada en un certificado reconocido, siendo certificado reconocido aquél que “cumpla los requisitos establecidos en esta LEY en cuanto a la comprobación de la identidad y demás circunstancias de los solicitantes.”
- ✓ Que sea generada mediante un dispositivo seguro de creación de firma, es decir, aquel que ofrece, al menos, las siguientes garantías:
 - Que los datos utilizados para la generación de firma pueden producirse sólo una vez y asegura razonablemente su secreto.
 - Que exista una seguridad razonable de que los datos utilizados para la generación de firma no puedan ser derivados de los de verificación de firma o de la propia firma y de que la firma está protegida contra la falsificación con la tecnología existente en cada momento.
 - Que los datos de creación de firma pueden ser protegidos de forma fiable por el firmante contra su utilización por terceros.
 - Que el dispositivo utilizado no altera los datos o el documento que deba firmarse ni impide que éste se muestre al firmante antes del proceso de firma.”¹

¹ Art. 24.3 Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

Por último y para que tuviera la facturación electrónica la misma validez legal que una factura en papel, se necesita el consentimiento de ambas partes (emisor y receptor).

Este consentimiento podrá formularse de forma expresa por cualquier medio, verbal o escrito. En cualquier momento el destinatario que esté recibiendo facturas o documentos sustitutivos electrónicos podrá comunicar al proveedor su deseo de recibirlos en papel. En tal caso, el proveedor deberá respetar el derecho de su cliente y proceder en el sentido solicitado a partir de la recepción de dicho comunicado.”²

Obligaciones legales para el expedidor:

1. Reglamento sobre Facturación Electrónica

La Orden 962/2007, de 10 de abril, desarrolla determinadas disposiciones sobre facturación telemática y conservación electrónica de facturas, contenidas en el Real Decreto 1496/2003, que es el reglamento de facturación. Al respecto del consentimiento del destinatario, se encuentra recogido en el Artículo 2 de la citada Orden, donde dice que el consentimiento podrá formularse de forma expresa por cualquier medio, verbal o escrito.

2. Creación de la factura

Mediante una aplicación informática, con los contenidos obligatorios mínimos requeridos.

3. Firma electrónica reconocida

4. Remisión telemática

5. Conservación de copia o matriz de la Factura

Esta obligación se regula en el artículo 1 del RD 1496/2003, donde se especifica la obligación de expedir, entregar y conservar facturas.

² ORDEN EHA/962/2007, de 10 de abril, por lo que se desarrollan determinadas disposiciones sobre facturación telemática y conservación electrónica de facturas.

También han existido dudas sobre si las facturas electrónicas pueden emitirse en copia o sólo se debe guardar la matriz. Al respecto la Agencia Tributaria lo ha aclarado en el borrador antes citado (Art. 5) con la siguiente definición:

“Se entiende por Matriz de una factura (...) un conjunto de datos, tablas, base de datos o sistemas de ficheros que contienen todos los datos reflejados en las facturas junto a los programas que permitieron la generación de las facturas....

6. Contabilización y anotación en registros de IVA.

7. Conservación durante el período de prescripción.

8. Garantía de accesibilidad completa.

Deber de gestionar las facturas de modo que se garantice una accesibilidad completa:

- ✓ visualización,
- ✓ búsqueda selectiva,
- ✓ copia o
- ✓ descarga en línea e impresión.

Esta es una obligación inherente a la conservación de las facturas por medios electrónicos que el legislador denomina acceso completo a datos, tratando de facilitar la auditoria e inspección de las facturas electrónicas.³

9. Subcontratación a un tercero.

Todas las fases anteriores pueden ser subcontratadas a un tercero, sin perder su responsabilidad.

³ Art. 9 del RD 1496/2003

Regulado en el artículo 5.1 del RD 1496/2003 el legislador deja claro en ese mismo párrafo que, aunque se permite la subfacturación a terceros, es el obligado tributario el responsable de cumplir todas estas obligaciones.

Obligaciones legales para el destinatario:

1. Recepción de la factura por medio electrónico

- ✓ Verificación de los contenidos mínimos exigibles y
- ✓ Verificación segura de la firma electrónica.

Regulado en el artículo 21 e inherente a las obligaciones de la conservación de las facturas electrónicas se indica que:

“el destinatario se debe asegurar de la legibilidad en el formato original en el que se haya recibido, así como, en su caso, de los datos asociados y mecanismo de verificación de firma”.

A diferencia del emisor, al que se permite construir la factura desde la matriz, el destinatario debe conservar los originales firmados.

2. Contabilización y anotación en registros de IVA.

3. Conservación durante el período de prescripción.

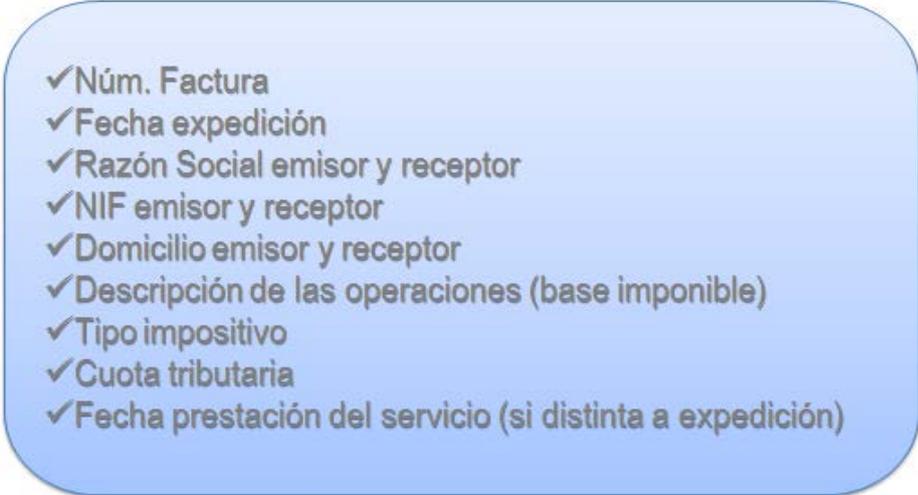
4. Deber de gestionar las facturas de modo que se garantice una accesibilidad completa.

- ✓ visualización,
- ✓ búsqueda selectiva,
- ✓ copia o
- ✓ descarga en línea e impresión.

5. Todas las fases anteriores puede subcontratarlas a un tercero, sin perder su responsabilidad.

Requisitos de una Factura Electrónica:

Ilustración 4: Datos de una Factura Electrónica.

- 
- ✓ Núm. Factura
 - ✓ Fecha expedición
 - ✓ Razón Social emisor y receptor
 - ✓ NIF emisor y receptor
 - ✓ Domicilio emisor y receptor
 - ✓ Descripción de las operaciones (base imponible)
 - ✓ Tipo impositivo
 - ✓ Cuota tributaria
 - ✓ Fecha prestación del servicio (si distinta a expedición)

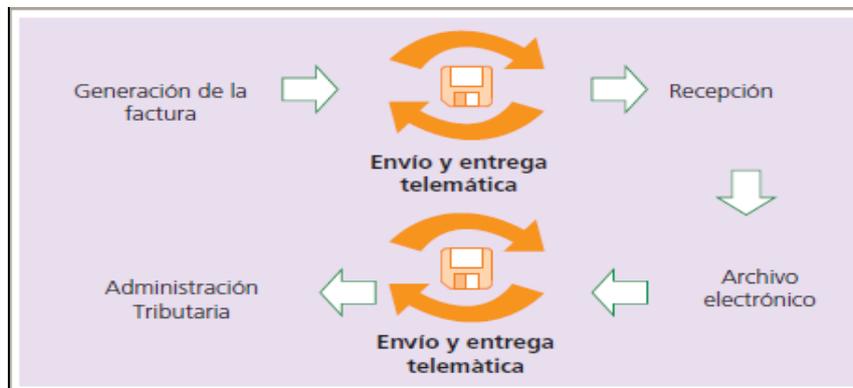
Fuente: Elaboración propia.

Sistema de facturación electrónica:

Los pasos generales de un sistema de facturación electrónica son:

- ✓ Creación y firma digital de la factura.
- ✓ Envío y recepción telemática del documento.
- ✓ Conservación en soporte digital.
- ✓ Envío telemático a la Administración cuando sea requerido.

Ilustración 5: Diagrama de Facturación Electrónica



Fuente: http://www.red.es/prensa/pdf/factura_electrónica.pdf

El proceso de facturación electrónica lo forman dos procesos básicos y diferenciados en los sistemas de gestión de facturas, y que corresponden a cada interlocutor: emisión y recepción de facturas.

1. En la emisión, el emisor, con la conformidad del receptor, transmite a éste por medios telemáticos la Factura Electrónica (que incluye una firma electrónica) y conserva Copia o Matriz (la base de datos).
2. El receptor, recibe la factura en formato digital y la conserva en soporte informático, en el formato en el que lo recibió, para su futura consulta e impresión, si fuera necesario. Al ser la factura un documento firmado electrónicamente, debe guardar la información relativa a la comprobación de la validez de la firma electrónica.

La factura que se gestiona en un ordenador, se transmite a otro telemáticamente. Éste la conserva de forma electrónica y desde él, de ser preciso, se pone a disposición de la Administración Tributaria por vía telemática. Los usuarios llevan a cabo toda la operativa en sus ordenadores.

De esta forma ya no se exige imprimir la factura para que ésta sea válida legal y fiscalmente y, todo el tratamiento (emisión, distribución y conservación) puede realizarse directamente sobre el fichero electrónico generado por el emisor.

Ventajas que aporta la factura electrónica:

Al contrario que el sistema tradicional, la utilización de la e-factura tiene numerosos beneficios para las empresas.

1. Recorte de gastos: se ahorra en papel, gastos de envío y de almacenamiento (sellos, sobres, impresión, etc.)

Diversos estudios han calculado los ahorros que implica la utilización de la factura electrónica en el proceso de facturación de las empresas, siendo el ahorro medio por factura de 1,5 a 2€

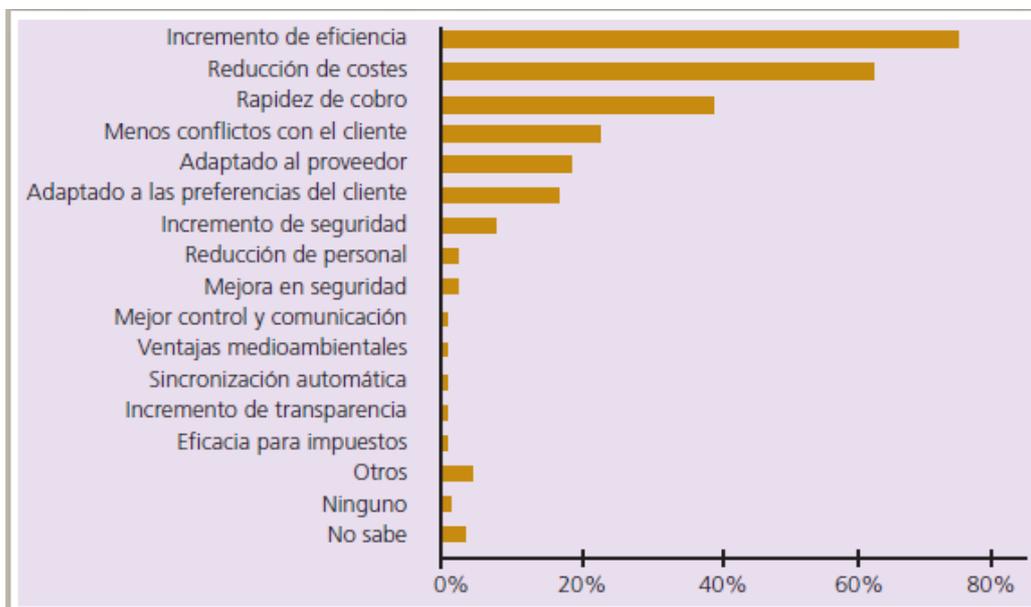
2. Trámites más ágiles: el proceso puede ser completado en pocos minutos y cómodamente, sin necesidad de desplazamiento alguno gracias a la eliminación de trámites administrativos: las ventajas de los actuales software de gestión, aceptación de la factura, rectificación en caso de error, etc.
3. Ahorro de espacio: los documentos pueden ser almacenados de modo magnético u óptico. Se suprime los archivos de papel.
4. Procedimiento seguro: el empleo de certificados y firmas digitales garantiza la autenticidad y la integridad de los documentos. Además, el envío de documentos a través de canales seguros basados en el protocolo SSL aseguran la confidencialidad durante todo el proceso.
5. Productividad:
 - a. Reduce periodos de cobro.
 - b. Mejora de los procesos de factoring con entidades financieras.
 - c. Posibilita la deducción fiscal (IVA) más rápido.
 - d. Proceso único de manipulación de facturas entre departamentos. Optimización del proceso administrativo.

e. Reducción de recursos destinados a tareas que no aportan valor a su negocio.

6. Valor añadido:

- a. Mayor respeto por el medio ambiente al consumirse menos papel.
- b. Relación más transparente entre proveedores y clientes.
- c. Incremento de la seguridad (garantías de autenticidad e integridad).
- d. Mayor disponibilidad de las facturas (herramientas de búsqueda y visualización).

Ilustración 6: Beneficios de la Factura Electrónica.



Fuente: informe “e-invoicing and e-Archiving taking the next step “PricewaterhouseCoopers”

CAPITULO 4:

ANÁLISIS DE LA FERIA MUESTRARIO

INTERNACIONAL DE VALENCIA.

4. ANÁLISIS DE LA FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

4.1 Análisis Operativo y de Procesos.

El fin primordial de Feria Valencia es la programación, control y coordinación, de todas las ferias que se realicen en el recinto ferial. Por esto procedo a indicar el proceso de realización que conlleva una feria.

La feria lleva inmerso un proceso de etapas fundamentales para garantizar su efectividad.

Primera Etapa: ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN.

Esta etapa comprende las actividades que deben ser desarrolladas antes de la realización de la feria.

ORGANIZACIÓN

COMITÉ ORGANIZADOR.

Dicho comité está integrado por un presidente, un secretario, un financiero, y representantes de las diversas comisiones de trabajo (coordinadores o responsables de cada una de las comisiones). Estas comisiones se determinan por el tipo de actividades que se desarrollan para la realización del evento.

El comité de la feria, debe incluir en su organización a todos los actores que estén implicados, como, organizadores no gubernamentales, instituciones de cooperación financiera y especialmente las agremiaciones empresariales.

El comité se reúne durante todo el año periódicamente, para la realización de la feria, desarrollan el presupuesto que deben aprobar el comité ejecutivo. Una vez aprobado se informa al equipo organizador.

EQUIPO ORGANIZADOR.

El equipo organizador es el encargado de realizar todas las funciones de organizar todas las actividades que se desarrollarán durante toda la feria. Es el responsable de velar que todas las actividades planificadas se lleven a cabo. Es el responsable directo de la ejecución de la feria y el buen manejo de los recursos financieros, humanos y materiales.

El equipo organizador está formado por un director de la feria, colaboradores, comerciales, técnicos, Dpto. de compras y controler.

COMERCIALES.

Tienen a su cargo la promoción y venta de patrocinios, stands, u otros servicios que se ofrezcan, además se encargan de la convocatoria, montaje y desmontaje de los espacios destinados para la exposición de los productos y/o servicios que presenta cada una de las empresas participantes. También dependiendo del volumen de la feria deben elegir el lugar apropiado para la realización de la feria.

Deben contar con un listado de las empresas que participarán en los stands y en base a la información obtenida se hará la convocatoria.

EQUIPO TECNICO.

Son los encargados de la distribución de espacio, el diseño y decoración o ambientación.

Tiene a su cargo la logística de todas las actividades planificadas para el evento, siempre deben de proveer a las otras comisiones: mobiliario, decoración y recepción de los participantes o invitados.

Tiene bajo su responsabilidad que el recinto ferial tenga la seguridad necesaria para el cuidado de los productos y/o servicios que se exponen, debe garantizar adicionalmente los servicios de salud e higiene y los servicios de logística de la feria (fax, computadora, Internet, teléfono, materiales y sonido).

También tiene como responsabilidad ofrecer a los participantes un lugar cercano que ofrezcan alimentos, ubicado dentro de las instalaciones donde se realiza el evento. Además, puede ofrecer comidas típicas de la región a todo el público. Puede realizarlo contratando una empresa especializada en este servicio o bien diversas pequeñas o medianas empresas de la comunidad, de esta forma también se generan ingresos para estos empresarios, que podrán ofrecer comida en lugares destinados por el equipo técnico.

Debe garantizar que se tenga un recorrido de la feria de forma escrita y señalización del área ferial, debe apoyar en la información de opciones de hospedaje, aparcamientos, servicios varios, alquileres de muebles necesarios para el montaje.

CONTROLER.

Es el encargado de apoyar y controlar que el equipo organizador no se exceda del presupuesto aprobado por el comité ejecutivo.

Además de buscar y controlar los ingresos, es el encargado de controlar los egresos, para lo cual podrán llevar su control de gastos en base a facturas o recibos contables.

DEPARTAMENTO DE COMPRAS.

Realiza todos los pedidos que solicita el equipo organizador de la feria para su realización.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

Anteriormente existía una Dpto. de Marketing que se ocupaba de la promoción y publicidad de todas las ferias que se realizan en el recinto, pero al prescindir del director de marketing, han procedido a distribuirlos a los equipos organizadores de ferias.

Tiene como objetivo motivar e incentivar la participación de la mayor cantidad de empresas vendedoras y compradoras, y la presencia del público en general. Para ello deben abarcar todos los medios publicitarios, tanto televisivos, prensa, impresos y auditivos.

El éxito de la feria se deberá a la calidad, eficiencia y eficacia de su promoción y publicidad. Es muy importante promover la feria para lograr la mayor participación tanto de la oferta como de la demanda. La promoción se debe planificar y ejecutar al momento de haber sido aprobado el plan de trabajo y contar con los recursos financieros necesarios.

Los medios eficaces de publicidad y promoción dependerán del área geográfica a la que se dirigirá. La siguiente tabla se muestra los distintos tipos de publicidad que se pueden aplicar.

Tabla 8: Herramientas de Publicidad

Feria Nacional	Feria Internacional
<ul style="list-style-type: none"> • Afiches • Trifoliales • Invitaciones vía fax, e-mail o personales • Anuncios en los periódicos nacionales de mayor importancia • Spots en medios televisivos • Creación de una página de Internet • Información promocional en forma electrónica para enviar a los participantes • Anuncios en revistas o boletines de gremiales o asociaciones que promueven al o los sectores 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una página de Internet. • Información promocional en forma electrónica para enviar a los participantes vía correo electrónico. • Anuncios en los boletines electrónicos que promueven las agremiaciones o asociaciones de productores.

Fuente: Manual de organización de Ferias. Autor: Magdala Sagastume, 2009

EQUIPO DE PROTOCOLO E INAUGURACIÓN.

Tiene bajo su responsabilidad la inauguración y clausura de la feria. Es importante contar con la presencia de las autoridades de máxima relevancia en el sector, los patrocinadores y los empresarios participantes.

Además tienen a su cargo la logística de todas las actividades planificadas para el evento.

PLANIFICACIÓN.

La planificación servirá para establecer metódicamente todo lo que se desea lograr en el evento. A continuación se presentan:

1. Los aspectos que hay que considerar al momento de definir la realización de una feria.

La identificación de los siguientes criterios son de utilidad para el comité organizador, ya que son importantes al momento de planificar el evento.

Tabla 9: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.

<p>Nombre de la Feria</p>	<p>Nombre específico que identifique claramente al sector/sectores para el cual es organizada.</p>
<p>Logotipo o marca</p>	<p>El logotipo debe tener una estrecha relación con el nombre y el objetivo de la feria (puede generarse a través de un concurso).</p>
<p>Fecha de realización</p>	<p>Definida en base a un análisis previo sobre la disponibilidad local y la conveniencia de los empresarios.</p>
<p>Público Objetivo</p>	<p>Dentro del público objetivo se debe considerar la oferta y la demanda.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La oferta, son los expositores. Deben ser micro, pequeñas o medianas empresas con productos y/o servicios de calidad en todo el proceso, desde la compra de los insumos hasta la presentación final de los productos. Además, deben ser productores emprendedores, dispuestos al cambio, en función al desarrollo empresarial. 2. La demanda, son los compradores y consumidores. Es necesario clasificar el público que asistirá al recinto ferial debido a que no existe un producto universal que satisfaga las necesidades de todos los clientes, por lo tanto, los organizadores de una feria deben definir su segmento de mercado, identificar quienes serán las personas, empresas y compradores específicos para que las empresas participantes vendan o hagan negocios. Se debe tener presente los objetivos que se quieren alcanzar con la realización de la feria y atraer al público que realmente les interesa, si no se logra, la feria no habrá cumplido su cometido. <p>En una feria siempre existe un porcentaje de asistentes que se acercan al stand y no corresponden con la definición del mercado objetivo, no son los compradores calificados, sino un comprador con una necesidad que el producto no satisface, o simples curiosos.</p> <p>Hay tres razones para calificar a un cliente durante su presencia en el stand:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por economía (cada contacto que se hace cuesta dinero y al calificarlos se

	<p>economiza).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por ahorro de tiempo; y • Por oportunidad (al calificar durante la exposición se mantiene una delantera, eliminando un paso innecesario en el proceso de ventas posterior a la exposición). <p>La asistencia de compradores no calificados implica la pérdida de tiempo. Hay que recordar que la permanencia de la feria tiene tiempo limitado y éste debe aprovecharse al máximo y lograr la satisfacción de los productores. En función de lo anterior se debe definir claramente en el proceso de planificación a quiénes invitar como compradores y vendedores en la feria.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.

