The image features an abstract composition of overlapping geometric shapes in various shades of brown and tan. A prominent vertical shape on the left side is partially obscured by a horizontal shape that extends across the middle. Another horizontal shape is positioned below it, creating a layered effect. The word "Economía" is written in a white, italicized serif font, centered within the lower portion of the design.

Economía

3.



*La Calidad Académica,
un Compromiso Institucional*



El servicio público de transporte y la tarjeta integrada

*Heriberto Suárez Falcón
Javier de León Ledesma*

Suárez Falcón, Heriberto;
Ledesma, Javier de León.
(2014). El servicio
público de transporte y
la tarjeta integrada.
Criterio Libre 12 (20)
75-94.
ISSN 1900-0642.

EL SERVICIO PÚBLICO DE TRANSPORTE Y LA TARJETA INTEGRADA¹

THE PUBLIC SERVICE OF TRANSPORT
AND THE INTEGRATED CARD

O SERVIÇO DE TRANSPORTE PÚBLICO
E O CARTÃO INTEGRADO

LES TRANSPORTS EN COMMUN ET LA CARTE INTÉGRÉE

HERIBERTO SUÁREZ FALCÓN²
JAVIER DE LEÓN LEDESMA³

Fecha de Recepción: 24 de abril de 2014
Fecha de Aceptación: 24 de junio de 2014.

RESUMEN

En las últimas décadas se observa un cambio progresivo en la orientación de las empresas de transporte público, pasando de un enfoque de producción a un enfoque de marketing. Un factor clave radica en la innovación tecnológica, la cual permite crear un entorno de diferenciación entre las empresas de transporte y entre los servicios que prestan. Actualmente esta innovación tecnológica se ha realizado en forma coordinada entre distintas empresas del sector del transporte público por carretera, surgiendo con ello el concepto de sistema y de tarjeta integrada. En este sentido, el objeto de este artículo es el análisis de la problemática contable asociada a este sistema, el cual ofrece al cliente un servicio coordinado que es capaz de combinar cualquier modalidad de transporte.

¹ Este artículo de investigación tiene como doble finalidad contribuir al desarrollo de la literatura, así como de la toma de decisiones prácticas para la gestión de las empresas de transporte público.

² Investigador del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TiDES), secretario del Instituto de Investigación en Gestión del Transporte y la Movilidad (IGTM), consejero de la empresa Guaguas Municipales, S.A., profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales. e-mail: heriberto.suarez@ulpgc.es, Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TiDES), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España).

³ Secretario e investigador del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TiDES), profesor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Ph. D. en Ciencias Económicas y Empresariales. e-mail: javier.leon@ulpgc.es, Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TiDES), Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España).

PALABRAS CLAVE:

Transporte público, tarjeta integrada, innovación, cliente.

CLASIFICACIÓN JEL:

L91, M41.

ABSTRACT

In the last years we can observe a progressive change in the orientation of the public transport companies, from an approach based on production to a marketing approach. In this regard, a key factor is the technological innovation, which allows to create an environment of differentiation between transport companies, and among the services provided. Currently this technological innovation has been made of coordinated way between different companies of public road transport, emerging the concept of integrated system and card. In this regard, the aim of this article is the analysis of the accounting problematic associated with this system, which provides to the customer a coordinated service that is able to combine any type of transportation.

Key words: Public transport, integrated card, innovation, customer.

Clasificación jel: L91, M41.

RESUMO

Nas décadas recentes tem havido uma mudança progressiva na orientação dos operadores de transporte público, de uma abordagem de produção para uma abordagem de marketing. Um fator chave reside na inovação tecnológica, que permite criar um ambiente de diferenciação entre as empresas de transporte e entre os serviços prestados. Actualmente esta inovação tecnológica tem sido coordenada entre várias empresas do sector dos transportes públicos rodoviários, com o que surgiu o conceito de sistema e de cartão integrado. Assim, o objetivo deste artigo é analisar os problemas contábeis associados com este sistema, que oferece ao cliente um serviço coordenado que é capaz de combinar qualquer modo de transporte.

Palavras-chave: Transporte público, cartão integrado, inovação, cliente.

Clasificación jel: L91, M41.