Lineamientos	<p>A continuación se presentan los lineamientos que deben tomarse en cuenta para la realización de la feria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promover una visión de negocios con enfoque de marketing. Este lineamiento plantea trabajar por un cambio de actitud en los productos, para que su enfoque de los negocios esté centrado en los clientes; de tal manera que los productos y servicios que se les ofrece, sean instrumentos para conseguir nuevos segmentos e ingresar a nuevos nichos de mercado. 2. Organizar la feria como una actitud empresarial. La feria es un evento de negocios y de promoción, y por lo tanto es una actividad empresarial, y tiene que organizarse en esos términos. 3. Coordinar con gremios productivos. Si la feria es organizada por Organizaciones Gubernamentales o No Gubernamentales, se debe trabajar en conjunto con los gremios o asociaciones productivas, para promover la cooperación y la existencia de cambios de actitud empresarial. 4. Constituir un equipo exclusivo para la organización de la feria. Debido al tiempo que se dedica para la realización de la feria, el equipo de trabajo debe estar constituido por personas que se dediquen en promedio 10 horas diarias, es el tiempo que se debe dedicar antes de su realización y durante la feria se trabaja de 13 a 14 horas diarias, para lo cual se debe de contar con incentivos para lograr la eficiencia de los colaboradores.
Lugar (Recinto Ferial)	<p>La elección de la sede es sin duda el primer factor que se debe tomar en cuenta al organizar el evento. Para la elección del lugar se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos: ubicación, accesibilidad, infraestructura hotelera y de restaurantes, estacionamientos, seguridad, iluminación natural y artificial, ventilación adecuada, decoración, sonido, ambientación y principalmente lograr un concepto de diseño del espacio físico de la exhibición. Este espacio debe ser lo más amplio posible y atractivo para el público que visitará la feria.</p> <p>Estas son las características que deben tomarse en cuenta para el recinto ferial:</p>

	<ol style="list-style-type: none">1. Tener varias puertas de acceso.2. Proporcionar un área peatonal amplia para el público.3. Brindar varios servicios higiénicos.4. Prever áreas para montar espectáculos recreativos y de promoción cultural o artística.5. Acceso a una zona de aparcamiento.6. El recinto debe estar adecuadamente señalizado.7. Se debe contar con una cantidad de energía adecuada que garantice el funcionamiento de máquinas y equipos.8. Iluminación adecuada.9. Contar con el servicio de agua potable permanentemente.10. La ambientación (jardines, sonido, color, etc.)11. Un centro de información de las diferentes áreas.12. Alimentación.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11: Criterios a tener en cuenta para la realización de la feria.

<p>Stands</p>	<p>El lugar debe ser adecuado, para facilitar la distribución del espacio de exhibición, ya éste debe proveer pabellones o stands (espacio de exhibición de cada uno de los participantes). Los tamaños de los stands pueden variar de acuerdo a las necesidades y presupuesto de cada expositor. Para el diseño y composición del stand existe una amplia gama de sistemas divisorios. Hay empresas que se dedican a su diseño y montaje, o también pueden ser diseñados por un arquitecto determinando el tipo de material más adecuado, que sea de fácil montaje. Algunas veces los organizadores deben proveer los servicios como: electricidad, mobiliario, accesorios, estanterías, vitrinas y mostradores. Esto depende de la capacidad financiera con la que cuente el comité; lo más esencial es proveer electricidad, seguridad y mobiliario.</p>
<p>La Inscripción</p>	<p>Para realizar la inscripción se debe considerar aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pagos. Todo empresario debe hacer el pago de su participación en la feria, este se traduce a un espacio adecuado para realizar la exposición de los productos durante el tiempo que dure la feria. El pago puede fijarse como un paquete integrado que incluya el costo del stand, conferencias y participación en ruedas de negocios o realizar el pago de cada actividad individualmente. • Firmas de contratos. Se logra al momento de hacer el pago, en este contrato el empresario se hace responsable del buen manejo de las instalaciones y mobiliario que se le ha facilitado, así como el compromiso de proveer los servicios acordados por el comité al momento en que el empresario hace el pago. Dicho pago se fija en función de varios criterios. <ul style="list-style-type: none"> ○ La capacidad de pago de los participantes. ○ La cultura de pago del lugar. ○ Los precios de otras ferias. • Reglamentos. Indican las normas o reglas de lo que se debe y no se debe hacer durante la feria, es importante que el empresario tome en cuenta estas consideraciones. • Entrega de credenciales y pases. A todos los participantes se les debe entregar credenciales y pases, para poder ingresar y salir libremente de las instalaciones. Sirven para identificar a los expositores y por seguridad.
<p>Servicios adicionales</p>	<p>Alimentación, distribución, ruedas de negocios, etc.</p>
<p>Lanzamiento de la feria</p>	<p>Previo a la realización de la feria, se deben realizar uno o varios lanzamientos, en el área geográfica donde se desarrollará el evento y fuera de éste. El lanzamiento, tiene como objetivo promover el evento a través de los diferentes medios de comunicación, organizaciones empresariales y a la comunidad. Un lanzamiento es tomado como una conferencia de prensa, en el cual, el comité da a conocer e informar sobre las actividades que se realizarán durante su desarrollo, costos para los participantes, patrocinadores, etc. Este lanzamiento debe hacerse dos meses antes de la feria.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Segunda Etapa: EJECUCIÓN DE LA FERIA.

INAUGURACIÓN.

La inauguración tiene que ser un gran acontecimiento, lo importante es causar un gran impacto en la opinión pública. Esto es muy importante para los patrocinadores, ya que ellos aprovechan estos eventos para promover su marca. Para las autoridades locales hacer una gran inauguración implica invitar a todas las autoridades regionales, sectoriales y nacionales, así como el sector empresarial comprometido con el desarrollo de la región y del país.

En la inauguración es necesario presentar alguna novedad que promueva al sector productivo o muy bien puede complementarse con una presentación cultural propia de la región o país. La inauguración es una invitación que permitirá que los organizadores presenten una feria innovadora.

CLAUSURA.

La clausura es el cierre del recinto ferial y de las actividades de la feria. Esta actividad estará a cargo del equipo de inauguración y técnico. La clausura permitirá que los participantes, patrocinadores y autoridades conozcan los resultados de la feria.

1. Número de visitantes.
2. Número de participantes.
3. Cantidad de negocios cerrados.
4. Total de gastos para la realización de las diferentes actividades, planificadas y ejecutadas.
5. Premio a las mejores empresas en montaje de stand, atención al cliente, etc.

Tercera Etapa: Post-feria.

EL DESMONTAJE.

El desmontaje de los stands, estará a cargo del equipo técnico, deberá de cuidarse que el recinto ferial utilizado para la ubicación de los stands quede en las mismas condiciones en que fue recibido. Los materiales y equipo utilizado deberán de ser guardados y conservarlo en un lugar apropiado para utilizarlos en próximos eventos.

BALANCE GENERAL.

El Controler tiene la responsabilidad de elaborar todos los documentos contables en donde se especifiquen los gastos e ingresos de las actividades de la feria.

Debe elaborar un informe del balance, conclusiones y recomendaciones. También debe encargarse de informar a los patrocinadores y donantes sobre los resultados financieros de la feria, junto con los resultados obtenidos. Esto garantizará la transparencia del uso de los recursos y apoyará la posibilidad de contar con apoyo para la siguiente feria que se realice.

El balance general debe ser respaldado por las facturas o recibos contables.

MEMORIA DE LA FERIA.

Al finalizar la feria, el comité organizador deberá reunir los resultados de todas las comisiones, describir las experiencias obtenidas, los impactos causados tanto negativos como positivos.

El informe de los resultados de la feria debe contar con la siguiente información:

1. ORGANOS DE GOBIERNO DE FERIA VALENCIA.

1.1. Presidenta del patronato

1.2. Presidente del comité ejecutivo

1.3. Comité organizador de la feria

2. INTRODUCCIÓN.

3. PREPARACIÓN Y PROMOCIÓN.

3.1. Reuniones del comité organizador

3.2. Campaña publicitaria y de comunicación

3.3. Plan de promoción nacional e internacional

4. DESARROLLO.

4.1. Inauguración

4.2. Programa de actos

5. DATOS Y RESULTADOS

5.1. Superficie

5.2. Expositores

5.3. Visitas

5.4. Sectores

5.5. Fechas de la próxima edición

6. ANALISIS DEL CERTAMEN.

7. ANALISIS DEL SECTOR.

8. RESUMEN MEMORIA.

En el ANEXO 1. MEMORIA 2012 FERIA DEL VEHÍCULO SELECCIÓN OCASIÓN.

4.2 Organización y recursos humanos.

Feria Muestrario Internacional de Valencia (en adelante “Feria” o “Feria Valencia”) fue constituida por el Excmo. Ayuntamiento de Valencia en 1917. Por Decreto de 26 de mayo de 1943 fue reconocida como institución oficial con carácter de Asociación de Utilidad Pública, personalidad jurídica propia susceptible de derechos y obligaciones y capacidad de obrar suficiente para el cumplimiento de sus fines.

Feria Valencia consta inscrita como Institución Ferial con el nº 1 en el Registro Oficial de Ferias Comerciales de la Comunidad Valenciana.

Feria Valencia se rige por sus vigentes Estatutos aprobados en sesión del Patronato de 20 de mayo de 1985 y, entre otra legislación aplicable, por el Decreto 40/1998, de 31 de marzo, sobre Ferias comerciales de la Comunidad Valenciana (en lo que le es de aplicación), etc.

De acuerdo con sus estatutos fundacionales el fin primordial de Feria Valencia es la programación, control y coordinación, con carácter decisorio de todas las manifestaciones comerciales que tengan en el recinto ferial. Además, podrá ceder sus instalaciones y servicios para actividades de carácter económico y cultural.

Feria Valencia tiene su domicilio social en el Palacio de Ferias y Exposiciones de Valencia, ubicado en la Avenida de las Ferias, s/n, de Valencia.

Organiza más de un centenar de certámenes, ferias y eventos cada año. Se trata de una institución especializada en eventos de carácter profesional y que atiende a muchos sectores industriales clave en la economía española, como pueden ser el mueble, la iluminación o la cerámica, el sector energético o la alimentación pero que no descuida otros campos de actividad en el sector servicios que también son fundamentales para el funcionamiento económico del país, tales como la franquicia, la formación, el turismo, etc.

Feria Valencia es, además, una institución sin ánimo de lucro, según figura en sus propios estatutos. Tiene su razón de ser en lo que da a ganar a su entorno, tanto en lo que se refiere a la facturación que obtienen los expositores por su relación con Feria

Valencia, como por lo que ganan los servicios asociados a la propia actividad ferial (hostelería, montaje, agencia de viajes...etc.)

Es la primera Feria española que ha sido certificada por AENOR con la norma ISO 9002, actualmente ISO 9001/2000. Además cuenta con la certificación QAFE, de la Asociación de Ferias Españolas, y con el diploma de compromiso de calidad SICTED, Sistema de Calidad Turística en Destino.

Feria Valencia es una entidad cofundadora de la UFI (The Global Association of the Exhibition Industry), la AFE (Asociación de Ferias Españolas) y de la MTFA (Mediterranean Trade Fairs Association), socio de pleno derecho de EMECA (European Major Exhibition Centres Association), AFIDA (Asociación Internacional de Ferias de América) y de IAEE (Internacional Association of Exhibitions and Events).

La superficie de exposición, Feria Valencia dispone del mayor y uno de los más modernos recintos feriales de España, que a su vez es uno de los diez mayores de todo el mundo: 231000 metros cuadrados de superficie cubierta de exposición.

La Feria, creada como su principal función la de facilitar el comercio entre empresas. Esta institución ha ampliado sus actividades a diversos campos, como la celebración de congresos.

Estructura organizativa:

El más alto órgano de gobierno de Feria Valencia es el Patronato compuesto por 41 miembros.

Así mismo, dentro de los órganos de gobierno de Feria Valencia se constituye el Comité Ejecutivo cuyas principales responsabilidades, son la capacidad de gobierno, gestión y administración, tanto de la Institución como de todos los certámenes feriales. Sus Estatutos establecen como parte de las funciones del Comité Ejecutivo el conocer e informar el presupuesto de Feria y su correspondiente liquidación.

El Contador del Comité Ejecutivo, formula el balance de situación de Feria y el Tesorero formula la cuenta de pérdidas y ganancias. El Patronato da finalmente su conformidad, si procede, a los presupuestos de Feria, así como a su liquidación.

Adicionalmente, Feria Valencia constituye un comité por cada manifestación ferial cuya principal misión es asesorar y apoyar al Comité ejecutivo en relación con el desarrollo de dicho evento.

Patronato de Feria Valencia.

PRESIDENTA	Excma. Sra. D.^a RITA BARBERÁ NOLLA ALCALDESA PRESIDENTA DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VALENCIA.
VICEPRESIDENTE 1º	Ilma. Sra. D. ^a SILVIA ORDIÑAGA RIGO DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO
VICEPRESIDENTE 2º	Sr. D. JOSÉ VICENTE MORATA ESTRAGUES PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA
Vocal Nato	Sr. D. RAFAEL MIRÓ PASCUAL DIRECTOR GENERAL DE INDUSTRIA E INNOVACIÓN DIRECTOR GENERAL DE IMPIVA
Vocal Nato	Sr. D. ALBERTO CATALÁ RUIZ DE GALARRETA PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE VALENCIA
Vocal Nato	Ilmo. Sr. D. ALFONSO RUS TEROL PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE VALENCIA
Vocal Nato	Ilmo. Sr. D. JAVIER L. MOLINER GARGALLO PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CASTELLÓN
Vocal Nato	Ilma. Sra. D. ^a LUISA PASTOR LILLO PRESIDENTA DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ALICANTE
Vocal Nato	Excma. Sr. D. JAIME MUNDO ALBERTO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN DE INDUSTRIA DE LAS CORTES VALENCIANAS
Vocal Nato	Ilmo. Sr. D. VICENTE MAÑES FORTICH DIRECTOR TERRITORIAL DE COMERCIO
Vocal Nato	Sr. D. MOISES JIMENEZ MAÑAS

	PRESIDENTE DE LA INSTITUCIÓN FERIA ALCANTINA
Vocal Nato	Sr. D. SALVADOR MARTÍ HUGUET PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE CASTELLÓN
Vocal Nato	Sr. D. JOSÉ ENRIQUE GARRIGOS IBÁÑEZ PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ALICANTE
Vocal Nato	Sr. D. JOSÉ VICENTE GONZÁLEZ PÉREZ PRESIDENTE DE LA COFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA CIERVAL
Vocal Nato	Sr. D. ANTONIO SORIANO AZNAR PRESIDENTE DEL COLEGIO PROF. DE AGENTES COMERCIALES

VOCALES DESIGNADOS POR LA CONSELLERÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO E INNOVACIÓN:

Vocal	Sr. D. JOSÉ ROGER CORDELLAT
Vocal	Sr. D. JOAQUÍN ROCAMORA FERRI
Vocal	Sr. D. SALVADOR NAVARRO PRADAS
Vocal	Sr. D. HÉCTOR COLONQUÉS MORENO
Vocal	Sr. D. MARIO MARINER MONLEÓN
Vocal	Sr. D. JOSÉ RAFAEL GARCÍA FUSTER GONZALEZ-ALEGRE

VOCALES DESIGNADOS POR LA PRESIDENTA DEL PATRONATO:

Vocal	Sr. D. ALFREDO QUESADA ORTELLS
Vocal	Sr. D. HÉCTOR DOMINGUIS PÉREZ

Vocal	Sr. D. CRISTÓBAL AGUADO LAZA
Vocal	Sr. D. MANUEL BROSETA DUPRÉ
Vocal	Sr. D. JOSÉ MALDONADO CHIARRI
Vocal	Sr. D. EMILIO PECHUÁN PORRES

VOCALES DESIGNADOS POR LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VALENCIA:

Vocal	Sr. D. VICENTE FOLGADO TÁRREGA
Vocal	Sr. D. JOSÉ BERNARDO NOBLEJAS PÉREZ
Vocal	Sr. D. VICENTE LAFUENTE MARTÍNEZ
Vocal	Sr. D. PABLO SERRATOSA LUJÁN
Vocal	Sr. D. FEDERICO FÉLIX REAL
Vocal	Sr. D. EDUARDO AZNAR MENGUAL

VOCALES DESIGNADOS POR LA PRESIDENTA DEL PATRONATO, A PROPUESTA DEL COMITÉ EJECUTIVO:

Vocal	Sr. D. ARMANDO IBÁÑEZ GUAITA
Vocal	Sr. D. JULIO DE MIGUEL AYNAT
Vocal	Sr. D. RAFAEL BENAVENT ADRIÁN
Vocal	Excmo. Sr. D. ARTURO VIROSQUE RUIZ
Vocal	Sr. D. ÁNGEL TORRE GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL DE FERIA VALENCIA	Sr. D. ENRIQUE SOTO RIPOLL

COMITÉ EJECUTIVO DE FERIA VALENCIA

PRESIDENTE	Sr. D. ALBERTO CATALÁ RUIZ DE GALARRETA
VICEPRESIDENTE 1º	Ilmo. Sr. D. ALFONSO GRAU ALONSO
VICEPRESIDENTE 2º	Sr. D. JOSÉ VICENTE GONZÁLEZ PÉREZ PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (CIERVAL)
TESORERO	Sr. D. SALVADOR NAVARRO PRADAS PRESIDENTE CEV
CONTADOR	Sr. D. JOAQUÍN PIÑÓN GAYA
Vocal Nato	Ilma. Sra. D ^a . SILVIA ORDIÑAGA RIGO DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO

EN REPRESENTACIÓN DE LA CONSELLERÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO:

Vocal	Ilmo. Sr. D. RAFAEL MIRÓ PASCUAL DIRECTOR GENERAL INDUSTRIA
Vocal	Ilmo. Sr. D. DANIEL MARCO BLANES DIRECTOR GENERAL DE INTERNACIONALIZACIÓN CONSEJERO DELEGADO DEL IVEX

EN REPRESENTACIÓN DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE VALENCIA:

Vocal	Ilmo. Sr. D. JORGE BELLVER CASAÑA CONSEJAL DE URBANISMO, VIVIENDA Y CALIDAD URBANA
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

EN REPRESENTACIÓN DE LA C.O.C.I.N DE VALENCIA:

Vocal	Sr. D. PABLO SERRATOSA LUJAN
Vocal	Sr. D. JOSÉ VICENTE MORATA

DESIGNADOS POR EL PRESIDENTE DEL COMITÉ EJECUTIVO DE FERIA
VALENCIA:

Vocal	Sr. D. JOSÉ BLASCO MORÁN
DIRECTOR GENERAL DE FERIA VALENCIA	Sr. D. ENRIQUE SOTO RIPOLL

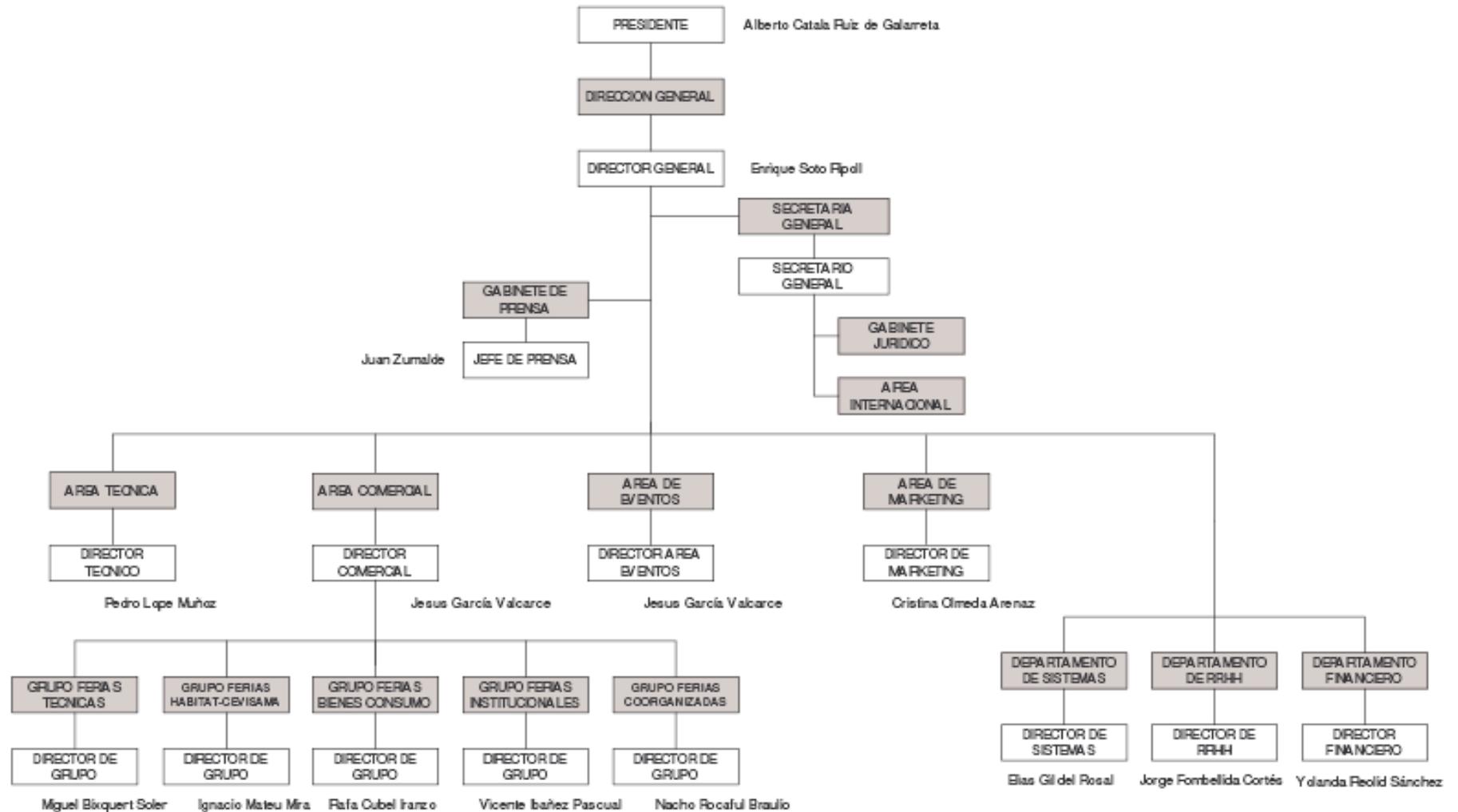
Organigrama.

A continuación se muestra el organigrama de la Feria Muestrario Internacional de Valencia. Donde se ve claramente que es una estructura piramidal donde está reflejado los distintos departamentos que la conforman.

- ✓ Presidencia.
- ✓ Dirección General.
- ✓ Secretaría General.
 - Gabinete Jurídico
 - Área Internacional
- ✓ Gabinete de Prensa.
- ✓ Área Técnica.
- ✓ Área Comercial.
 - Grupo Ferias Técnicas.
 - Grupo Ferias Habitat-Cevisama.
 - Grupo Ferias Bienes Consumo.
 - Grupo Ferias Institucionales.
 - Grupo Ferias Coorganizadas.
- ✓ Área de Evento.
- ✓ Área de Marketing.
- ✓ Departamento de Sistemas.
- ✓ Departamento RR.HH.
- ✓ Departamento Financiero.

Para más información ver el ANEXO 2. ESTATUTOS DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

ORGANIGRAMA GENERAL



4.3 Marketing

Feria Valencia es una herramienta importante de marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante. La feria tiene una vertiente publicitaria y una estrategia de venta. Una exposición es una técnica de ayuda a la venta, un medio de presentación privilegiado, para un gran número de clientes potenciales, en un período de tiempo y un espacio delimitado.

Las principales características de las ferias comerciales que se diferencian frente a otros instrumentos de marketing son:

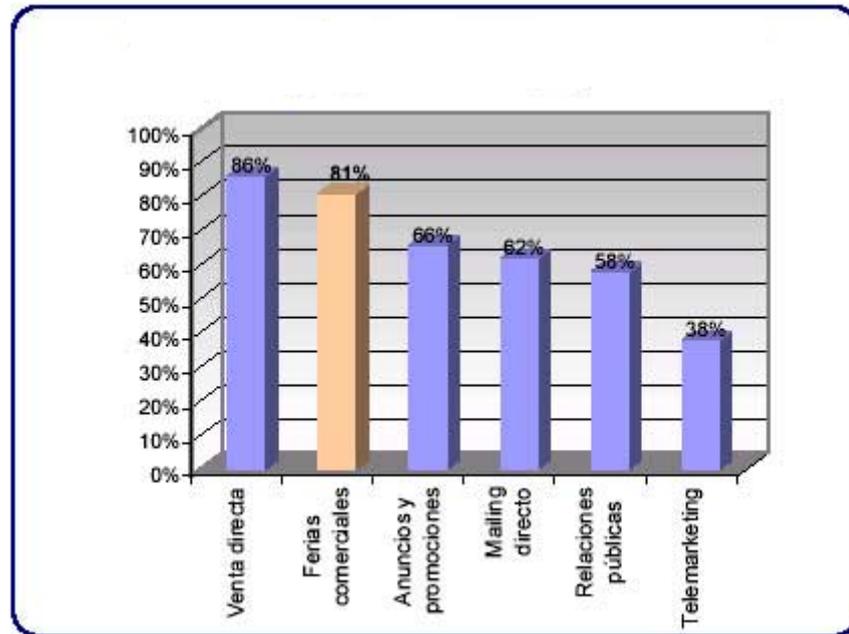
- ✓ Instrumento comercial necesario: Se concentra la oferta y la demanda en un tiempo y un espacio concretos para facilitar el encuentro y el intercambio, público de calidad.
- ✓ Facilitan, al mismo tiempo, el contacto personal y hacen accesible el producto permitiendo ver la reacción del cliente.
- ✓ Se crea un clima favorable al existir una buena predisposición de las empresas participantes, tanto expositores como visitantes profesionales.

Las ferias se han convertido en un CENTRO DE NEGOCIOS tanto por las transacciones comerciales como por su condición de centro neurálgico de otras relaciones dentro de los sectores. El establecimiento de joint-ventures y de estrategias sectoriales conjuntas, acciones de cooperación internacional, investigación de mercado o test de productos son algunas de las actividades que han encontrado en las ferias el lugar idóneo para desarrollarse.

Las ferias comerciales aportan:

- ✓ Eficacia Comercial: Las ferias comerciales se sitúan en segundo lugar del ranking de eficacia en el proceso de ventas, sólo detrás de la fuerza de ventas (según el informe del Center for Exhibition Industry Research-CEIR de EE.UU en 1998). Las ferias, por sus características diferenciadoras, se convierten en un instrumento de marketing que favorece y acelera los procesos de venta.

Ilustración 7: La eficacia de las ferias comerciales en el proceso de ventas.



Fuente: Center for Exhibition Industry Research-CEIR de EE.UU, 1998

✓ Ahorro en Costes:

La participación en ferias supone un ahorro importante debido a dos motivos:

1. La concentración de compradores y proveedores en un mismo lugar.
2. Se llevan a cabo múltiples acciones de marketing: fuerza de venta, publicidad, promoción, relaciones públicas e investigación de mercados.

✓ Fuente de Información:

Según un estudio de Simmons Market Research Bureau (1997), las ferias comerciales son la fuente más eficaz de reunir información:

Las ferias comerciales proporcionan un flujo informativo bidireccional (proveedor/cliente y viceversa).

Feria Valencia es la institución ferial pionera en España convirtiéndose desde sus orígenes en el referente nacional e internacional del sector. Aporta muchas ventajas que le permite ser un instrumento de marketing imprescindible para las empresas como:

Es la institución líder en el panorama nacional: superficie de exposición, servicios, números de certámenes profesionales, número de certámenes internacionales, certámenes profesionales más grandes y de mayor prestigio de España, etc.

Es una institución dinámica e innovadora que va evolucionando con las nuevas necesidades y circunstancias del mercado: constante renovación de la oferta con la creación de nuevos certámenes y la adaptación de los existentes a los nuevos condicionantes del sector.

Modelo de gestión participativo que combina el conocimiento del sector y la involucración de los empresarios del sector con la experiencia en la gestión y organización de certámenes de Feria Valencia.

Ubicación privilegiada de Feria Valencia en el eje de mayor desarrollo del Mediterráneo. Además Valencia cuenta con modernas infraestructuras que permiten el rápido enlace con el resto de la península y Europa.

El proyecto de ampliación conforma el mayor y mejor espacio feria de España: 230.000 m² de superficie de exposición diseñado con criterios arquitectónicos innovadores que responden a las necesidades de expositores y visitantes.

Feria Valencia ha apostado por un modelo urbano, a tan solo 5 kilómetros del centro de Valencia, realizando fuertes inversiones en sus accesos para la comodidad de expositores y visitantes.

La certificación del Calidad ISO 9002 avala la profesionalidad y la excelencia ferial de Feria Valencia, siendo la primera Feria española en obtener dicha certificación por parte de AENOR.

Pone a disposición de las empresas una amplia gama de servicios para buscar la comodidad de expositores y visitantes: más espacio de exposición y más servicios para facilitar la realización de negocio.

Los beneficios que conllevan a los expositores permanecer años tras años en las ferias comerciales de Feria Valencia son:

- ✓ Conseguir ventas (cierres de ventas o preventa) y ganar cuota de mercado.
- ✓ Establecer contactos comerciales cualificados.

Captación de nuevos clientes.

Acceso a clientes potenciales difícilmente accesibles para la red de ventas.

Fidelización de los clientes actuales.

- ✓ Obtener una gran cantidad de información en un corto plazo de tiempo siendo una herramienta fundamental de investigación de mercado en los siguientes aspectos:

Análisis del grado de satisfacción de los clientes reales o potenciales respecto a nuestros productos y de la competencia.

Visión clara de la competencia: nuestra posición respecto a ellos, política de precios, tipología de sus clientes, etc.

Conocimiento de los problemas y las nuevas tendencias del sector.

- ✓ Identificar y captar posibles colaboradores o partners: proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores.
- ✓ Reforzar la imagen de la empresa y potenciar las relaciones públicas ante los medios ya que la participación en la feria es en sí misma una campaña de comunicación corporativa.
- ✓ Feria Valencia es la plataforma ideal para el lanzamiento de innovaciones:

Dar a conocer y promocionar los nuevos productos y servicios.

Utilizar este primer contacto como test de producto.

4.4 Finanzas

Durante el año 2011 la crisis económica ha seguido afectando a todos los sectores y por tanto al negocio ferial. En este contexto Feria ha continuado con el proceso de optimización de costes, cuyo objetivo principal ha sido la renegociación con proveedores, encaminada a una reducción de gastos externos, que se han rebajado un 32% respecto al ejercicio 2010 y seguirá reduciéndose en el próximo año, y adecuación de la masa salarial de forma temporal, cuyo efecto supone un ahorro del 20% aproximadamente y que será reversible cuando se cumplan determinados requisitos de recuperación económica. Por otro lado continúan las actuaciones encaminadas a incrementar los ingresos, con la presentación de nuevos certámenes, nuevas líneas de negocio y alianzas con otros operadores.

Según las Cuentas Anuales, el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2011 se ha cerrado con la organización de 41 certámenes y 29 eventos. Los metros de exposición han sido de 427.546, correspondiendo a certámenes 216.098 metros de eventos y ferias externas, con un descenso del 47% respecto a la edición anterior.

El total de ingresos de explotación sin incluir las subvenciones de capital transferidas al resultado, asciende a 25.896.934 euros.

Los certámenes que aportan mayores ingresos en millones de euros han sido Cevisama con 6, Fimma-Maderalia con 3, Habitat con 3,4 y Puericultura con 1,7.

Las subvenciones de explotación que se han obtenido de los distintos organismos oficiales ascienden a 1 millón de euros, lo que representa un 3,8% del total de ingresos de explotación, con una importante disminución respecto al ejercicio anterior. Estos ingresos han permitido financiar los gastos derivados de los propios organismos por su exposición en las ferias, parte de las campañas publicitarias de los certámenes tanto a nivel nacional como internacional, así como parte de los gastos realizados para la asistencia de los compradores extranjeros. Adicionalmente ha contado con una subvención de 420.000 euros para financiar los gastos del Expediente de Regulación de empleo del ejercicio 2011.

El resultado del ejercicio ha alcanzado una pérdida de 7.634.688,73 euros.

Para realizar un análisis económico financiero, se han obtenido las últimas cuentas anuales facilitadas por el departamento financiero de Feria Valencia, que corresponden al ejercicio 2011. Y, para realizar el evolutivo de los resultados se ha decidido hacer respecto al año anterior 2010, para así obtener una mayor precisión en las conclusiones.

Por tanto realizaremos el análisis económico financiero con los años 2010 y 2011.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN PATRIMONIAL

El balance se divide en dos grandes apartados:

1. Activo: conjunto de bienes y derechos que posee la empresa.
2. Pasivo: conjunto de las obligaciones con terceras personas más las aportaciones que los socios o el empresario efectúen, junto a los recursos que la empresa haya generado a lo largo de los distintos ejercicios económicos derivados de la no distribución de beneficios.

Para realizar el estudio de la estructura económico-financiera de la empresa primero agruparemos las cuentas del balance de situación en una serie de masas patrimoniales que resulten representativas y de fácil manejo. En la tabla que se sigue a continuación, se muestran los resultados de este análisis para la empresa objeto de estudio.

ORDENACIÓN DEL BALANCE DE SITUACIÓN:

Tabla 12: Balance de situación preparado para el análisis.

ACTIVO

	2011		2010	
	u.m.	%	u.m.	%
ANC	582.282.634,49	0,90	597.696.341,6	0,90
Existencias	161.710,14	0,0002	184.039,29	0,0003
Realizable	4.965.564,2	0,01	9.194.275,18	0,0138
IFCP	34.187.796,06	0,05	30.742.065,71	0,0461
Efectivo	20.849.015,82	0,032	22.741.969,71	0,0341
AP	2.685.355,10	0,004	5.061.358,73	0,008
Total	645.132.075,81	1	665.620.050,22	1

PN Y PASIVO

	2011		2010	
	u.m.	%	u.m.	%
PN	41.882.062,70	0,065	50.169.972,49	0,075
PNC	555.663.430,92	0,86	564.095.669,16	0,85
PC	47.586.582,82	0,073	51.354.408,57	0,077
TOTAL	645.132.075,81	1	665.620.050,22	1

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

Cálculo de porcentaje e interpretación

El cálculo de porcentajes consiste en calcular el porcentaje que representa cada grupo patrimonial en relación al total del activo, de esta manera podemos observar el balance con mayor relatividad y objetividad que si lo tuviéramos expresado en términos absolutos, aspecto positivo a la hora de realizar el análisis.

En este apartado nos centraremos en la interpretación del balance puesto que el cálculo de los porcentajes ya lo hemos realizado en el apartado anterior como se muestra en las tablas de activo y pasivo.

Análisis del balance del año 2010:

Por lo que respecta al año 2010 podemos observar como el activo no corriente predomina sobre el activo corriente. La masa patrimonial más relevante dentro del

activo corriente es la de inversiones financieras a corto plazo, Feria Valencia y Generalitat Valenciana firmaron en los meses de mayo de 2002 y diciembre de 2007 contratos programa y convenio de colaboración. De acuerdo con los términos de los contratos suscritos, Generalitat Valenciana se compromete a realizar el pago del principal y carga financiera relacionadas con la financiación de las inversiones del Plan de Modernización y el de Ampliación en caso de no poder ser asumido por Feria Valencia.

Por lo que respecta al patrimonio neto y pasivo destacamos que el grupo patrimonial predominante es el pasivo no corriente. Como podemos observar en la tabla % es de 0,85 esto se debe a las obligaciones y deudas con entidades de crédito.

Análisis del balance del año 2011:

Por lo que respecta al año 2011 podemos observar como el activo no corriente ha disminuido por el inmovilizado material por sus respectivas amortizaciones. Ya que se valora inicialmente por su valor de coste de adquisición o coste de producción, y posteriormente se minora por la correspondiente amortización acumulada.

Igualmente este año la masa patrimonial relevante dentro del activo corriente es la de inversiones financieras a corto plazo, por lo explicado en el apartado anterior.

Y por lo que respecta al patrimonio neto y pasivo predomina el pasivo no corriente. También pérdidas de ejercicios anteriores en el patrimonio neto por importe negativo de 9.134.399,82.

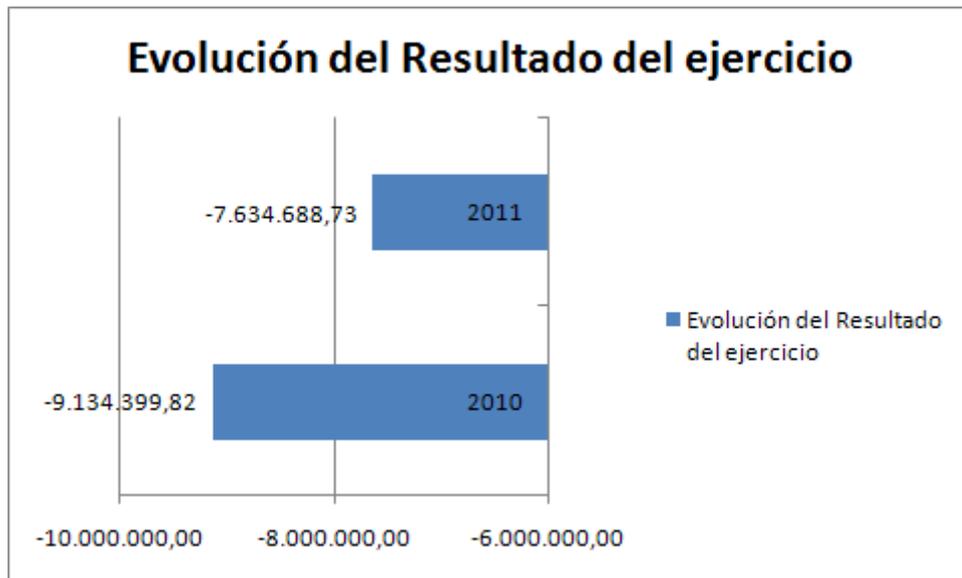
Evolución:

Si comparamos el año 2011 respecto al 2010 ha disminuido el activo no corriente y el importe de los deudores, esto significa que ha disminuido el número de clientes en la feria.

Con respecto al patrimonio neto del año 2011 ha disminuido la reserva voluntaria por el resultado negativo del año 2010 de 9.134.399,82.

Respecto a la evolución en cuanto al resultado del ejercicio, podemos ver su evolución en la siguiente ilustración:

Ilustración 8: Evolución del Resultado del ejercicio

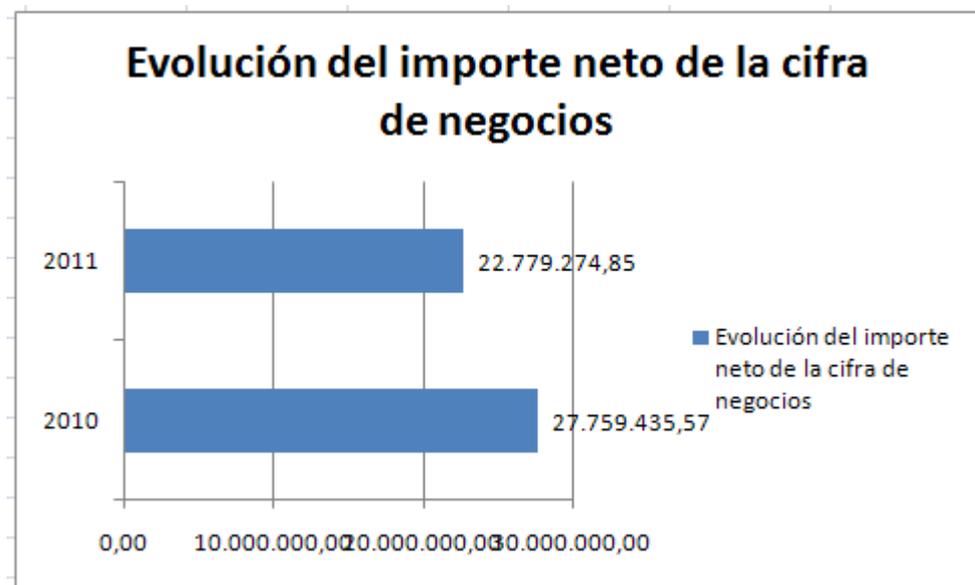


Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

El resultado del ejercicio del 2011 ha sido también negativo con respecto al año 2010 pero con mejores resultados ya que ha disminuido el importe negativo.

En cuanto al importe neto de la cifra de negocios podemos ver su evolución en la siguiente ilustración:

Ilustración 9: Evolución del importe neto de la cifra de negocios.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las cuentas anuales.

Podemos observar que el importe neto de la cifra de negocios ha ido disminuyendo, debido a la situación de crisis económica en la que se encuentra España. Debido a esto el número de expositores en la feria ha disminuido y por consiguiente la prestación de servicios a estos.

Fondo de maniobra y gráfico del balance de situación:

El fondo de maniobra es el margen de activos líquidos de que dispone la empresa para hacer frente a las deudas de vencimiento más inmediato, por lo que, mide el equilibrio económico-financiero de la empresa.

El fondo de maniobra se puede obtener como la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente.

El fondo de maniobra calculado, en concreto, es:

- $FM(2010) = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} = 67.923.708,62 - 51.354.408,57 = 16.569.300,05$.

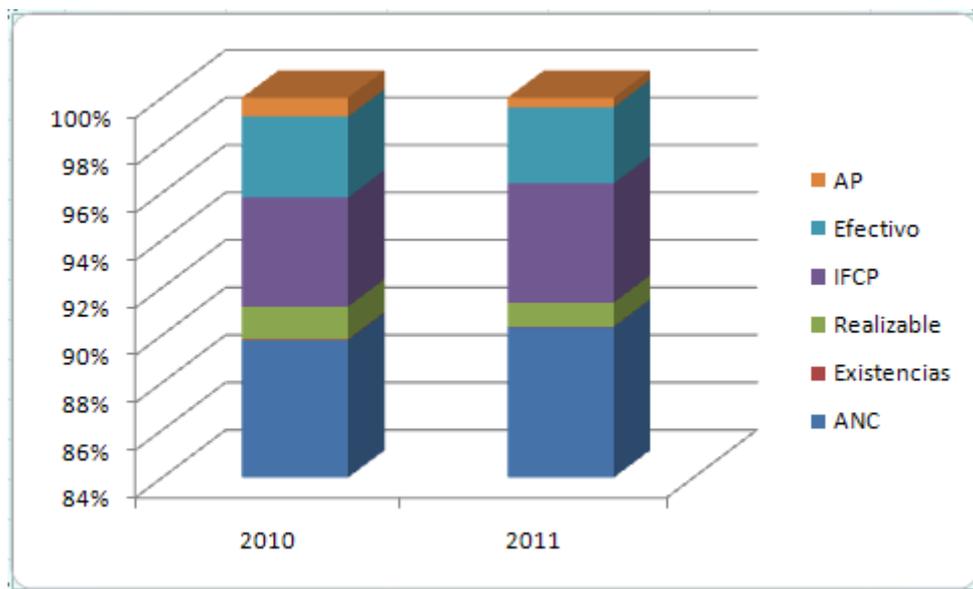
- $FM(2011) = 62.849.441,32 - 47.586.582,82 = 15.262.858,65$

Observamos que el fondo de maniobra del 2011 con respecto al 2010 ha disminuido en más de 1 millón de euro, ya que el activo corriente del 2011 ha disminuido comparado con el activo corriente del 2010. Debido a la disminución de deudores.

El gráfico del balance es una visualización del balance de situación desglosado por masas patrimoniales donde se puede ver el peso que tiene cada una de ellas. Se elabora a partir de los porcentajes calculados.