RÉSUMÉ

Au cours des dernières décennies on observe un changement progressif dans l'orientation des opérateurs de transport en commun d'une approche de production à une approche de marketing. Un facteur clé réside dans l'innovation technologique, ce qui permet de créer un environnement de différenciation entre les entreprises de transport et les services fournis. Actuellement, cette innovation technologique a été tellement coordonnée entre plusieurs entreprises

du secteur des transports par route, qui a émergé le concept de système et la carte intégrée. Ainsi, le but de cet article est d'analyser les problèmes de comptabilité liés à ce système, qui offre au client un service coordonné qui est capable de combiner n'importe quel mode de transport.

MOTS-CLÉS: Transport en commun, carte intégrée, innovation, client.

CLASIFICACIÓN JEL: L91, M41.

INTRODUCCIÓN

El sector del transporte público se considera fundamental e imprescindible en cualquier economía. En el desarrollo de esta actividad intervienen una serie de sujetos económicos principales que se pueden concretar en los usuarios/clientes, los empresarios, los trabajadores y la administración pública, cada uno de ellos con objetivos diferentes. Básicamente, el usuario busca precios bajos, calidad y seguridad del servicio; los empresarios, rentabilidad económica; los trabajadores, altas remuneraciones y, por último, la administración pública, rentabilidad social. A este respecto, todas estas metas han ido evolucionando hacia la consecución de un objetivo común, la prestación de un servicio de calidad al cliente.

Como contrasentido, hay que resaltar que a pesar de ir confluyendo los diversos objetivos de los agentes económicos hacia ese objetivo común, si se analizan estadísticas correspondientes a las cifras de viajeros de transporte urbano e interurbano se observa cómo se ha producido un ligero descenso en este sentido. Así, si se toma como ejemplo los datos elaborados por el Instituto Nacional de Estadística español (INE) relativos al número de viajeros que ha utilizado esta modalidad de transporte en España en los últimos ocho años y se analiza su evolución, se puede constatar el incremento continuado de usuarios hasta el año 2007. A partir de ese momento la cifra de viajeros muestra una tendencia decreciente con un ligero repunte en 2011.

Por otro lado, y desde un punto de vista macroeconómico, según datos de la Contabilidad Nacional para el año 2011, elaborados por el INE, el sector del transporte y almacenamiento presenta una tasa de valor añadido de 54,2%, con una tasa de estabilidad en el empleo de 80,1% y una participación femenina de 9,4%. Es interesante señalar que los hogares destinan alrededor de 11,99% de sus gastos al transporte, solo superado por la adquisición de la vivienda habitual. No obstante, autores como De Rus y Herce (1996, p. 20) sostienen que "la importancia del transporte en la economía va más allá de estas variables macroeconómicas debido a la significación que tiene el transporte como input intermedio para el resto de las actividades económicas". En este sentido, y según se desprende de la Encuesta anual de servicios elaborada por el INE para 2011, son casi 205.000 las empresas españolas dedicadas a actividades relacionadas

con los transportes y el almacenamiento, con un volumen de negocios de alrededor de 101.000 millones de euros.

Autores como De Rus y Nombela (1995, p. 158) señalan que la existencia de un esquema de financiación pública ineficiente contribuye al estancamiento de la demanda y a la falta de agilidad de la oferta para satisfacer los intereses de los usuarios del servicio. En este sentido, los períodos concesionales elevados generan situaciones de verdadero monopolio y, por tanto, las empresas carecen de incentivos para minimizar costes y orientar el servicio a la maximización del bienestar social.

Con motivo de ello, en la última década ha dado un giro vital la gestión de las empresas de transporte, derivado de la firma de contratos-programas entre empresas y corporaciones locales o Comunidades Autónomas; estos contratos, generalmente de duración plurianual, se caracterizan por la búsqueda de un beneficio social, ateniéndose a los principios de eficiencia, eficacia y economía que deben regir en dicha relación contractual. Además, se observa un cambio progresivo de la orientación de las empresas hacia el mercado, pasando estas de un enfoque producción a un enfoque marketing, que en determinados casos ha ido suavizando los enfrentamientos competenciales.