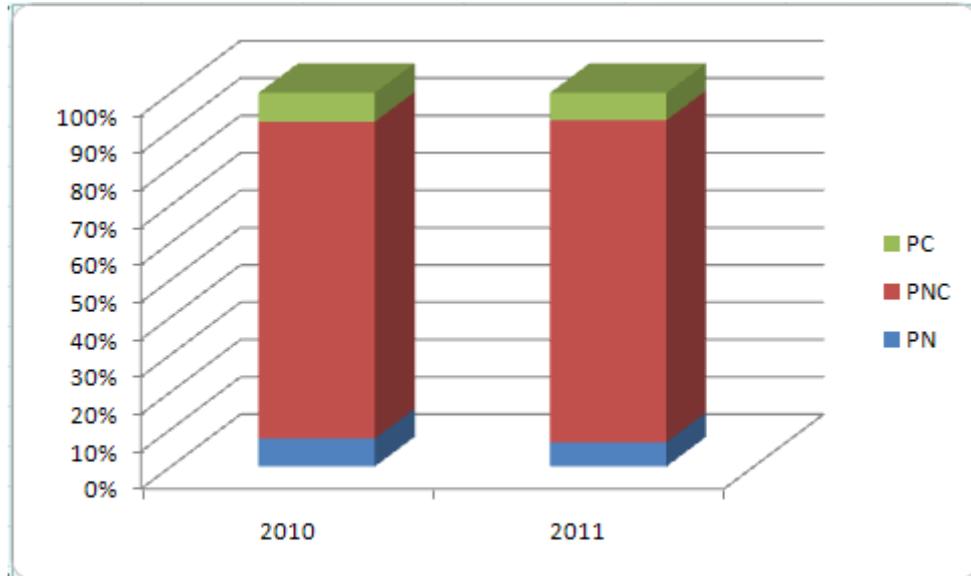
Presentaremos los gráficos para 2010 y 2011, de esta manera podremos comprobar la evolución de los diferentes grupos patrimoniales.

Ilustración 10: Gráfico del balance. Activo



Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

Ilustración 11: Gráfico del balance. PASIVO



Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPIOS GENERALES:

- ¿AC>PC?

La empresa tanto en el año 2010 como en el año 2011 no tiene problema de liquidez, pero esta situación debe confirmarse con el análisis del presupuesto de caja.

- ¿Realizable+ Disponible=Pasivo Corriente?

En ambos años la suma del realizable más el disponible son bastante inferiores al pasivo corriente. La empresa debe tener precaución ya que es posible que tenga problemas para atender los pagos.

- ¿Los fondos propios representan entre el 40%-50% del pasivo?

No, y por tanto la empresa debe tener precaución, esta descapitalizada y, por tanto, excesivamente endeudada. La falta de capital y le sobran deudas.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LIQUIDEZ

Método de los ratios

Presentamos a continuación una tabla resumen con todos los ratios de liquidez calculados para 2010 y 2011 para proceder a su posterior interpretación.

Tabla 13: Ratio de Liquidez

Ratio	Fórmula	2010	2011
Liquidez	Activo corriente/Pasivo corriente	1,32	1,32
Tesorería	(Realizable+ Efectivo)/Pasivo corriente	0,62	0,54
Disponibilidad	Efectivo/Pasivo corriente	0,44	0,44
FM sobre activo	FM/Activo total	0,025	0,024
FM sobre Pasivo corriente	FM/ Pasivo corriente	0,32	0,32

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

➤ Ratio de liquidez

Este ratio nos indica la situación de liquidez de la empresa pero no de forma inmediata como el ratio de tesorería. Debe estar este ratio entre 1 y 2 para alejarse de la suspensión de pagos

Tanto en el año 2010 como en el año 2011 los datos de la tabla nos indican que no tiene están por encima de 1, esto significa que no tendrán problemas de suspensión de pagos.

➤ Ratio de tesorería

Indica la capacidad de la empresa para liquidar sus deudas a corto plazo sin riesgo de suspensión de pago.

Debe de estar cerca de 1, si está por debajo de 1 es posible que la empresa entre en suspensión de pagos ya que con los recursos que tiene a corto plazo no tiene para hacer

frente a las deudas a corto plazo. Si el valor es muy superior a 1 indica un exceso de liquidez, es decir que la empresa tiene activos sin rendimiento.

Comprobando en la tabla vemos que tanto el 2010 como el 2011 no están cercano al 1, esto significa que tiene un problema de liquidez ya que no pueden afrontar los pagos a corto plazo.

Por esto Feria Valencia ha tenido que aplicar medidas de reducción de costes para poder afrontar estas deudas.

➤ Ratio de disponibilidad

Este ratio nos muestra la capacidad de la empresa para liquidar sus deudas más inmediatas y que vencen a muy corto plazo.

Es recomendable que el ratio sea mayor que 1 ya que en caso contrario la empresa no tendría cash suficiente para pagar sus deudas más inmediatas. Pero un ratio demasiado alto nos indicaría que la empresa está perdiendo rentabilidad al tener demasiado dinero en efectivo o en cuentas corrientes que no le están generando riqueza.

En este caso, la empresa tiene un ratio disponibilidad por debajo del 1 esto significa que no tiene suficiente cash para hacer frente a los pagos inmediatos.

➤ Ratios de fondo de maniobra

Estos ratios nos informan sobre el peso que representa el fondo de maniobra en relación al activo o las deudas a corto plazo. El fono de maniobra sobre activo representa el peso que tiene el fondo de maniobra sobre el total del activo.

Para el ejercicio 2010 y 2011 obtenemos un ratio positivo pero bastante pequeño.

El fondo de maniobra sobre pasivo corriente representa el peso que tiene el fondo de maniobra sobre el pasivo corriente.

Igualmente el fondo maniobra sobre pasivo corriente tanto en el 2010 como en el 2011, son iguales, esto indica que ha habido cambios en este aspecto.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE ENDEUDAMIENTO

En este punto hablaremos del peso del volumen de deuda del total de la estructura financiera que tiene la empresa.

Tabla 14: Ratios de endeudamiento

Ratio	Fórmula	2010	2011
Endeudamiento	$\text{Pasivo}/(\text{PN} + \text{Pasivo})$	0,93	0,94
Autonomía	PN/Pasivo	0,082	0,070
Solvencia	$\text{Activo}/\text{Pasivo}$	1,08	1,07
Calidad de la deuda	$\text{Pasivo Corriente}/\text{Pasivo Total}$	0,077	0,074

Fuente: Elaboración propia a partir de las cuentas anuales.

➤ Ratio de endeudamiento

Este ratio nos indica la cantidad de financiación ajena que tiene la empresa. Para que existiese una estructura financiera equilibrada el ratio de endeudamiento debería ser de 0,5. Sin embargo, para el año 2010 obtenemos un ratio 0,94 y para el año 2011 un ratio de 0,94 lo que significa que es una deuda alta y existe pérdida en la autonomía de financiación (descapitalización).

➤ Ratio de autonomía

Este ratio relaciona la financiación propia de la empresa con la financiación ajena. El ratio de autonomía que debería estar en torno al 0,7-1,5, nos indica que para ambos años el ratio de autonomía es muy inferior al valor óptimo. Por tanto ha habido una pérdida de autonomía.

➤ Ratio de solvencia

El ratio de solvencia mide la capacidad de la empresa para hacer frente a la totalidad de las deudas, también se denomina distancia de la quiebra técnica.

Tanto para el 2010 como para el 2011 la empresa obtiene un ratio superior a 1 lo que significa que la empresa más activo que pasivo. Esto significa que puede hacer frente a las deudas en su totalidad.

➤ Ratio de calidad de deuda

El ratio de calidad de la deuda informa sobre la cantidad de financiación ajena a corto plazo que tiene la empresa del total de financiación ajena.

Tanto el 2010 como el 2011 el ratio de calidad de deuda es pequeño esto significa que tiene muy poca financiación ajena a corto plazo.

CAPITULO 5:

LA IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA

ELECTRÓNICA EN LA FERIA

MUESTRARIO INTERNACIONAL DE

VALENCIA

5.LA IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA EN LA FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

5.1 Procedimiento

En el presente punto tiene como objetivo indicar los principales aspectos que se recomienda tener en cuenta al momento de iniciar el proyecto de implantación de la factura electrónica.

Cada organización tiene sus propias particulares y sus respectivas complejidades, y toda metodología que se utilice, tiene que adaptarse a la realidad que viva dicha entidad.

Por esto indicaré los aspectos más relevantes en el proceso de facturación electrónica, y no deberían dejarse de lado, al momento de embarcarse en un proyecto de implantación como este.

1. CREACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO.

El equipo de trabajo debe cumplir algunas características:

- Grupo multidisciplinario: Incluir todos los departamentos involucrados en proceso de facturación, por ejemplo: Ventas, Atención al Cliente, Administración, Informática, Compras, entre otros.
- Jefe de proyecto: Nombrar a una persona para que lidere y unifique los criterios.
- Asignación de responsabilidades: Cada uno de los integrantes debe conocer claramente sus funciones en el equipo.
- Definición de plazos: Identificar posibles fechas tentativas para el diagnóstico, implantación, evaluación y diferentes etapas que se tengan en el proyecto.
- Capacitación: Realizar una presentación resumida de lo que implica el proceso de facturación electrónica para todo el equipo.

2. DIAGNÓSTICO INICIAL DEL PROCESO DE FACTURACIÓN TRADICIONAL.

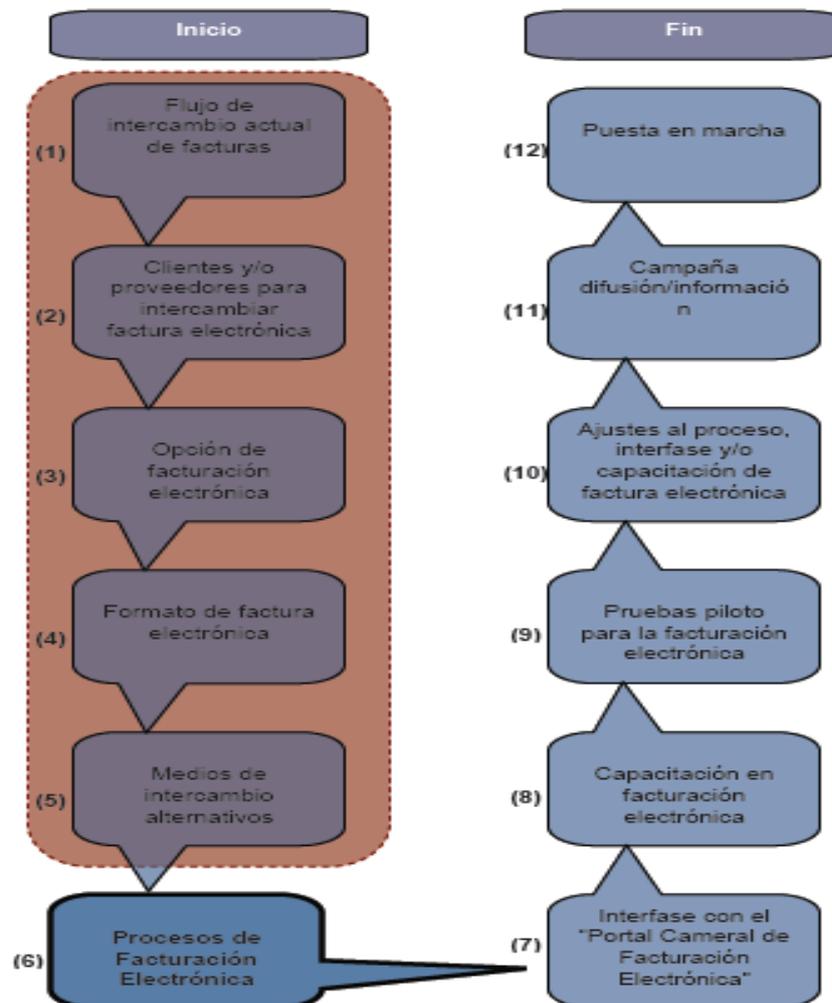
Establecer de forma preliminar, el flujo de facturación que se tiene actualmente, con el objeto de conocer superficialmente la realidad de la empresa.

- Se pueden analizar los 2 ó 3 últimos años, para conocer el comportamiento (evolución) de las facturas emitidas y de las facturas recibidas.
- Identificar los clientes o los proveedores con los cuales se intercambia facturas con mayor frecuencia (estimar la cantidad aproximada mensual y/o anual por cliente).
- Calcular la cantidad de facturas emitidas y recibidas mensualmente, semanalmente, o según el periodo que mejor refleje el ciclo comercial de la empresa. El tamaño del periodo que se analice, dependerá sobre todo del sector al que pertenezca la empresa y del tamaño de la misma.

3. DEFINICIÓN DE LA METODOLOGÍA DE IMPLANTACIÓN.

La metodología para implantar la facturación electrónica podría abarcar los siguientes puntos:

Ilustración 12: Metodología de implantación



Fuente: Servicio de Asesoramiento en Tecnologías de Información – SATi

4. IMPLANTACIÓN DE LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA.

Flujo de intercambio actual de facturas.

El análisis del flujo de facturación en la empresa debería arrojar la siguiente información:

- Cantidad de facturas que se emiten y reciben
- Empresas con las cuales se tiene un mayor intercambio
- Frecuencias y meses en los cuales existe un mayor intercambio de facturas
- Importes de facturas que más se reciben y emiten
- Etc.

Con los datos obtenidos en el análisis se debería establecer con bastante precisión:

- El comportamiento futuro, tanto en la recepción, como en la emisión de facturas electrónicas.
- Los principales clientes/proveedores con los que se podría realizar la prueba piloto, la posterior puesta en marcha.
- La metodología de difusión del proyecto (tanto internamente en la empresa, como externamente con los clientes/proveedores).
- El perfil de los clientes/proveedores, con los que se tiene contacto comercial, para desarrollar la solución que mejor se adapte a la problemática que tenga la empresa implantadora de la facturación electrónica.
- Los mejores meses para realizar las pruebas piloto y la puesta en marcha, tratando de no coincidir con los meses donde la frecuencia es alta.

Clientes y Proveedores para Intercambiar Facturas Electrónicas

Gracias al diagnóstico previo, sobre el flujo de facturas, se podrían identificar las empresas con las que se tiene mayor intercambio comercial, y por ende, con las que se intercambia facturas frecuentemente.

La previa identificación de aquellas empresas (cliente/proveedores), permitiría la selección de entidades que pudieran participar en la prueba piloto de facturación electrónica, antes de poner en marcha el proceso definitivo.

Opción de facturación electrónica

La empresa debe optar por la modalidad de facturación electrónica que más se adecue a sus necesidades, identificando sus requerimientos, tanto en la emisión, como en la recepción de facturas.

Actualmente existen muchas aplicaciones informáticas para intercambiar facturas electrónicas a través de la Web, y que tienen como requerimiento básico el acceso a Internet. Estas aplicaciones informáticas hacen que la facturación electrónica sea aún más accesible para las pequeñas y las medianas empresas.

Las empresas pudieran optar también por desarrollar su propia aplicación de facturación electrónica, en cuyo caso, deberán considerar previamente, entre otros aspectos fundamentales, el costo, la dificultad que implica el desarrollo, las pruebas y la puesta a punto.

Formato de Factura Electrónica

Es recomendable que el formato de facturación elegido sea un estándar. En España la última versión del estándar nacional es el “Facturae3.2” de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

El uso de un formato de facturación estándar permite agilizar y facilitar la interfase entre los sistemas informáticos que interactúan en el proceso de envío/recepción de facturas electrónicas.

Tener un fichero estructurado estándar, permite que todos los interlocutores comerciales (clientes y proveedores) hablen un mismo lenguaje, objetivo que no se podría alcanzar si cada empresa utilizara un formato no-estructurado, como por ejemplo, facturas hechas con herramientas ofimáticas: Excel, Word o PDF.

El proceso de verificación y validación de los certificados usados en la firma digital de las facturas electrónicas es exigido por ley por lo tanto, es necesario definir políticas internas en la empresa sobre las consultas (on line) de las “listas de certificados revocados (CRL)”

Es recomendable que la empresa que implante la facturación electrónica informe a sus proveedores sobre el tipo de certificados que se aceptarán (especificando también las Autoridades de Certificación) cuando envíen sus facturas firmadas.

Medio de intercambio

Es necesario implementar herramientas tecnológicas que permitan facturar electrónicamente, sobre todo, si se ha decidido utilizar facturas electrónica estandarizada (ficheros estructurados como: EDI (Intercambio Electrónico de Datos))

Una plataforma de facturación electrónica requiere, como principales funcionalidades, lo siguiente:

- Generar facturas electrónicas
- Visualizar facturas electrónicas
- Firmar facturas electrónicas
- Verificar firmas de las facturas electrónicas
- Enviar facturas electrónicas
- Recibir facturas electrónicas

Asimismo, no es posible que sea necesario incluir otras funciones adicionales, como:

- Controlar copias de seguridad
- Gestionar clientes
- Gestionar proveedores
- Gestionar usuarios
- Gestionar plataforma

Las empresas que tienen aplicaciones informáticas para crear facturas, como podría ser un ERP (Planificación de Recursos Empresariales), debe considerar como un aspecto fundamental, la integración de dicho sistema informático con la plataforma de facturación electrónica que haya elegido.

Es recomendable automatizar la importación y la exportación de facturas cuando interactúen la plataforma de facturación electrónica y el ERP. De este modo, se reduce la intervención humana en el traspaso de una factura electrónica desde la plataforma de facturación electrónica a un ERP, y viceversa.

El envío y recepción de facturas electrónicas puede realizarse utilizando correos electrónicos, donde vaya adjunta la factura electrónica, o simplemente, utilizar una plataforma Web de facturación electrónica, donde los usuarios puedan cargar y descargar, las facturas enviadas y recibidas.

Proceso de Facturación Electrónica

La gestión de la facturación electrónica implica desarrollar o adaptar los procedimientos internos dentro de la empresa.

Los principales procesos son:

- Envío de Facturas Electrónica
 - Generar la factura
 - Firmar la factura
 - Enviar la factura al proveedor
 - Registrar contablemente la factura.
- Recepción de Facturas Electrónicas
 - Recepcionar la factura
 - Verificar la firma electrónica
 - Verificar el contenido y los importes de la factura
 - Registrar contablemente factura

Interfase con el “Portal Cameral de Facturación Electrónica”

Las interfases se dan en la recepción y en el envío de facturas electrónicas.

Se debe tratar, en lo posible, de automatizar la importación y la exportación de facturas en la plataforma de facturación que se utilice, y en el sistema informático interno de gestión en las empresas, con el objetivo de:

- Disminuir la intervención de las personas en la carga y descarga de facturas, intentando que esto se haga automáticamente en periodos de tiempos previamente definidos.
- Eliminar el registro manual de los datos (de las facturas recibidas) en los sistemas informáticos internos de gestión, intentando que el ingreso de datos sea automático en periodos de tiempo previamente definidos.

Si se logran estos objetivos, se estará ayudando a:

- Disminuir el tiempo operativo de trabajo de las personas que emiten y reciben facturas en la entidad.

- Eliminar los errores por el ingreso manual de datos (de la factura) en el sistema informático.

Capacitación en facturación electrónica

Antes de empezar la capacitación, es importante informar, ya sea con reuniones o con comunicaciones escritas a todo el personal, sobre el proyecto de facturación electrónica que se desea implantar en la entidad.

Mientras más involucrado este el personal en la implantación de la nueva metodología de facturación, mejores resultados se podrán obtener, ya que son los propios empleados los que tendrá que informar cuando tengan contacto con los clientes y a los proveedores.

La capacitación en facturación electrónica puede dividirse en dos grupos de empleados, los que tienen contacto con clientes y los que tienen contacto con proveedores.

Para la formación, es recomendable desarrollar y distribuir entre los empleados que participan, algún documento guía sobre el proceso general de facturación electrónica que se implante en la entidad.

La capacitación debería centrarse en las principales operaciones que se tienen en la recepción y en el envío de facturas, como ser:

- Envío: Generar facturas (de cliente), firmar facturas electrónicas y enviar facturas electrónicas.
- Recepción: Recibir facturas (de proveedores) y verificar la firma de las facturas electrónicas.

La formación podría incluir lo siguiente:

- Herramientas tecnológicas disponibles en la entidad, por ejemplo:
 - Sistema informático interno de gestión
 - Plataforma de facturación electrónica
 - Cuanta de correo electrónico, como medio alternativo para el envío y la recepción.
 - Certificado digital
- Formato de factura electrónica a utilizar.
- Procedimientos de envío/recepción, con una descripción sintética de las principales actividades.

- Modalidades habilitadas para el envío y la recepción.
- Nuevos requisitos de facturación que tuviera que comunicarse a los clientes y a los proveedores (por ejemplo: solicitar a los proveedores que incluyan el número de pedido en las facturas para hacer una mejor trazabilidad de compras)
- Persona o departamento de apoyo en la entidad, para atender consultas, dudas y comentarios que tengan los empleados sobre la facturación electrónica (ya sean, requerimientos técnicos o de gestión).

Pruebas piloto para la facturación electrónica

La prueba piloto debe involucrar todas las herramientas tecnológicas que se utilicen en la facturación electrónica, como podrían ser:

- Sistema informático interno de gestión
- Plataforma de facturación electrónica
- Cuenta de correo electrónico, como medio alternativo para el envío y la recepción
- Certificado digital
- U otras aplicaciones informáticas alternativas o de apoyo que se pudieran tener.

Antes de realizar las pruebas piloto, se tiene que tener claro el formato de facturas electrónica que se aceptará, para que los ensayos se basen en dicho formato.

Los principales ensayos en una plataforma de facturación electrónica podrían ser los siguientes:

- Pruebas en la emisión de facturas electrónicas
 - Importar facturas de clientes
 - Firmar facturas
 - Enviar facturas
 - Re-enviar facturas
 - Revisar histórico de envío de facturas
 - Visualizar facturas
 - Imprimir facturas

- Probar diferentes criterios de búsqueda de facturas.
- Pruebas en la recepción de facturas electrónicas
 - Importar facturas de proveedores
 - Revisar histórico de recepción de facturas
 - Visualizar facturas
 - Verificar la validez de las facturas
 - Imprimir facturas
 - Probar diferentes criterios de búsqueda de facturas
- Pruebas en la gestión de usuarios en la plataforma de facturación electrónica
 - Solicitar alta usuarios
 - Activar o desactivar usuarios
 - Asignar roles a los usuarios (como ser: firmar, visualizar, enviar, etc)
- Pruebas en la gestión de clientes
 - Crear registro de clientes
 - Definir modalidades de facturación (método de envío)
 - Probar diferentes criterios de búsqueda de clientes
- Pruebas en la gestión de proveedores
 - Probar diferentes criterios de búsqueda de proveedores
- Pruebas de backup de facturas electrónicas
 - Crear backup de las facturas (emitidas y recibidas)

Los principales ensayos en un sistema informático interno de gestión (Ej. SAP), podrían ser los siguientes:

- Crear facturas electrónicas en formato PRE-establecido (Ej. Estándar en XML Facturae3.2)
- Exportar facturas electrónicas de los clientes. Para que posteriormente en la plataforma de facturación electrónica se importe, firme y envíe.

- Importar facturas electrónicas de los proveedores. Considerando, que previamente hayan sido verificadas las firmas electrónicas en la plataforma de facturación electrónica.

Ajustes al proceso, interfase y/o capacitación en facturación electrónica

Después de realizar las pruebas pilotos, es recomendable hacer una evaluación de los resultados obtenidos, y plasmarlos en ajustes y mejoras.

Los arreglos podrían darse básicamente en tres aspectos:

- Mejoras en las aplicaciones informáticas (plataforma de facturación, sistemas informáticos internos de gestión u otras herramientas informáticas).
- Cambios en los procedimientos de gestión.
- Ajustes en la metodología utilizada en la capacitación de los empleados.

Campaña difusión/información

La campaña de difusión debería ser interna (dirigida a los empleados) y externa (dirigida a los socios comerciales: clientes y proveedores).

Un medio idóneo para comunicar sobre el proyecto de facturación electrónica es la propia página Web de la entidad, donde se podría brindar la siguiente información:

- ¿Qué es la factura electrónica?
- Ventajas de la factura electrónica
- Soluciones para la Gestión de Facturas Electrónicas
- Proceso de Facturación Convencional Vs. Facturación Electrónica
- Facturación electrónica para proveedores y clientes
 - Modalidades diseñadas de envío/recepción de facturas
 - Fechas para las pruebas pilotos y la puesta en marcha
 - Formularios para que los clientes comuniquen su deseo de No recibir facturas electrónicas

En la difusión interna se pueden realizar sesiones generales para todos los empleados, con el fin de comunicar lo siguiente:

- Objetivos y alcance del proyecto
- Cronograma de trabajo
- Información disponible sobre el proyecto y facturación electrónica en general
- Personas de contacto para atender consultas técnicas y de gestión.

Para la difusión externa se puede informar en una primera instancia con comunicaciones escritas (cartas, mail, etc.), y posteriormente con reuniones personales dirigidas a los clientes por un lado, y los proveedores por otro. Dependiendo del perfil que tengan los clientes y los proveedores, se podrían establecer sesiones de presentación diferenciadas, para ajustar mejor la charla al público destino.

Puesta en marcha

La puesta en marcha implica, además de iniciar una nueva forma de facturar, el continuar difundiendo e informando a los proveedores/clientes, tanto antiguos como a los nuevos. Por lo tanto, este proceso de comunicación deberá seguir hasta que los socios comerciales se familiaricen completamente con la factura electrónica.

5. EVALUACIÓN DEL PROCESO DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Es recomendable llevar un registro de las incidencias que se pudieran dar en el proceso de facturación electrónica una vez este en marcha.

Al principio, sería recomendable hacer evaluaciones con una cierta periodicidad, hasta que los distintos departamentos y empleado involucrados en el proceso de facturación electrónica estén familiarizados.

La evaluación, además de permitir identificar las dificultades que se pudieran tener en la facturación electrónica, debería brindarnos algunos indicadores de gestión, y así medir los niveles de eficiencia, la cantidad de errores, los costes alcanzados, los tiempos de respuesta, etc.

6. MEJORAR EL PROCESO DE FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Si se desea mejorar, el proceso debe medirse, y para medirse es necesario establecer indicadores de gestión que me permitan contralar el proceso de facturación electrónica.

El objeto de realizar evaluaciones periódicas, al menos durante el periodo inicial de la puesta en marcha, es establecer nuevos ajustes y mejoras en el proceso de facturación electrónica antes de que se instaure completamente, ya que será más fácil realizar cambios al principio.

Es recomendable medir el antes y el después de la facturación electrónica. Al comparar el proceso tradicional de facturación vs. el de facturación electrónica, se podrá corroborar si realmente se han alcanzado las mejoras deseadas.

5.2 Presupuesto

Un aspecto importante que se debe analizar a la hora de implantar en la empresa la factura electrónica en su sistema de información es el coste que va a suponer dicha implantación.

Algunos de los costes que puede ocasionar esta implantación son:

- Asesoramiento en la implantación.

La contratación de especialistas en materia de facturación electrónica puede suponer un gasto adicional para la empresa, pero nos ayudarán a la realización de un estudio exhaustivo de la empresa.

Contar con personal especialista en facturación electrónica nos ayudará a decidir la mejor solución para la implantación y la legalidad de la misma.

- Adquisición de certificado digital.

El primer paso para la implantación de la facturación electrónica es disponer de un certificado digital válido para la firma de las facturas.

Los certificados válidos para la firma de facturas electrónicas son los expedidos por las autoridades de certificación aprobadas por la AEAT, que están publicados en su página web (www.aeat.es).

El coste que puede tener un certificado digital para la firma de facturas electrónicas varía dependiendo de la entidad emisora.

Existen entidades de certificación que lo facilitan a sus clientes de forma gratuita, que cobran por tiempo de uso del certificado o que cobran por número de facturas firmadas.

➤ Cambios en el Sistema de Información.

Software de emisión

Una vez disponemos de un certificado digital válido para la emisión de facturas en formato digital, necesitamos un software propio que permita la firma de documentos.

Existe otra alternativa para la firma de las facturas que consiste en utilizar un software instalado en una plataforma de terceros ubicada en distinto lugar.

Existe numerosos software valido para la facturación electrónica y/o firma de documento digitales.

La propia Agencia Tributaria está elaborando junto con el Centro de Cooperación Interbancaria, un software para la gestión de la factura electrónica (Facturae), y ofrece otro para la firma de documentos digitales (Profirma)

Se debe comprobar que el software utilizado cumple con la actual legislación sobre Propiedad intelectual.

Para la elección del software de emisión de facturas electrónicas debemos comprobar que cumple con todos los requisitos legales de generación de facturas electrónicas.

Si la empresa dispone ya de un software de facturación, lo ideal es que dicho software permita la emisión de facturas electrónicas, con lo que la integración en la empresa se realizará de forma más fácil.

Formato de emisión

Es importante que la emisión de las facturas se realice siguiendo un formato común para que los clientes puedan acceder a la información.

Dado que el formato de la factura electrónica no se puede imponer a los clientes, sino que se debe de acordar, es importante que dicho formato sea común en los sistemas de información (texto, html, rtf, pdf...).

Almacenamiento

Si queremos almacenar las facturas en formato papel, es necesario disponer de un software que genere la nube de puntos PDF417 de los documentos recibidos o emitidos.

Existe diverso software que genera e incluye en los documentos el código PDF417 autorizado para la impresión de facturas electrónicas. Este software en su mayoría es de pago.

Si queremos poder almacenar en formato electrónico las facturas recibidas en papel, debemos utilizar un software homologado por la AEAT y escáner OCR.

Para escanear y digitalizar las facturas recibidas en formato papel, es necesario que dicha instalación sea auditada por la AEAT.

Otros cambios

Según el software seleccionado para la facturación electrónica es posible que también sea preciso actualizar o adquirir equipos en nuestro sistema de información.

SI RESUMIMOS LOS POSIBLES COSTES EN LOS QUE PUEDE OCASIONAR LA IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA, SERÍAN LOS SIGUIENTES:

- ✓ Asesoramiento en la implantación
- ✓ Certificado Digital
- ✓ Software para la emisión / visualización de facturas electrónicas
- ✓ Software para el envío / recepción de facturas electrónicas
- ✓ Software de emisión / transformación / lector a PDF417
- ✓ Escáner OCR homologado por la AEAT
- ✓ Nuevos equipos para el sistema de información
- ✓ Sistemas de Comunicación (Internet, Intranet...)

COSTE IMPLANTACIÓN DE LA FACTURA ELECTRÓNICA EN FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

Para poder realizar una implantación de la factura electrónica en Feria Valencia, voy a proceder a indicar la opción más económica ya que debido a la crisis económica en la que se encuentra, es la mejor opción ya que Feria Valencia está aplicando medidas para reducir gastos.

Para la implantación de la factura electrónica son necesarios varios requisitos para que tenga validez legal para su emisión, recepción y almacenamiento.

Debo indicar que Feria Valencia dispone de un Departamento de Sistema, donde sus informáticos podrían proceder a realizar la implantación de la factura electrónica y mantenimiento de la misma. Esto aporta un gran ahorro ya que no tendría que contratar los servicios de una empresa externa para su implantación.

✓ Asesoramiento en la implantación

Respecto al asesoramiento para la implantación, en Feria Valencia disponen de un Departamento de Sistemas, donde los informáticos pertenecientes a este, aparte de realizar la implantación de la factura electrónica, pueden realizar reuniones con los departamentos implicados para dar toda la información imprescindible de la factura electrónica. También hay muchas Webs donde puedes consultar todo tipo de dudas, como la Agencia Tributaria, facturae.com, etc.

✓ Certificado Digital

Para el obtener el Certificado Digital, puede usar el certificado de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, que se emite de manera gratuita y que lo puedes obtener a través de esta web www.cert.fnmt.es/index.php?cha=cit&sec=obtain_cert.

✓ Software para la emisión / visualización de facturas electrónicas

He comprobado cuando realicé las prácticas de empresa en Feria Valencia, que disponen de un software para emitir facturas a través del programa de gestión documental SAP. Lo único que tendría que realizar es ponerse en contacto con la

Agencia tributaria para que compruebe que cumpla con todos los requisitos de legalidad para la emisión de facturas electrónicas.

- ✓ Software para el envío / recepción de facturas electrónicas

El formato de la factura electrónica es acordado previamente con los clientes, como indicamos anteriormente, es importante que dicho formato sea común en los sistemas de información. He comprobado que Feria Valencia recibe facturas en formato PDF a través de correo electrónico. Es la mejor opción ya que es fácil de entender, las firmas y certificados viajan interna o externamente, es convertible a XML, sólo requiere de Adobe Reader que es gratuito y mantiene la dualidad electrónico/papel.

Respecto al envío de la factura electrónica, puede ser por correo electrónico, o depositándola en una web para que el cliente tenga acceso. Pero por ahorro de costes, la mejor opción sería por correo electrónico que es totalmente gratuito.

- ✓ Software de emisión / transformación / lector a PDF417 (código de barras)

Esto sería la opción de si queremos almacenar las facturas en formato papel. Pero cómo el objetivo es eliminar la factura tradicional, no necesitaremos este software.

- ✓ Escáner OCR homologado por la AEAT

Actualmente Feria Valencia ya almacena en formato electrónico las facturas recibidas en papel, dispone de un software homologado por la AEAT y un escáner OCR. Para el almacenaje de las mismas disponen de la gestión documental contratada con SAP.

- ✓ Nuevos equipos para el sistema de información

Feria Valencia dispone de equipos totalmente equipados para la implantación de la factura electrónica, por lo que no es necesario adquirir equipos nuevos.

- ✓ Sistemas de Comunicación (Internet, Intranet...)

Feria Valencia dispone del servicio de Internet y Intranet.

CAPITULO 6:

CONCLUSIONES

6. CONCLUSIONES.

A continuación, pasamos a resumir cuales han sido las principales conclusiones obtenidas de este trabajo de final de carrera, consistente en el estudio de la factura electrónica para su implantación en Feria Muestrario Internacional de Valencia.

ANTECEDENTES, SITUACIÓN ACTUAL

En este apartado después de comprobar la situación que afecta a Feria Valencia por la crisis económica que actualmente atraviesa España. Esto ha supuesto que Feria Valencia aplique medidas para reducir costes y poder afrontar esta situación.

He comprobado realizando las prácticas en esta empresa que la implantación de la factura electrónica sería un ahorro importante para la empresa ya que en estos momentos siguen utilizando la factura tradicional que como he indicado en el apartado de antecedentes, está suponiendo un coste elevado para la feria y que sería una de las medidas de reducción ya con la factura electrónica se ahorraría más que con la factura tradicional.

LAS TICs Y SU SITUACIÓN EN ESPAÑA. LA FACTURA ELECTRÓNICA.

Hoy en día es imposible ignorar las TICs y más en el mundo empresarial ya que se han convertido en una necesidad para cualquier empresa. Representan una herramienta importante en los negocios, son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación entre otros beneficios.

Por esto el sistema de información tiene que modificarse y actualizarse con regularidad si se desea tener ventajas competitivas continuas. Por esto la factura electrónica sería un beneficio para la empresa.

Respecto a la situación de las TICs en España hemos comprobado, que el problema de la implantación de las TICs radica en la falta de recursos en las PYMES y, por esto no suelen considerarlas prioritarias para su empresa.

Esta situación no suele plantearse en las grandes empresas, que conociendo las ventajas que las TICs aportan, disponen del equipo humano necesario, ya sea propio o contratado, para su implantación.

La factura electrónica como hemos visto en este capítulo aporta muchas ventajas a la empresa.

- Reducción de costes.
- Trámites más ágiles.
- Ahorro de espacio.
- Procedimiento seguro.
- Optimización del proceso administrativo.
- Valor añadido.

ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN, FERIA VALENCIA

Referente al análisis de la Feria Muestrario Internacional de Valencia.

En este apartado he comprobado que Feria Valencia es una gran organización totalmente organizada.

Sobre la organización de las ferias y certámenes que se realizan en ella, he comprobado que cada equipo tiene muy clara sus tareas y las desempeñan correctamente. Siguiendo todas las fases que conlleva la organización de una feria o certamen.

Respecto a la organización y recursos humanos, Feria Valencia está formada por un patronato y un comité ejecutivo.

También hemos analizado marketing ya que Feria Valencia es una herramienta de marketing para los empresarios. Como hemos comprobado, Feria Valencia aporta

muchos beneficios a los empresarios que deciden participar como expositores en las ferias y certámenes que realiza Feria Valencia.

- Consiguen ventas.
- Establecen contactos.
- Obtienen gran cantidad de información.
- Refuerzan la imagen de la empresa.

Por esto al ser una organización importante como es Feria Valencia, debe ser la primera en estar actualizada en todo lo referente a las Tecnologías de Información y Comunicación.

En cuanto al análisis financiero de la empresa, en estos momentos no se encuentra en el mejor momento para invertir en una implantación de la factura electrónica ya que ha tenido que tomar medidas para reducir costes. Como realizar un ERE en el ejercicio del 2011. Reducción del sueldo al personal en este año y nuevas negociaciones con los proveedores.

Respecto al procedimiento de la implantación, hemos indicado los aspectos necesarios para que se haga una correcta implantación de la factura electrónica en Feria Valencia pero en estos momentos debemos realizarlo con un bajo coste o nulo por la situación que se encuentra en estos momentos Feria Valencia. Por esto he indicado la mejor opción. Hemos comprobado que Feria Valencia dispone de herramientas que les permite realizar la implantación sin coste alguno ya que dispone de los equipos informáticos totalmente actualizados, también de un Departamento de Sistemas donde pueden realizar la implantación y tienen contratado los servicios de SAP que es una de las empresas de gestión documental que le proporciona ventajas para la implantación en la factura electrónica.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

BLANCO, J.M. 2004. *Introducción a la Economía. Teoría y práctica*. McGraw-Hill, Madrid, ISBN 8448141695.

TORRALBA MARTINEZ, J.M. 2003, *Introducción al presupuesto de proyectos informáticos y telemáticos*. UPV, Valencia, ISBN 8497053702.

BEEKMAN, G. 2005. *Introducción a la Informática*. Pearson Prentice Hall, Madrid, ISBN 8420543454.

MARCAIDA, J.L. 2003. *Contabilidad General*. Deusto, Barcelona, ISBN 8423421392.

CRUZ MUNDET, J.R. 2006. *Información y documentación administrativa*. Tecnos, Madrid, ISBN 8430944419.

RAMIÓ MATAS, C. 1999. *Teoría de la organización y administración pública*. Tecnos, Madrid, ISBN8430934502.

SANTESMASES MESTRE, M. 2004. *Marketing: Conceptos y estrategias*. Pirámide, Madrid, ISBN8436818709.

SEOANE BALADO, E. 2005. *Estrategia para la nueva implantación de nuevas tecnologías en PYMES*. IDEASPROPIAS, Vigo, ISBN 8493455337.

MUÑIZ GONZALEZ, R. 2010. *Marketing en el siglo XXI*. Centros de Estudios Financieros, Madrid, ISBN 9788445416129.

REVISTAS

CARBAJO VASCO, D. 2006; (121). “Crónica Tributaria” *La Factura Electrónica y su legislación desde el punto de vista fiscal*. Ministerio de Hacienda: Institutos de Estudios Fiscales. ISSN 02102919.

RUIZ GONZÁLEZ, M del Prado. 2007; (194). “Partida Doble”. *La facturación electrónica: aspectos fiscales*. pp.: 46-51, ISSN 11337869.

SANCHEZ, I. 2012 “Revista de Internet, Derecho y Política”. *La factura electrónica en España*. Universitat Oberta de Catalunya, pp.: 5-20, ISSN 16998154.

HERNÁNDEZ-ORTEGA, B. 2009.” *Universia Business Review*”. *¿Que induce a las empresas a adoptar facturación electrónica? Efecto de las percepciones y del entorno competitivo*. Universia, ISSN 16985117.

ORDIZ FUERTES, M. 2000. “ESIC Market”. *Creación de valor en la empresa a través de las tecnologías de la información y comunicación*. ISSN: 02121867.

SITIOS WEB

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. 2012 INE. [En línea] 2012, [Consulta 05-05-12] Disponible en < <http://www.ine.es/>>.

MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. 2012. [En línea] 2012, [Consulta 15-05-12] Disponible en <<http://www.facturae.es/es-ES/Paginas/principal.aspx>>.

N-ECONOMÍA. 2012. [En línea] 2012, [Consulta 30-05-12] Disponible en <http://www.n-economia.com/informes_neconomia/informes_neconomia.asp>.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. 2012. [En línea] 2012, [Consulta 29-05-12] Disponible en <<http://mediateca.fundacion.telefonica.com/default.asp>>.

SEIDOR. 2012. [En línea] 2012, [Consulta 30-05-12] Disponible en <http://www.seidor.es/wps/portal/sei.Home/Soluciones/Tecnologia_documental/Facturacion_electronica!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3jXEN9QSydDRwP_4BBDA09P0yALH8tQY4MwA_1wkA68KoJTi-Ndg_ULsvPKATAw_dM!/>.

FERIA VALENCIA. 2012 [En línea] 2012, [Consulta 10-06-12] Disponible en <<http://feria.feriavalencia.com/>>.

NOTICIAS JURÍDICAS. 2012 [En línea] 2012, [Consulta 16-06-2012] Disponible en <<http://noticias.juridicas.com/>>.

BIBLIOGRAFÍA LEGAL

DECRETO 40/1998, de 31 marzo, del Gobierno Valenciano, sobre ferias Comerciales de la Comunidad Valencia. [1998/X2721]

Resolución 2/2003, de 14 de febrero, de la Dirección General de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, sobre determinados aspectos relacionados con la facturación telemática.

Orden HAC/1181/2003, de 12 de mayo, por la que se establecen normas específicas sobre el uso de la firma electrónica en las relaciones tributarias por medios electrónicos, informáticos y telemáticos con la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, y se modifica el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.

Real Decreto 87/2005, de 31 de enero, por el que se modifican el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido, aprobado por el Real Decreto 1624/1992, de 29 de diciembre, el Reglamento de los Impuestos Especiales, aprobado por el Real Decreto 1165/1995, de 7 de julio, y el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, aprobado por el Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre.

Orden EHA/962/2007, de 10 de abril, por la que se desarrollan determinadas disposiciones sobre facturación telemática y conservación electrónica de facturas, contenidas en el Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

Orden PRE/2971/2007, de 5 de octubre, sobre la expedición de facturas por medios electrónicos cuando el destinatario de las mismas sea la Administración General del Estado o sus organismos públicos vinculados o dependientes de facturas expedidas entre particulares.

Resolución de 24 de octubre de 2007, de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, sobre procedimiento para la homologación de software de digitalización contemplado en la Orden EHA/962/2007, de 10 de abril de 2007.

LEY 30/2007, de 30 de octubre, de contratos del sector público.

LEY 56/2007, de 28 de diciembre, de medidas de impulso de la sociedad de la información.

Orden PRE/2794/2011, de 5 de octubre, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros, de 19 de octubre de 2011, por el que se el marco de ejercicio de las competencias estatales en materia de factura electrónica, se crea el Foro Nacional Multilateral sobre facturación electrónica y se impulsa el Servicio Central de Gestión de la Facturación Electrónica en el ámbito de la Administración General del Estado.

OTROS

DOCUMADRID. 2009. Todo sobre la Factura Electrónica y la Gestión Documental Digital. PONENCIAS.

MEMORIA – REPORT 2005/2006 Feria Valencia.

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1. MEMORIA 2012 FERIA DEL VEHÍCULO SELECCIÓN OCASIÓN.

ANEXO 2. ESTATUTOS DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

ANEXO 3. CUENTAS ANUALES E INFORME DE GESTIÓN DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

ANEXO 1

MEMORIA



MEMORIA 2012

FERIA DEL VEHÍCULO SELECCIÓN OCASIÓN

25 a 27 de MAYO 2012

SUMARIO

1. ÓRGANOS DE GOBIERNO DE FERIA VALENCIA

- 1.1. Presidenta del Patronato
- 1.2. Presidente del Comité Ejecutivo
- 1.3. Comité Organizador de la feria

2. INTRODUCCIÓN

3. PREPARACIÓN Y PROMOCIÓN DEL CERTAMEN

- 3.1. Campaña publicitaria
- 3.2. Campaña promocional

4. DESARROLLO

- 4.1. Inauguración
- 4.2. Actos paralelos
 - 4.2.1. Actividades del motor
 - 4.2.2. Sorteos
- 4.3. Otras actividades de interés

5. DATOS Y RESULTADOS

- 5.1. Superficie
- 5.2. Expositores
- 5.3. Visitantes
- 5.4. Sectores/productos
- 5.5. Fechas próxima edición

6. ANÁLISIS DEL CERTAMEN

7. ANÁLISIS DEL SECTOR

8. RESUMEN MEMORIA

1. - Órganos de Gobierno de Feria Valencia

1.1. Presidenta del Patronato

EXMA. SRA. D.^a M.^a RITA BARBERÁ NOLLA
Alcaldesa de Valencia

1.2.- Presidente del Comité Ejecutivo

SR. D. ALBERTO CATALÁ RUIZ DE GALARRETA

1.3.- Comité Organizador 2012

presidente

D. PASCUAL MARTINEZ ORTI

VICEPRESIDENTES

D. DIEGO AZNAR
D. JUAN A. SANCHEZ TORRES
D. MIGUEL CLARA

VOCALES NATOS

Ilma. SRA. D.^a SILVIA ORDIÑAGA RIGO
Directora General de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana

ILMO. SR. D. VICENTE MAÑES FORTICH
Director Regional de Comercio

Sr. D. ENRIQUE SOTO
Director General de Feria Valencia

VOCALES

D.ENRIQUE TOMAS SEGURA
D.JESUS CANO
D.BARTOLOME POYATOS

D.DIONISIO FRANCISCO LOPEZ LOPEZ
D.SALVADOR PEIRO BOIX
D.RAFael MONLLOR ROCA
D.SERGIO TORREGROSA GOZALVEZ
D.MANUEL BERTOLIN
D.ANTONIO BELDA MARTINEZ
D.ANTONIO VICENTE
D.DAVID NATAL GONZALEZ
D.MANUEL NEMESIO BETA
D.VICENTE PEREZ PEREZ
D. JOSE RAMON VALLE
D.LAMBERTO SANCHEZ MARINA
D.RAFael MORENO DE MESA
D^a. ELENA RAMÍREZ
D.ENRIQUE TOMAS SEGARRA
D.JULIAN GOMEZ GUERRERO
D. ANTONIO CANO
D.RAFael GARCÍA-JANINI PASTOR
D.RAFael GARCIA JANINI
D.ENRIQUE TORREGROSA
D. FRANCISCO PEREZ
D.LUIS FORTUNY ALENTADO
D. EDUARDO BALLESTER
D. JUAN P. LEON DEL AGUILA
D. ANDRES MARTINEZ

DIRECTOR GRUPO FERIAS INSTITUCIONALES Y AVANCE SOCIAL

D. VICENTE IBAÑEZ

JEFE DE PRODUCTO

D. VICTOR CASTILLEJOS

2. INTRODUCCIÓN

La Feria de Vehículo selección Ocasión celebró su 4ª edición del 25 AL 27 de Mayo en el Nivel 2 Pabellón 2 de Feria Valencia (pabellones Nuevos) junto a URBE- Feria Inmobiliaria del Mediterráneo y OK MAMI-salón de bebé para mamás y papás .

Vehículos de ocasión, Kilómetro cero y de gerencia estuvieron expuestos en la Feria del Vehículo Selección Ocasión este fin de semana en Feria Valencia. El certamen reunió la oferta de 18 marcas automovilísticas en más de 7.500 metros cuadrados de exposición, donde los expositores ofrecieron a los asistentes interesantes descuentos y precios muy competitivos.

BMW, Ford, Gº FIAT, Hyundai, Nissan, Opel, Toyota y Volvo, fueron entre otras, las marcas que los asistentes pudieron “ver, probar y comprar” en el certamen. Los concesionarios acudieron a Selección Ocasión con precios muy interesantes y durante los tres días que permanece abierta la exposición comercial se realizaron múltiples actividades, sorteos de entradas para el GP de Europa de Fórmula 1 y pilotajes de Ferrari en el Circuit de Cheste entre los asistentes.

En Selección Ocasión los visitantes pudieron adquirir vehículos desde 1.200€ ó ahorrarse hasta 6.000€ o más. Los expositores del certamen ofrecían además las mejores condiciones de financiación, garantías sin kilometraje hasta 2017, cinco años de asistencia en carretera las 24 horas del día, todo esto y más, durante los tres días que permaneció abierto el certamen.

Feria de Vehículo selección Ocasión reunió 18 marcas comerciales de las más relevantes del mundo del motor además de las representadas por los expositores multimarca.

En esta edición y durante los tres días de celebración del certamen, se celebraron diversas actividades paralelas:

- Sorteo de entradas para el GP DE FORMULA 1 de VALENCIA
- Evento Nacional Drift Spain - organiza AREA CS, S.L. y Drift Spain
- El Grupo FIAT, estuvo presente en la 4ª edición de la feria del Vehículo Selección Ocasión 2012, de Valencia. La escuela de Conducción Sportdrive, de la mano de pilotos de la escuela de conducción de Andy Soucek , fue la encargada de dar a conocer todas las características técnicas y ofrecer a todos los visitantes de manera gratuita la prueba de producto, mediante test drive.
- Exhibiciones , exposición y pruebas para el público de DRIFT RADIO CONTROL - organiza VALENCIA DRIFT TEAM
- Demostraciones teóricas y prácticas de Seguridad Vial para niños de infantil y primaria (4 a 11 años) , se trataba de una iniciativa promovida por ICS Vial - Instituto Canario de Seguridad Vial-
- Atracciones FERIALES para niños - motos, castillos hinchables, etc. – organizo RECREPARK

- Formula GT y Feria Valencia invitaron a conducir un Ferrari en el circuito de Cheste, sorteando 6 experiencias de conducción en Ferrari F430 F1 con Formula GT experience.
- Exposición Open Trial 4x4 Valencia – organizo AREA CS
- Exposición Club SEAT 600 de la C.V.
- Exposición Renault 4-4 – organizo Club Nacional de Amigos del Renault 4-4
- Exposición de clásicos - organizo AREA CS

3. PREPARACIÓN Y PROMOCIÓN

3.1. Campaña publicitaria

Feria del Vehículo Selección Ocasión ha estado presente en los medios de comunicación generando noticias, mediante notas de prensa y en la página Web y redes sociales a lo largo del año.

Feria del Vehículo Selección Ocasión es un certamen dirigido al público en general, la campaña de publicidad tuvo dos vertientes; por un lado, inserciones publicitarias en prensa especializada que se dirigen a informar tanto a los expositores como a los visitantes y por otro lado, el envío del cartel de la campaña promocional a concesionarios, marcas, asociaciones sectoriales, autoescuelas, colegios profesionales y colegios FP, escuderías, federaciones, etc.; y por otro, la que tenía por finalidad atraer al público a visitar la feria y que se realizó mediante anuncios en radio, prensa, buscadores, Web, redes sociales, autobuses, colaboración con Ganvam y empresas de actividades paralelas, etc.

3.2. Campaña promocional

La campaña promocional de la Feria del Vehículo Selección Ocasión se vio incrementada notablemente mediante circulares, mail mk, folletos y carteles informativos dirigidos tanto a expositores de ediciones anteriores y visitantes como a nuevos, ampliando la oferta a otros sectores con el apoyo adicional de la campaña de URBE:

- Ampliación de la Campaña Publicitaria: radio, prensa, buses, Web, buscadores, redes sociales, acuerdos con asociaciones y organizaciones, etc.
- Acuerdos de difusión y sorteo de entradas con: GANVAM, FGV- Ferrocarrils de la Generalitat Valencia, UFP-Unión Federal de Policías, Cruz Roja, Colegio Decano de Abogados, Área CS, Dgv Racing, Drift Spain, Valencia Drift Spain, Sportdrive, Recrepare, cochesdevalencia.es, etc.
- Incremento de Actividades Paralelas: sorteos entradas para el GP de formula 1, sorteo de 6 Experiencias Ferrari en el Circuit de Cheste, evento Nacional

de Drift, Test Drive, exposición de 4x4, exposiciones de clásicos: 600, Renault 4-4, etc., actividades para niños: seguridad vial, castillos hinchables, motos, etc.

- Coincidencia con dos Ferias de público : URBE y OK MAMI

RADIO: 438 cuñas de radio, del 14 al 25 de Mayo

- SER
- COPE
- 40PP
- ONDA 0
- ES RADIO
- 97.7
- PUNTO RADIO
- RADIO 9

PRENSA: 10 inserciones del 14 al 25 de Mayo

- Provincias
- Levante
- Marca
- Mundo
- Superdeporte

EXTERIOR: 10 autobuses: 15 días

ON- LINE: a partir de abril

- Buscadores: AUTOSCOOUT 24, COCHES.NET, AUTOCASION, COCHESDEVALENCIA.ES
- Web y Redes sociales: actualización puntual durante todo el año (más 49.000 visitas y más de 2.700 fans)
- Campaña en Redes Sociales: Facebook (14 días) Google (14 días en Buscadores y Redes Afines)

OTRAS ACCIONES:

- Prensa Deportiva. SUPERDEPORTE : catalogo encartado el lunes anterior a la Feria
- REDES SOCIALES y WEB: difusión y acciones de 2x1 en entradas
- NEWSLETTER : información puntual al sector y a posibles compradores en el ámbito del motor .

4. DESARROLLO

4.1. Inauguración

La Feria del Vehículo Selección Ocasión fue inaugurada por el Ilmo. Sr. D. Rafael Miró Director de Industria y del IMPIVA, el Presidente de Feria Valencia D. Alberto Cátala Ruiz de Galarreta, el Ilmo. Alcalde de Benimámet (Valencia) Sr. Gimeno, D. Pascual Martínez, Presidente de Feria el Automóvil y Vehículo de Ocasión, Vicepresidentes y vocales del Comité Organizador de la Feria de Ocasión y otros certámenes así como autoridades institucionales y empresariales de la Comunidad Valenciana.

4.2. Actos paralelos

4.2.1. Actividades del motor

Feria del Vehículo Selección Ocasión estuvo cargada de acontecimientos de especial interés para el aficionado al mundo del motor. El programa de actividades que se desarrolló en paralelo a la sección comercial acogió un buen número de pruebas del motor.

Los amantes de la conducción tuvieron su cita este fin de semana en Feria del Vehículo Selección Ocasión donde además pudieron adquirir las mejoras ofertas del mercado de ocasión. El Comité Organizador del certamen ha organizado un sinfín de actividades donde el visitante pudo conocer la evolución de la automoción a lo largo de la historia automovilística y disfrutar en vivo y en directo de ella.

Todas las exposiciones de clásicos organizadas por Área CS, Club SEAT 600 y Amigos del Renault 4-4 realizadas en el recinto ferial crearon una antesala de lujo a la exposición comercial.

- Evento Nacional Drift Spain - organizo AREA CS, S.L. y Drift Spain – La Organización puso a disposición del público un taxi-drift para todas aquellas personas que quisieron sentir la experiencia.
- El Grupo FIAT, estuvo presente en la 4ª edición de la feria del Vehículo Selección Ocasión 2012, de Valencia. La escuela de Conducción Sportdrive fue la encargada de dar a conocer todas las características técnicas y ofrecer a todos los visitantes de manera gratuita la prueba de producto, mediante test drive. Los visitantes de esta feria pudieron elegir entre las cinco marcas del GRUPO FIAT: ABARTH, ALFA ROMEO, FIAT, LANCIA y JEEP y probar el modelo que mas le gusto de la mano de los pilotos de la escuela de conducción de Andy Soucek, piloto de Formula 1.

4.2.2. Sorteos

Feria del Vehículo Selección Ocasión convocó varios sorteos relacionados con las máximas pruebas del mundo del motor:

- Sorteo de entradas para el GP DE EUROPA DE FORMULA 1 de VALENCIA entre los visitantes del certamen
-
- Formula GT y Feria Valencia te invitaban a conducir un Ferrari en el circuito de Cheste, participando en el sorteo de 6 experiencias de conducción en Ferrari F430 F1 con Formula GT Experience.

4.3. Otras actividades de interés

- Demostraciones teóricas y prácticas de Seguridad Vial para niños de infantil y primaria (4 a 11 años) , se trató de una iniciativa promovida por ICS Vial -Instituto Canario de Seguridad Vial-, que conllevaba la organización de talleres prácticos durante la feria destinados a enseñar a los más jóvenes cómo se circula en carretera y sobre todo cómo se evitan los accidentes. Los niños de 4 a 11 años pudieron simular la conducción al volante en un coche de autoescuela
- Exhibiciones , exposición y pruebas para el público de DRIFT RADIO CONTROL - organizo VALENCIA DRIFT TEAM
- Atracciones Feriales para niños - motos, castillos hinchables, etc. – organizo RECREPARK
- Exposiciones:
 - Exposición Open Trial 4x4 Valencia – organizo AREA CS
 - Exposición SEAT 600 – organizo Club SEAT 600 C.V.
 - Exposición Renault 4-4 – organizó Club Nacional de Amigos del Renault 4-4
 - Exposición de clásicos

5. DATOS Y RESULTADOS

5.1. Superficie

Superficie bruta.....	29.500 m ²
Superficie neta.....	3.429 m ²
Nacionales.....	3.429 m ²
Extranjeros.....	- m ²

5.2. Expositores

Expositores.....	18
Nacionales.....	18
Extranjeros.....	-

(Países:)

Expositores indirectos.....	-
Nacionales.....	-
Extranjeros.....	-

(Países:.)

5.3. Visitantes

Visitantes (profesionales, aficionados y público en general):.....	2.695
Nacionales.....	2.695
Extranjeros.....	-

(Procedentes de x países:xxx)

5.4. Sectores/productos

- Vehículos de Ocasión, Gerencia, Km.0
- Asociaciones
- Prensa Técnica
- Buscadores

5.5. Fechas de la Próxima Edición

A determinar en la próxima reunión de Comité Organizador

6. ANÁLISIS DEL CERTAMEN

Feria del Vehículo Selección Ocasión ha contado con la representación de las 18 marcas más relevantes del ámbito de la automoción.

Se ha convertido en uno de los puntos de venta de referencia en las fechas anteriores a la estación de verano en la Comunidad Valenciana.

En lo que concierne al sector automovilístico, se han vendido durante este fin de semana alrededor de 130 coches, según fuentes del expositor.; sobre todo coches de ocasión, kilómetro cero y seminuevos. Según palabras del Sr. Martínez , Presidente, no se ha cubierto la expectativas de venta debido a la situación económica actual y del sector en particular, aunque han sido varios los concesionarios que han vendido entre 10 y 20 coches durante este fin de semana ; los contactos realizados en Feria "posibles ventas a corto plazo" lo han estimado los expositores en unas 40 ventas más .

La opinión más común entre los representantes de las marcas participantes en la Feria del Vehículo Selección Ocasión ha sido la de no haber cumplido las expectativas debido a la contracción del consumo y por la situación económica actual. Todos los expositores participantes han cerrado ventas durante este fin de semana en el salón.

Salvador Pechuán, jefe de ventas de ocasión de Montalt Nipón, considera que a pesar de la situación económica "hemos vendido en feria y en sólo los dos primeros días, seis coches" y ha manifestado su intención de volver a participar en la próxima cita en el mes de diciembre. Por su parte Benjamín Noya, gerente de Unlimited Car, ha explicado que desde el primer al último "la afluencia de visitantes ha ido en aumento y se ha mantenido constante" y ha añadido "no nos podemos quejar en cuanto a resultados". Noya puntualiza que esta edición de ocasión "funciona bien en momentos como el actual, ya que nosotros acudimos con una oferta de vehículos de lujo con precios muy interesantes" y avala la feria como plataforma comercial y apuntan que repetirán participación.

Desde otra de las firmas participantes, GGS, su gerente Gonzalo Garrido, ha explicado que han cerrado ventas y que en un futuro muy próximo "seguro que se cierran más".

Junto a la exposición comercial de vehículos de todo tipo y precio, el gran atractivo para el visitante ha sido el amplio programa de actividades propuesto por el certamen en colaboración con los expositores. Muchos visitantes han disfrutado del campeonato nacional de Drifting, han sido premiados con entradas para la Fórmula 1 , han conseguido ser los conductores de un Ferrari en el circuito de Cheste o han disfrutado de un Test Drive. El certamen ha sido una gran fiesta del motor para toda la familia.

7. ANÁLISIS DEL SECTOR

El sector del automóvil está sufriendo un proceso de cambios que está afectando a las marcas y sobre todo a los concesionarios y distribuidores que les está condicionando a reducir sus instalaciones, minimizar costes e incluso abocar al cierre de sus instalaciones.

Estos cambios producen desacuerdos entre concesionarios y marcas que se saldan con rescisiones de contratos, reconversión de concesionarios en agentes, concurso de acreedores, ERE y una situación más que complicada para el sector debido sobre todo a la falta de ayudas (plan 2000E, plan prever, etc.), incremento del IVA, rescisión de préstamos al consumo y la situación global de la economía.

El mercado de turismos desciende de nuevo en el mes de mayo un 8,2%.

El mercado se situará este año cerca de los niveles de países como Holanda, Bélgica o Marruecos

El mercado de turismos sigue en caída libre, con un descenso en el mes de Mayo del 8,2%, con un volumen bajísimo de 72.442 unidades. En el período Enero-Mayo, se han matriculado un total de 332.811 unidades, lo que significa un retroceso de 7,3%.

El mercado está más cerca de volúmenes de países como Holanda, Bélgica o Marruecos, que de los grandes países productores de vehículos como lo es España. Hoy en día, parece que el mundo está cambiando hacia un mercado local además de global. La tendencia es que las inversiones sigan al desarrollo de los mercados, por ello es tan importante recuperar el mercado interno.

Se ha calculado que con un plan de estímulos en el mercado, se incrementaría el PIB, 0,25 puntos básicos, se generarían 700 millones de euros adicionales para las Arcas Públicas y además se podrían crear hasta 13.000 empleos, tanto en distribución y relacionados con la puesta en el mercado de los vehículos, así como en la industria fabricante de vehículos y componentes. Esto consolidaría las inversiones industriales.

Son ya 23 meses de descensos consecutivos de este segmento tan importante para la Automoción. En el período Enero-Mayo se han matriculado por parte del canal de particulares un total de 140.949 unidades, lo que representa un descenso del 9,8%. El mes de Mayo ha finalizado con una caída del 12,6% y un total de 28.970 unidades matriculadas por el canal de particulares.

Por su parte, el canal de empresas muestra también un dato negativo, con un descenso del 18,9% en el mes, con 19.564 unidades. El período acumulado muestra un descenso del 9,7% con 8101.463 matriculaciones.

Por su parte, el canal alquilador ha registrado en el mes de mayo un incremento del 10,8%, con 23.908 unidades. En el período Enero-Mayo este segmento ha totalizado 90.399 unidades con un resultado acumulado de un leve incremento del 0,2%.

Fuente: GANVAM - MADRID, 1 DE JUNIO DE 2012.

8. RESUMEN MEMORIA (2012)

LOGO CERTAMEN



- **NOMBRE CERTAMEN:** FERIA DEL VEHICULO DE OCASION.

- **Nº EDICIÓN:** 4ª

- **FECHAS:** 25 a 27 Mayo

- **ORGANIZA:** FERIA VALENCIA

- **UBICACIÓN:** N2P2

- **M2:** 3.429 m2 netos

- **Nº EXPOSITORES:** 18 **Nº PAÍSES:** 1 (ESPAÑA)

- **Nº VISITANTES:** 2.695 **Nº PAÍSES:** 1 (FERIA LOCAL)

- **ACTOS PARALELOS:**

- Sorteo de entradas para el GP DE FORMULA 1 de VALENCIA entre los visitantes del certamen

- Evento Nacional Drift Spain - organizó AREA CS, S.L. y Drift Spain

- El Grupo FIAT, estuvo presente en la Feria del Vehículo Selección Ocasión 2012, de Valencia. La escuela de Conducción Sportdrive fue la encargada de dar a conocer todas las características técnicas y ofrecer a todos los visitantes de manera gratuita la prueba de producto, mediante test drive. Los visitantes de esta feria pudieron elegir entre las cinco marcas del GRUPO FIAT: ABARTH, ALFA

ROMEO, FIAT, LANCIA y JEEP y probar el modelo que mas le guste de la mano de Andy Soucek, piloto de Formula 1

- Exhibiciones , exposición y pruebas para el público de DRIFT RADIO CONTROL -organiza VALENCIA DRIFT TEAM

- Demostraciones teóricas y prácticas de Seguridad Vial para niños de infantil y primaria (4 a 11 años) , se trataba de una iniciativa promovida por ICS Vial - Instituto Canario de Seguridad Vial-, que conllevaba la organización de talleres prácticos durante la feria destinados a enseñar a los más jóvenes cómo se circula en carretera y sobre todo cómo se evitan los accidentes. Los niños de 4 a 11 años pudieron simular la conducción al volante en un coche de autoescuela.

- Atracciones Feriales para niños - motos, castillos hinchables, etc. – organiza RECREPARK

- Formula GT y Feria Valencia invitaron a todos los visitantes de la Feria a conducir un Ferrari en el circuito de Cheste con el sorteo de 6 experiencias de conducción en Ferrari F430 F1 con Formula GT experience.

- **PÁGINA WEB:** www.feriaautomovil.es

- **REDES SOCIALES:** Facebook, Twiter y Google.

Buscadores: Autocasión, Autoscout24, Coches.net,

CochesdeValencia.es

- **BALANCE:**

Las expectativas globales de los expositores no se han visto cumplidas en los dos últimos años de la Feria del Vehículo Selección Ocasión, salvo 4 ó 5 empresas que excepcionalmente han cubierto sus objetivos de venta.

Con objeto de minimizar el impacto de la situación actual se ha celebrado coincidente con URBE y OK MAMI, se ha realizado un amplio programa de actividades y un Plan de Medios bastante importante, dada la disponibilidad económica de este certamen, que no se ha visto traducido en el incremento de visitantes ni de ventas deseado por el Expositor, el Comité y la Organización.

Este certamen se creó al detectar desde la dirección del certamen que se había reducido el tráfico de visitantes a los concesionarios y las ventas hace 4 años, por lo que con el Comité Organizador se propuso la realización de dicha Feria que, condicionado por la situación actual de la economía y del sector en particular, ha ido reduciendo drásticamente el número de expositores, visitantes, ventas, etc. a pesar de los cambios realizados para contrarrestar esta reducción de cifras totales.

La mayoría de los expositores piensan que la inversión realizada en Mayo no se ve compensada por las ventas realizadas y, a diferencia de la edición celebrada en Diciembre, en esta edición no reciben el apoyo económico y logístico de las marcas por lo que, difícilmente, el retorno les puede compensar la participación en la Feria. Incluso algunos de ellos nos expresan su opinión de que pueda incidir los resultados de Mayo en la celebración de la de Diciembre que está más consolidada dado que es su 15ª edición.

La celebración de este certamen cada vez está más condicionado a los resultados por lo que la situación económica y las ayudas al sector incidirá en la celebración de esta feria en futuras ediciones.

Valencia, 27 de junio de 2012

ANEXO 2

ESTATUTOS DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA

CAPÍTULO 1.

Naturaleza Jurídica, Denominación, Domicilio y Fines

Artículo 1

Feria Muestrario Internacional de Valencia, constituida en 1917, es un entidad reconocida por el Decreto de 26 de mayo de 1943, como Institución Oficial, con carácter de Asociación de Utilidad Pública, personalidad jurídica propia, susceptible de derechos y obligaciones y capacidad de obrar suficiente para el cumplimiento de sus fines. Se rige por los presentes Estatutos y por la legislación vigente en materia de Ferias de Muestras y Certámenes Comerciales.

A todos los efectos, dicha Institución se denominará FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA, siendo indefinido el plazo de duración de esta entidad.

Artículo 2

Feria Muestrario Internacional de Valencia tendrá su domicilio en el Palacio de Ferias y Exposiciones de dicha ciudad, pudiendo establecer oficinas y delegaciones en distintas localidades de España y del extranjero, para el mejor cumplimiento de sus fines.

Artículo 3

En el marco de la política de promoción comercial que en cada momento señale la Generalidad Valenciana y, en su caso, la Administración Central, será función esencial de Feria Muestrario Internacional de Valencia, sin ningún fin de lucro, la programación, control y coordinación, con carácter y periodicidad, especialmente, la celebración anual de la Feria Internacional de Valencia. Feria Muestrario Internacional de Valencia podrá participar en la promoción industrial y comercial, de modo especial en su vertiente exportadora, y participar en los organismos y entidades adecuadas, nacionales y extranjeros.

Feria Muestrario Internacional de Valencia, podrá ceder sus instalaciones y servicios para la celebración de congresos, convenciones, conferencias, exposiciones y otras manifestaciones similares, siempre que se organicen y desarrollen de conformidad con las disposiciones vigentes y las fijadas por el Comité Ejecutivo.

CAPÍTULO 2.

Del Patrimonio de la Institución

Artículo 4

1.- Para el cumplimiento de sus fines, Feria Muestrario Internacional de Valencia contará con el siguiente patrimonio:

- a) Los bienes muebles e inmuebles, metálico, crédito o valores presentes o futuros que posea.
- b) Los que constituyen e integran la concesión efectuada por el Excmo. Ayuntamiento de Valencia, en los términos fijados en la cláusula adicional 1ª de estos Estatutos.
- c) Las subvenciones de la Administración Central, de la Generalidad Valenciana, de las Diputaciones, de los Ayuntamientos, de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación y, en general, de cuantas entidades u organismos de carácter oficial o particular aporten su apoyo económico a los fines de la Institución.
- d) Los resultados derivados de la celebración de las Manifestaciones feriales organizadas por la institución.
- e) Los ingresos que por cualquier otro medio puedan procurarse.

2.- Para el desarrollo de sus planes de mejora y expansión o para proceder a la liquidación de presupuestos cerrados con déficit, podrá acudir al crédito oficial, al público, o a préstamos que otorguen entidades bancarias o de ahorro, así como concertar operaciones de tesorería y emisión de obligaciones.

CAPÍTULO 3.

Órganos Rectores de Gobierno y Administración

Artículo 5

Los órganos rectores de Feria Muestrario Internacional de Valencia son:

- 1.- Patronato
- 2.- Comité Ejecutivo

Artículo 6

El Director General de Comercio y Consumo de la Generalidad Valenciana será vocal nato de los órganos de gobierno, organizadores, asesores y consultores existentes o que pudieran crearse, y deberá ser necesariamente convocado a las respectivas reuniones, todo ello de acuerdo con las facultades y funciones que le corresponden con arreglo a estos Estatutos y a las disposiciones legales vigentes.

La participación del Director General de Comercio y Consumo en los diferentes órganos de Feria Muestrario Internacional de Valencia será siempre con voz pero sin voto, y podrá suspender la ejecución de los acuerdos cuando, a su juicio, deban ser examinados por la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, hasta tanto no recaiga resolución de ésta sobre los mismos, en los plazos fijados por la legislación vigente.

El Director General de Comercio y Consumo podrá delegar su representación y asistencia a las reuniones.

El Director Territorial de Comercio será vocal nato de los Comités de las Manifestaciones internacionales.

Artículo 7

- 1.- El Patronato es el órgano colegiado superior de la Institución.
- 2.- Estará compuesto por los siguientes miembros.
 - Presidente: El Alcalde-Presidente del Excmo. Ayuntamiento de Valencia.
 - Vicepresidente primero: El Director General de Comercio y Consumo de la Generalidad Valenciana.
 - Vicepresidente segundo: El Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
 - Vocales:
 - El Director General de Industria y Energía de la Generalidad Valenciana.
 - El Presidente del Comité Ejecutivo de FERIA VALENCIA.
 - Los Presidentes de las Excmas. Diputaciones Provinciales de Valencia, Castellón y Alicante.
 - El Presidente de la Comisión de las Cortes Valencianas competentes en aquellas materias objeto de FERIA VALENCIA.
 - El Director Territorial de Comercio.
 - El Presidente de la Institución Ferial Alicantina.
 - El Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Castellón.
 - El Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Alicante.
 - El Director General del IMPIVA.
 - El Presidente de la Confederación Interprovincial de Empresarios de la Región Valenciana.
 - El Presidente del Colegio de Agentes Comerciales de Valencia.
 - El Presidente del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio de la Comunidad Valenciana.
 - 6 vocales designados por la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.
 - 6 vocales designados por el Presidente del Patronato.
 - 6 vocales designados por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
 - 6 vocales designados por el Presidente del Patronato entre una relación de como máximo 12 candidatos propuesto por el Comité Ejecutivo.
 - El Director General de FERIA VALENCIA.
- 3.- El Director General de Comercio y Consumo y el Director General de FERIA VALENCIA tendrán voz pero no voto.
- 4.- Todos los miembros del Patronato lo serán con carácter gratuito.
- 5.- En la primera reunión después de su constitución se nombrará un secretario de actas.

Artículo 8

Salvo los que sean natos por razón de su cargo, los restantes miembros del Patronato se renovarán cada cuatro años, procediéndose a la renovación por mitad cada dos años.

Si durante el transcurso de su mandato alguno de los vocales causara baja en la corporación, entidad o cesara en el cargo en función del cual hubiese sido designado, el órgano o corporación correspondiente procederá a designar el sustituto que, a efectos de su renovación, tendrá la antigüedad que corresponda al que sustituyere. Asimismo, en cualquier momento, por causa justificada por el órgano o corporación correspondiente, se podrá remover a cualquiera de los vocales designados, pudiendo procederse a una nueva designación por el tiempo que restare al renovado en su mandato.

Artículo 9

Específicamente corresponden al Patronato las siguientes funciones:

1. Proponer a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, para su ratificación, el nombramiento, cese y reelección, en su caso, del Presidente del Comité Ejecutivo, por acuerdo adoptado por los dos tercios de los miembros que integran el Patronato, en primera votación, y por mayoría absoluta, en segunda votación.
2. Aprobar la emisión de empréstitos o cualesquiera otras operaciones de crédito, convenios o contratos de cuantía superior a cincuenta millones de pesetas o de más de veinte años de duración, y acordar, en su caso, su resolución, rescisión o renuncia.
3. Acordar la modificación de estos Estatutos y someterlos posteriormente a la aprobación de la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.
4. Dar conformidad, si procede, a los presupuestos de la Institución, así como a la liquidación de los mismos.
5. Resolución de cuantas cuestiones le someta al Comité Ejecutivo, específicamente la disolución de la Institución, que habrá de requerir el acuerdo adoptado por los dos tercios de los miembros que integran el Patronato, dando cuenta a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.
6. Ratificar en su caso, realizar todo cuanto considere necesario y conveniente para el mejor desarrollo y gobierno de la Institución, en cuanto no se oponga a las funciones descritas anteriormente.

Artículo 10

El Patronato se reunirá ordinariamente, al menos, dos veces al año y, extraordinariamente, cuando lo acuerde su Presidente o lo solicite el Presidente del Comité Ejecutivo de Feria Muestrario Internacional de Valencia, o una tercera parte de los miembros que compongan el referido Patronato. En los últimos casos, no se podrá demorar la convocatoria por plazo superior a diez días, a contar de la fecha de recepción de la solicitud, que deberá ser formulada siempre por escrito. Si no se atendiera la solicitud, podrán efectuar la convocatoria el Vicepresidente 1º, y en su defecto, el Vicepresidente 2º.

Artículo 11

Las convocatorias para las reuniones del Patronato se efectuarán con un mínimo de ocho días de anticipación, mediante citación dirigida a cada uno de los componentes, en la que se hará constar el orden del día, lugar, fecha y hora de la misma. En caso de urgencia justificada, a juicio del Presidente, se podrá convocar al Patronato con cuarenta y ocho horas de antelación.

En el orden del día de la primera reunión ordinaria de cada ejercicio presupuestario, figurará la liquidación del presupuesto del ejercicio anterior.

En el orden del día de la última reunión ordinaria de cada ejercicio presupuestario, figurará el presupuesto para el ejercicio siguiente.

Artículo 12

Se considera formalmente constituido el Patronato y serán válidos los acuerdos que se tomen en primera convocatoria, cuando asistan la mitad más uno de los miembros que lo componen.

Y en segunda convocatoria, que tendrá lugar media hora después de la señalada para la primera, cualquiera que sea el número de asistentes.

El voto será indelegable.

Los acuerdos se adoptarán por mayoría simple de votos, salvo en los casos en que estos Estatutos exijan un quórum determinado, teniendo el Presidente voto de calidad en caso de empate.

Del Comité Ejecutivo

Artículo 13

El Comité Ejecutivo es el órgano permanente para el gobierno, gestión y administración de la Institución y de todos sus Certámenes feriales, con plena autonomía para la ejecución y cumplimiento de sus funciones.

Artículo 14

1.- El Comité Ejecutivo estará compuesto por los siguientes miembros:

- Presidente.
- Vocales:
 - El Director General de Comercio y Consumo, con voz y sin voto.
 - Dos vocales en representación de la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.
 - Dos vocales en representación del Excmo. Ayuntamiento de Valencia.
 - Dos vocales en representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
 - Dos vocales designados por el Presidente del Comité Ejecutivo de entre los miembros de los Comités de las Manifestaciones.

- El Tesorero de FERIA VALENCIA.
- El Contador de FERIA VALENCIA.
- El Director General de FERIA VALENCIA, con voz y sin voto.

2.- En la primera reunión que celebre el Comité, elegirá de entre sus miembros dos Vicepresidentes, correspondiendo la Vicepresidencia primera a uno de los vocales representativos del Ayuntamiento de Valencia, dando cuenta de estos nombramientos y de sus posteriores variaciones al Patronato y a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.

Los Vicepresidentes sustituirán por su orden, al Presidente en todas sus funciones en caso de ausencia.

Se nombrará asimismo, en la primera reunión, un secretario de actas.

Artículo 15

1. La duración del cargo del Presidente y miembros del Comité será de cuatro años.
2. Si durante el transcurso de su mandato, alguno de los vocales causare baja en la corporación o entidad que representa o cesare en el cargo en función del cual hubiere sido designado, el órgano o corporación correspondiente procederá a designar al sustituto, que, a efectos de su renovación, tendrá la antigüedad que correspondiere al que sustituye. Asimismo, en cualquiera de los vocales designados, pudiendo procederse a una nueva designación por el tiempo que restare al renovado en su mandato.

Artículo 16

El Comité Ejecutivo podrá actuar en Pleno o en Comisión permanente.

La Comisión Permanente estará formado por:

- El Presidente del Comité Ejecutivo.
- El Vicepresidente Primero del Comité Ejecutivo.
- El Vicepresidente Segundo del Comité Ejecutivo.
- El Tesorero.
- El Contador.
- El Director General de Feria Muestrario Internacional de Valencia, con voz y sin voto.

Artículo 17

Además de las facultades generales de gobierno, gestión y administración de la Institución, corresponde al Comité Ejecutivo en pleno:

1. Programar las actividades de FERIA VALENCIA y establecer una política ferial a corto y largo plazo, que tenga en cuenta de forma solidaria los intereses y dificultades de los distintos Certámenes monográficos y de la Institución.

2. Establecer y elevar, antes del día uno de octubre de cada año, a la Dirección General de Comercio y Consumo de la Consellería de Empleo, Industria y Comercio para su aprobación, si procede, el calendario anual de Manifestaciones feriales a celebrar en el recinto ferial.
3. Conocer e informar, para su propuesta al Patronato, el presupuesto de la Institución y su correspondiente liquidación.
4. Ratificar el nombramiento de los vocales de los Comités de las Manifestaciones.
5. Conocer y dar conformidad, si procede, a los presupuestos y liquidaciones de las distintas Manifestaciones feriales dependientes de la Institución.
6. Presentar a la Dirección General de Comercio y Consumo, durante el primer semestre del año, la liquidación de los Presupuestos de cada Feria Comercial realizada durante el año anterior.
7. Presentar a la Dirección General de Comercio y Consumo la liquidación del Presupuesto de la propia Institución.
8. Presentar a la Dirección General de Comercio y Consumo, en el plazo de tres meses desde su clausura, memoria descriptiva de cada certamen celebrado.
9. Dar cuenta al Patronato y a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, de la memoria anual.
10. Adquirir, poseer, reivindicar, permutar, gravar, enajenar o arrendar toda clase de bienes; celebrar contratos, obtener concesiones, establecer y explotar obras y servicios; formalizar operaciones de crédito, incluso hipotecarias, emitir obligaciones, siempre que no excedan de cincuenta millones de pesetas o de hasta veinte años de duración; cancelar créditos, levantar hipotecas, ejercitar las acciones previstas en las leyes e interponer los recursos procedentes en derecho. Cuando se refiera a permutar, gravar, enajenar, formalizar hipotecas, emitir obligaciones o cualquier otro contrato oneroso, se entenderá únicamente de los bienes propios de la Institución.
11. Autorizar las concesiones sobre instalaciones o servicios, tales como restaurantes, bancos, publicidad, transportes, etc., que se establezcan en el recinto de Feria Muestrario Internacional de Valencia, fijando las condiciones económicas y técnicas de las mismas.
12. Aprobar los precios de entrada al recinto ferial, así como las tarifas para la utilización de espacios y servicios en todas las Manifestaciones y Certámenes.
13. Nombrar y cesar al Director General de Feria Muestrario Internacional de Valencia.
14. Establecer las normas de otorgamiento de recompensas y de nombramiento de miembros de honor de la Institución.
15. Ratificar el nombramiento y cese del personal ejecutivo de la Institución y de las distintas Manifestaciones, a propuesta del Presidente del Comité Ejecutivo.

16. Por acuerdo de la mayoría de los miembros que lo integran, el Comité Ejecutivo podrá adoptar moción de censura contra su Presidente, que será elevada al Patronato para su resolución.
17. Proponer al Patronato de Feria Muestrario Internacional de Valencia la modificación de estos Estatutos.
18. Realizar todo cuanto considere conveniente para el mejor desarrollo de los fines de la Institución, con plena autoridad en todos los asuntos que no sean de la exclusiva competencia del Patronato.
19. Cuando alguno de los cometidos propios de Feria Muestrario Internacional de Valencia no se halle expresamente atribuido al Patronato, se entenderá que la competencia para su realización corresponde al Comité Ejecutivo.

Artículo 18

El Comité Ejecutivo se reunirá en Pleno, como mínimo cinco veces al año, por convocatoria de su Presidente, y cuantas veces éste lo considere oportuno o lo soliciten una tercera parte de sus miembros. En el último caso, no se podrá demorar la convocatoria por plazo mayor de diez días, a contar desde la fecha de recepción de la solicitud, que deberá ser formulada por escrito. Si no atendiera la solicitud, podrá efectuar la convocatoria el Director General de Comercio y Consumo.

Las convocatorias se harán por escrito, con un mínimo de seis días de antelación, y en caso de urgencia, con cuarenta y ocho horas de anticipación.

Los acuerdos serán válidos en primera convocatoria, siempre que se hallen presentes la mitad más uno de sus miembros, y en segunda convocatoria, cualquiera que sea su número, media hora después de la señalada para la primera, tomándose los acuerdos por mayoría de los asistentes, excepto en los casos que estos Estatutos exigen un quórum determinado, y siendo decisivo el voto de la Presidencia, en caso de empate. En todo caso, será necesaria la presencia del Presidente o de quien reglamentariamente le sustituya, cuyo voto tendrá el mismo carácter que el del Presidente.

La asistencia de los miembros del Comité Ejecutivo a las reuniones de éste se considerará obligatoria, produciéndose la remoción del cargo de aquellos vocales del mismo que dejasen de asistir a tres reuniones consecutivas.

Artículo 19

1.- Corresponde a la Comisión Permanente:

1. Organizar en el recinto ferial la celebración de cuantas Manifestaciones comerciales, ferias monográficas y generales considere de interés, de acuerdo con el calendario aprobado por el Comité Ejecutivo y refrendado por la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, en las condiciones económicas, fecha y lugar que juzgue conveniente, efectuando por tanto los nombramientos necesarios.
2. Autorizar el libramiento, aceptación, negociación, protesto y renovación de documentos mercantiles y de créditos en especial letras de cambio, cheques, pagarés y libranzas.

3. Crear departamentos, delegaciones, secciones especiales, profesionales o técnicas, así como cualquier otro cargo que se estime necesario para el mejor cumplimiento de sus fines, fijando su retribución, si procede, y las facultades de su respectiva competencia, previo acuerdo del Comité Ejecutivo.
4. Nombramiento y cese de los miembros de las Comisiones y Grupos de Trabajo que en su caso se creen.
5. En general todas aquellas funciones que le encomiende el Comité Ejecutivo.

2.- Todo acuerdo que tome la Comisión Permanente habrá de ser ratificado por el Comité Ejecutivo en la primera reunión que se celebre después de la toma del acuerdo.

Artículo 20

El presidente del Comité Ejecutivo, ostenta la representación de Feria Muestrario Internacional de Valencia en todos los órdenes.

Serán funciones del Presidente las siguientes:

1. Representar a la Institución ante toda clase de organismo y autoridades, llevando la firma de la misma y autorizando cuantos contratos tuvieran relación con los acuerdos del Patronato y del Comité Ejecutivo.
2. Comparecer en nombre de la Institución ante los Tribunales de Justicia y donde fuera necesario, pudiendo delegar dicha función, otorgando para ello los oportunos poderes.
3. Coordinar cuanto se refiere al cumplimiento de los fines de la institución ferial, cumpliendo y haciendo que se cumplan los presentes Estatutos, las disposiciones recibidas de la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, y cuantos acuerdos emanen del Patronato y del Comité Ejecutivo.
4. El nombramiento y cese de los Presidentes de los Comités de los certámenes, dando al Comité Ejecutivo en la primera reunión que se celebre.
5. Cuidado y vigilancia del patrimonio de la Institución; inspeccionar la contabilidad y autorizar y autorizar los libramientos, ordenando los cobros y pagos; firmar los balances, cuentas y memoria de la Institución, previa aprobación del Comité Ejecutivo.
6. Nombramiento y cese del personal ejecutivo de la Institución y de las distintas Manifestaciones, a propuesta del Director General, así como, en su caso, recabar los asesoramientos técnicos que estime necesarios sobre cuestiones específicas en apoyo de su gestión como Presidente del Comité Ejecutivo.
7. Otorgar escrituras de formalización d adjudicaciones, préstamos o créditos, previos los acuerdos oportunos del Comité Ejecutivo.
8. Autorizar la cesión de los locales y servicios a otras personas jurídicas o físicas para la celebración de congresos, conferencias o exposiciones, o cualquier otra manifestación

económica o artística, estableciendo las condiciones de todo orden en que se realice la cesión. Sobre las decisiones tomadas al respecto, informará al Comité Ejecutivo.

9. Abrir y cancelar cuentas corrientes, cuentas de crédito y abono en los bancos oficiales, incluido el Banco de España, banca privada y cajas de ahorro, disponiendo de sus fondos en la forma que establece el artículo 25 de estos Estatutos.
10. Ejercitar las facultades que señala el punto 10 del artículo 17, en cuantía que no exceda de veinte millones de pesetas.
11. Resolver cuantas cuestiones de urgencia se presenten, dando cuenta de las mismas a la Comisión Permanente.
12. Cursar las invitaciones a autoridades, personalidades, misiones comerciales o entidades que juzgue de interés. A efectos de protocolo, la lista de invitaciones a autoridades y personalidades, para las inauguraciones y demás actos oficiales, se confeccionará previa consulta al Excmo. Ayuntamiento de Valencia y a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio.
13. Establecer las normas generales de protocolo.
14. Las atribuciones establecidas en los apartados 2 y 12 podrán ser delegadas en el Director General de la Institución, previa aprobación del Comité Ejecutivo.

Artículo 21

El Presidente del Comité Ejecutivo presidirá los comités, comisiones, etc., que se nombren o constituyan, pudiendo delegar en cada caso.

Artículo 22

Los Vicepresidentes del Comité Ejecutivo auxiliarán al Presidente en sus funciones y le sustituirán, con iguales derechos y obligaciones, en los casos de vacante, ausencia, enfermedad o delegaciones que el Presidente expresamente les confiera.

Artículo 23

Corresponderá al Tesorero:

1. Custodiar los fondos de la Institución.
2. Supervisar los cobros procedentes y los pagos necesarios, en los límites del presupuesto o presupuestos correspondientes.
3. Autorizar, con su firma, los resúmenes mensuales de cuantos recibos y documentos contables se libren por la Institución.
4. Firmar, con el Presidente y el Contador, los presupuestos de ingresos y gastos de la Institución y sus liquidaciones.
5. Formular mensualmente la cuenta de ingresos y gastos del mes anterior.

Artículo 24

Corresponderá al Contador:

1. Firmar, conjuntamente con el Presidente y el Tesorero, los presupuestos de ingresos y gastos de la Institución y sus liquidaciones.
2. Autorizar, con su firma, los resúmenes mensuales de cuantos recibos y documentos se libren por la Institución.
3. Formular, con carácter trimestral y dentro del mes siguientes a la terminación del mismo, el Balance de Situación de la Institución.
4. Elaborar y mantener al día el Inventario de los bienes de la Institución.

Artículo 25

De los fondos de las cuentas corrientes o de créditos abiertas en los bancos y cajas de ahorro a nombre de la Institución, dispondrán, mancomunadamente, el Presidente, los dos Vicepresidentes, el Tesorero, el Contador y el Director General de Feria Muestrario Internacional de Valencia, precisándose dos de dichas firmas, una de las cuales, por lo menos, será necesariamente la del Presidente o uno de los Vicepresidentes.

Artículo 26

Los Secretarios del Patronato y del Comité Ejecutivo firmarán las convocatorias de las reuniones, firmarán las actas de las mismas y conservarán los libros que las contengan. Expedirán las certificaciones y escritos oficiales derivados de los acuerdos de dichos órganos, con el visto bueno del Presidente respectivo.

CAPÍTULO 4

Del Director General

Artículo 27

Al frente de la organización administrativa de Feria Muestrario Internacional de Valencia estará el Director General, que asumirá la máxima responsabilidad dentro del marco establecido por el Comité Ejecutivo. El nombramiento del Director General se formalizará mediante el oportuno contrato de acuerdo con la legislación vigente.

Artículo 28

El cargo de Director General será incompatible con el desempeño de cualquier otro retribuido en alguna de las corporaciones, entidades u organismos que ostenten representación en los órganos rectores de la Institución o cualquiera de las Manifestaciones feriales que ampara.

Artículo 29

El Director General será responsable, ante el Comité Ejecutivo, del cumplimiento de las decisiones adoptadas por el mismo, debiendo estudiar y presentar a éste los planes y programas de actuación con la necesaria anticipación.

Son funciones del Director General:

1. Ostentar la jefatura de todo el personal de la Institución, debiendo supervisar su actuación.
2. Proponer al Presidente del Comité Ejecutivo el nombramiento y cese del personal ejecutivo de la Institución y de las distintas Manifestaciones.
3. Proponer al Presidente del Comité Ejecutivo la contratación y cese de personal y el organigrama funcional del conjunto de la Institución y sus Manifestaciones.
4. La contratación del personal eventual de la Institución y de las distintas Manifestaciones.
5. Establecer direcciones, secretarías y gabinetes, adecuados para encauzar el desarrollo de la Institución ferial y sus Manifestaciones, de acuerdo con el número y campo de actuación acordado por el Comité Ejecutivo.
6. Firmar, con el visto bueno del Presidente, los escritos oficiales de las Institución.
7. Efectuar compras, adquisiciones y contratar servicios por un importe de hasta 5 millones de pesetas, dando cuenta de inmediato al Presidente del Comité Ejecutivo.
8. Formar parte de los Comités de las Manifestaciones y comisiones, estándole atribuida la responsabilidad del cumplimiento de los acuerdos adoptados por ellos, pudiendo sin embargo delegar alguna de sus facultades en aquellas personas de la Institución que considere idóneas.
9. Formular los anteproyectos de presupuestos ordinarios y extraordinarios de Feria Muestrario Internacional de Valencia, que someterá al Tesorero y al Contador para su elevación al Comité Ejecutivo.
10. Presentar al Comité Ejecutivo memoria de los distintos Certámenes en un plazo máximo de tres meses desde su clausura.
11. Custodiar los archivos de FERIA VALENCIA.
12. Todas aquellas otras funciones que el Comité Ejecutivo o su Presidente le deleguen o encomienden.

CAPÍTULO 5

De la Comisión de Presidentes de Comités

Artículo 30

1. Para lograr la máxima coordinación de la labor del Comité Ejecutivo con los Certámenes, existirá una Comisión de Presidentes de los Comités de las Manifestaciones, que, presidida por el Presidente del Comité Ejecutivo, contará también con la presencia del Director General, pudiendo ser invitados otros cargos del Comité Ejecutivo.
2. Serán funciones de la Comisión las siguientes:
 - a. Evacuar los informes que le sean solicitados por el Comité Ejecutivo.
 - b. Elevar cuantas propuestas considere convenientes para el mejor cumplimiento de los fines propios de la misma.

- c. Creación, en su caso, de comisiones informativas de expertos, para el mejor cumplimiento de las funciones propias de los distintos Comités.

CAPÍTULO 6

De los Comités de los Certámenes

Artículo 31

Para el asesoramiento y/u organización y celebración de las distintas Manifestaciones feriales autorizadas, el Comité Ejecutivo nombrará Comités, que se ajustarán en su actuación a lo que el Comité Ejecutivo acuerde sobre el particular.

Artículo 32

Los Comités quedarán constituidos por el periodo que comprende la preparación, el desarrollo y liquidación de las Manifestaciones feriales para las que fueron nombrados. Su designación se efectuará con la suficiente antelación y, como mínimo, nueve meses antes de la celebración del Certamen.

Los Comités estarán formados por industriales y comerciantes del sector a que se refiere la Manifestación, así como un representante del Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana y otro de la propia FERIA VALENCIA.

Los Comités actuarán en la Manifestación monográfica con la calidad de autoridad delegada del Comité Ejecutivo, ante el que serán responsables, correspondiéndoles el cumplimiento de los objetivos y funciones del Certamen, la programación de sus actividades en cuanto a su promoción y desarrollo y velar por el resultado del Certamen.

Artículo 33

Los Comités estarán compuestos por un Presidente, nombrado por el Presidente del Comité Ejecutivo, y vocales, entre un mínimo de cinco y un máximo de quince, nombrados por el Presidente del Comité del Certamen y ratificados por el Comité Ejecutivo. En la primera reunión que celebren, elegirán, de entre los vocales, dos Vicepresidentes, que auxiliarán al Presidente en sus funciones y le sustituirán con iguales derechos y obligaciones en los casos de ausencia y enfermedad. Actuará como Secretario el Director del Certamen.

Artículo 34

Los Comités de los Certámenes se reunirán cuantas veces lo estime conveniente el Presidente del Comité Ejecutivo de Feria Muestrario Internacional de Valencia, el propio Presidente del Comité del Certamen, o lo solicite una cuarta parte de sus miembros. En este último caso, la convocatoria deberá efectuarse dentro de los diez días siguientes al recibo de la solicitud, formulada por escrito, y si no fuera atendida por el Presidente del Comité del Certamen, convocará el Presidente del Comité Ejecutivo de la Institución.

Las convocatorias se cursarán con cinco días de antelación como mínimo, salvo en caso de justificada urgencia, haciendo constar en la convocatoria el orden del día de la reunión, lugar, fecha y hora de la misma.

Artículo 35

Los Comités de los Certámenes someterán al Comité Ejecutivo de la Institución el presupuesto de sus respectivas Manifestaciones, con un mínimo de ocho meses de anterioridad a su celebración, que, una vez aprobado, deberá ser respetado en cuanto a gastos se refiere, tanto en su cuantía total como en cada uno de sus capítulos.

Las liquidaciones de tales presupuestos se presentarán al Comité Ejecutivo dentro de los sesenta días siguientes a la celebración de dichas Manifestaciones.

Artículo 36

Los comités de los Certámenes ordenarán el gasto de acuerdo con el presupuesto de gastos que para cada Manifestación les apruebe el Comité Ejecutivo de la Institución, sin que pueda excederse del mismo sin previa autorización de este. Los cobros para cubrir el presupuesto de ingresos serán ordenados por el Comité del Certamen e ingresados directamente en la caja de Feria Muestrario Internacional de Valencia.

Los superávits que generen las distintas Manifestaciones feriales, se asignarán en un 60% a un fondo de provisión especial de la correspondiente Manifestación ferial, y en un 40% a un fondo de provisión genérico para atender los objetivos de la Institución.

El Comité Ejecutivo, a propuesta del Comité de la Manifestación y previa causa justificada, podrá acordar una distinta distribución de los superávits, así como la aplicación a fines concretos de ese fondo de provisión especial.

Artículo 37

Las relaciones de los Comités de las Manifestaciones con las autoridades, con la Consellería de Empleo, Industria y Comercio, y con cualquier ente u organismo, se harán siempre a través del Comité Ejecutivo de la Institución, salvo expresa delegación.

Artículo 38

Los Directores de los Certámenes están sujetos a las mismas incompatibilidades que para el Director General establece el artículo 28.

Al Director del Certamen corresponde:

1. Ejecutar los acuerdos del Comité de la Manifestación.
2. Proponer al Director General, para su estudio y aprobación, en su caso, por el Comité Ejecutivo, la normativa específica para el Certamen.
3. Proponer, en su caso, al Director General, la contratación de personal eventual.
4. Cumplimentar las normas de régimen interior y contratación de servicios establecidos por el Comité Ejecutivo.
5. Programar la utilización de espacios, servicios e instalaciones.
6. Velar por el cumplimiento de los ingresos y gastos aprobados por el Comité Ejecutivo.
7. Presentar al Director General, al término del Certamen, memoria económica y comercial del mismo.

CAPÍTULO 7

De las Memorias de las Manifestaciones Feriales

Artículo 39

El Director General de la Institución presentará al Comité Ejecutivo una memoria de cada una de las Manifestaciones que se celebren, facilitada por el Comité de la Manifestación correspondiente, en un plazo de tres meses desde la fecha de clausura de la Manifestación.

En dicha memoria se hará un análisis de los resultados comerciales de las Manifestaciones feriales en cuestión, en base a los datos que posean y que les suministren los expositores de la misma.

La memoria, una vez aprobada por el Comité Ejecutivo, será difundida entre los organismos y personalidades relacionados con el sector.

CAPÍTULO 8

De la Administración

Artículo 40

La caja, administración y plantilla de personal de la Institución será única, y comprenderá la de todas y cada una de las diferentes Manifestaciones feriales.

El Patronato, en la primera reunión en la que se apruebe el presupuesto, designará de entre sus miembros, tres Censores de Cuentas, que emitirán dictámenes sobre la memoria y contabilidad de la Institución ferial correspondiente al ejercicio. Estos Censores podrán solicitar del Patronato que les facilite el asesoramiento técnico que necesiten y, en todo caso, el Patronato decidirá sobre la oportunidad de llevar a cabo casa asesoramiento.

El Comité Ejecutivo establecerá las normas convenientes para la mejor agilidad en el aspecto económico de los diferentes Certámenes.

El ejercicio presupuestario se iniciará el 1 de septiembre de cada año y finalizará el 31 de agosto del año siguiente.

CAPÍTULO 9

De las Incompatibilidades

Artículo 41

Los presidentes y demás miembros del Patronato, Comité Ejecutivo y Comités de las Manifestaciones, no podrán estar en plantilla de Feria Muestrario Internacional de Valencia, en cualquiera de sus Manifestaciones.

CAPÍTULO 10

De los Miembros del Honor

Artículo 42

El Patronato podrá, a propuesta del Comité Ejecutivo, nombrar miembros de honor de Feria Muestrario Internacional de Valencia y otorgar distinciones honoríficas a aquellas personas que a su juicio reúnan méritos para ello y a las que hubieren prestado relevantes servicios a la Institución.

Los miembros de honor de Feria Muestrario Internacional de Valencia lo serán igualmente, por derecho propio, de todas las Manifestaciones feriales que puedan realizarse.

El Comité Ejecutivo podrá, a propuesta de su Presidente o de los Comités de las Manifestaciones, nombrar miembros de honor a personas que reúnan las antedichas condiciones respecto a los distintos Certámenes.

CAPÍTULO 11

De las Modificaciones de Estatutos

Artículo 43

El Patronato, siempre que lo acuerden las dos terceras partes del total de sus miembros, podrá, a propuesta del Comité Ejecutivo o por propia iniciativa, modificar los presentes Estatutos, elevando el proyecto a la Consellería de Empleo, Industria y Comercio para su aprobación.

CAPÍTULO 12

De la Disolución de la Institución Feria Muestrario Internacional de Valencia

Artículo 44

Si se acordase la disolución de la Institución, el Comité Ejecutivo actuará de Comisión Liquidadora con plena capacidad para ello, debiendo tener en cuenta al desempeñar este cometido las limitaciones impuestas, en cuanto a disponibilidad de bienes, por los términos de la concesión actual vigente entre el Excmo. Ayuntamiento de Valencia y Feria Muestrario Internacional de Valencia. Los bienes propios de la Institución se venderán en pública subasta, y el importe que se obtenga, junto con el metálico existente después de liquidadas las deudas que hubiere, se aplicará al fomento de la exportación a través de la Consellería competente del Ente Autonomático valenciano.

Cláusulas Adicionales

PRIMERA.- La concesión efectuada por el Excmo. Ayuntamiento de Valencia a favor de Feria Muestrario Internacional de Valencia, de fecha 28 de febrero de 2002, y por un periodo de duración de cincuenta años, finalizará el 28 de diciembre del 2051, fecha de reversión, de no mediar nuevo convenio con la misma.

De acuerdo con los términos de la concesión, los bienes objeto de ésta lo constituyen los terrenos, inmuebles, instalaciones y servicios establecidos y las obras ejecutadas necesarias para el desarrollo de la gestión, y los que con idéntica finalidad se vayan incorporando al propio cometido, cualquiera que fuera su procedencia. Las máquinas y aparatos móviles no incorporados o no necesarios al fin de los inmuebles y los vehículos, mobiliario y máquinas de oficina de la Feria, quedarán de propiedad de ésta.

SEGUNDA.- La interpretación de los presentes Estatutos corresponde al Patronato de FERIA VALENCIA.

Cláusulas Finales

PRIMERA.- Los presentes Estatutos entrarán en vigor en la fecha de su aprobación por la Consellería de Industria, Comercio y Turismo.

SEGUNDA.- En el plazo de dos meses desde la entrada en vigor de los Estatutos, se procederá a la constitución del Patronato y Comité Ejecutivo, de acuerdo con lo dispuesto en los mismos.

TERCERA.- La primera renovación parcial de vocales del Patronato se efectuará a los dos años de su designación.

Cláusula Derogatoria

ÚNICA.- Estos Estatutos derogan los anteriores de Feria Muestrario Internacional de Valencia y cualquier disposición de la misma que contradiga lo en ellos dispuesto

ANEXO 3

CUENTAS ANUALES E INFORME DE GESTIÓN DE FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA.

FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA
CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO
ANUAL TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 Y 2010
(Euros)

	Notas de la memoria	Ejercicio 2011	Ejercicio 2010
A) OPERACIONES CONTINUADAS			
Importe neto de la cifra de negocios		22.779.274,85	27.759.435,57
Espacios de exposición, entradas y catálogos		15.012.878,62	13.166.967,72
Prestación de servicios a expositores		6.763.416,00	10.638.710,85
Ventas y otros ingresos ordinarios de la actividad mercantil		1.002.980,23	3.953.757,00
Aprovisionamientos	9	(5.107.974,73)	(8.658.799,97)
Otros ingresos de explotación		3.537.658,93	2.939.235,52
Ingresos accesorios y de gestión corriente		2.132.962,71	1.588.792,57
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		1.404.696,22	1.350.442,95
Gastos de personal	20	(12.698.778,41)	(14.878.984,03)
Otros gastos de explotación		(18.240.443,31)	(22.563.728,15)
Servicios exteriores	21	(18.101.309,52)	(22.500.452,27)
Tributos		(19.922,90)	(19.054,97)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	10	(119.210,89)	(43.431,18)
Otros gastos de gestión corriente		-	(789,73)
Amortización del inmovilizado	5 y 6	(19.079.255,72)	(19.245.449,49)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	8 y 14	17.240.338,17	17.655.328,73
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		(2.882,66)	3.524,75
Otros resultados		4.585.624,80	8.025.701,71
Gastos	15	-	(7.017.693,19)
Ingresos	8	4.585.624,80	15.043.394,90
A-1) RESULTADO DE EXPLOTACION		(6.986.438,08)	(8.963.735,36)
Ingresos financieros		20.967.787,30	18.766.303,88
Otros ingresos financieros		427.941,76	518.789,67
Subvención de gastos financieros	8 y 17	20.539.845,54	18.247.514,21
Gastos financieros		(21.616.194,47)	(18.943.031,20)
Intereses de obligaciones		(13.741.000,00)	(13.741.000,00)
Intereses de préstamos y créditos		(7.101.640,70)	(3.787.138,86)
Otros gastos financieros		(773.553,77)	(1.414.892,34)
Diferencias de cambio		156,52	6.062,86
A-2) RESULTADO FINANCIERO		(648.250,65)	(170.664,46)
A-3) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		(7.634.688,73)	(9.134.399,82)
Impuesto sobre beneficios	22	-	-
A-4) RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS		(7.634.688,73)	(9.134.399,82)

Las Notas 1 a 28 de la memoria y los Anexos I a III adjuntos forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2011.

FERIA MUESTRARIO INTERNACIONAL DE VALENCIA
BALANCE DE SITUACIÓN AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 Y 2010
(Euros)

ACTIVO	Notas de la memoria	2011	2010	PASIVO	Notas de la memoria	2011	2010
A) ACTIVO NO CORRIENTE		582.282.634,49	597.696.341,6	A) PATRIMONIO NETO		41.882.062,07	50.169.972,49
Inmovilizado intangible	5	128.872,32	216.573,11	A-1) Fondos propios	13	21.668.117,50	29.302.806,23
Inmovilizado material	6	502.388.370,09	520.833.867,69	Patrimonio		3.235.532,77	3.235.532,77
Inversiones en empresas del Grupo y asociadas a largo plazo	7	-	-	Aportaciones Excmo. Ayuntamiento de Valencia		3.436.666,93	3.436.666,93
Inversiones financieras a largo plazo	8	79.765.392,08	76.645.900,80	Reservas voluntarias		22.560.987,21	31.736.497,35
				Fondo de provisión especial		69.619,32	28.509,00
				Excedente negativo del ejercicio		(7.634.688,73)	(9.134.399,82)
B) ACTIVO CORRIENTE		62.849.441,32	67.923.708,62	A-2) Subvenciones, donaciones y legados	14	20.213.944,57	20.867.166,26
Existencias	9	161.710,14	184.039,29				
Usuarios y otros deudores de la actividad propia	10	3.046.053,04	6.334.518,35	B) PASIVO NO CORRIENTE		555.663.430,92	564.095.669,16
Otros deudores	10	1.919.511,16	2.859.756,83	Provisiones a largo plazo	15	1.732.982,91	3.046.331,32
Inversiones financieras a corto plazo	8	34.187.796,06	30.742.065,71	Deudas a largo plazo		553.930.448,01	561.049.337,84
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	11	20.849.015,82	22.741.969,71	Obligaciones y otros valores negociables	16	221.974.547,08	221.774.948,24
Ajustes por periodificación	12	2.685.355,10	5.061.358,73	Deudas con entidades de crédito	17	331.933.476,91	339.251.965,58
				Otros pasivos financieros		22.424,02	22.424,02
				C) PASIVO CORRIENTE		47.586.582,82	51.354.408,57
				Obligaciones y otros valores negociables	16	10.917.507,32	10.917.507,32
				Deudas con entidades de crédito	17	24.725.319,70	15.964.245,52
				Otros pasivos financieros	18	1.073.034,59	6.219.321,36
				Acreedores comerciales y cuentas a pagar	18	7.278.336,92	14.952.986,61
				Ajustes por periodificación	19	3.592.384,29	3.300.347,76
TOTAL ACTIVO		645.132.075,81	665.620.050,22	TOTAL PASIVO		645.132.075,81	665.620.050,22

Las Notas 1 a 28 de la memoria y los Anexos I a III adjuntos forman parte integrante del balance de situación al 31 de diciembre de 2011.