En lo referente a la libre competencia, un factor clave radica en la innovación tecnológica, la cual permitiría crear un entorno de diferenciación entre las empresas de transporte y también entre los servicios que prestan. Actualmente y en diferentes escenarios, esta innovación tecnológica se ha realizado de manera coordinada entre distintas empresas del sector del transporte público por carretera. A nivel nacional, se pueden destacar Madrid, Barcelona y Valencia, mientras que a nivel internacional cabría mencionar ciudades como Nueva York (Estados Unidos), Bolzano (Italia), Singapur (Malasia), Bogotá (Colombia), Curitiba (Brasil) o Dublín (Irlanda), entre muchas otras. Como consecuencia de ello, dichas unidades económicas han constituido un sistema integrado en el cual, independientemente de los procesos de venta habituales, se ofrece al cliente un

En las últimas décadas se observa un cambio progresivo en la orientación de las empresas de transporte público, pasando de un enfoque de producción a un enfoque de marketing. Un factor clave radica en la innovación tecnológica, la cual permite crear un entorno de diferenciación entre las empresas de transporte y entre los servicios que prestan. Actualmente esta innovación tecnológica se ha realizado en forma coordinada entre distintas empresas del sector del transporte público por carretera, surgiendo con ello el concepto de sistema y de tarjeta integrada.

Las unidades económicas han constituido un sistema integrado en el cual, independientemente de los procesos de venta habituales, se ofrece al cliente un servicio coordinado que es capaz de combinar cualquier modalidad de transporte, ya sea urbano o interurbano, con alto nivel de calidad, en aras de satisfacer sus necesidades. Con motivo de ello surge un nuevo medio de pago, basado en un título de viaje, que denominaremos “tarjeta integrada”.

servicio coordinado que es capaz de combinar cualquier modalidad de transporte, ya sea urbano o interurbano, con alto nivel de calidad, en aras de satisfacer sus necesidades. Con motivo de ello surge un nuevo medio de pago, basado en un título de viaje, que denominaremos “tarjeta integrada”, permitiéndose la utilización de la misma en cualquiera de las empresas que integran el sistema.

La utilización de estos títulos plantea en un primer momento un problema en el reparto de la recaudación, ya que cuando se produce su entrega al cliente, se desconoce qué empresa prestará realmente el servicio. En consecuencia, se generará en esta clase de unidades económicas una problemática económica específica, y por ende, una problemática contable peculiar. A este respecto, el objeto de nuestro trabajo se centra en el análisis de la citada problemática contable, para lo que previamente se describirán las diversas fases que configuran la gestión a la que se ve sometido el título; estas son la compra al proveedor, entrega y cobro al usuario del transporte público y, por último, prestación del servicio, las cuales van a tener una influencia decisiva en el desarrollo del citado proceso contable.⁴

1. LA TARJETA INTEGRADA. GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Previamente al estudio de la gestión económico-financiera de la tarjeta integrada hay que resaltar que este título permite desplazarse por una red, combinando el transporte urbano e interurbano,⁵ independientemente de la titularidad jurídica de las empresas adheridas y, con casi el único requisito técnico de utilizar un sistema de cancelación de

⁴ Las fases en que se ha estructurado la gestión de la tarjeta integrada fueron diseñadas a partir de un proceso de observación directa y entrevistas en una empresa de transporte urbano colectivo de la Comunidad Autónoma de Canarias.

⁵ En regiones como Islas Canarias, de territorio fragmentado, se ha planteado incluso su posible uso combinado en el transporte marítimo y aéreo.

viajes compatible. Asimismo, a medida que se va consumiendo el saldo de la tarjeta, la información queda registrada en los equipos informáticos de a bordo, ubicados en cada vehículo, siendo transmitida esta posteriormente a las empresas para que efectúen el control pertinente sobre su utilización en los distintos elementos de transporte de su propiedad. Esta información sobre el consumo específico de tarjetas será la variable por emplear en el momento de redistribuir periódicamente la recaudación de efectivo entre las empresas que integran el sistema y que han prestado finalmente el servicio al usuario.

Centrándonos en la gestión de dichos títulos, hay que indicar que la existencia de diferentes unidades económicas en el consabido sistema integrado plantea la necesidad de incluir un organismo que sirva de intermediario en todo el proceso de gestión de la tarjeta integrada, favoreciendo de esta manera la centralización, organización y control del proceso. Este ente será el encargado de realizar, entre otras, las funciones de compra y codificación de las tarjetas,⁶ venta de las mismas a los diferentes establecimientos comerciales o empresas de transporte u operadoras, recepción de la información suministrada por las empresas relativa al consumo periódico de tarjetas, y redistribución de la recaudación generada en función del consumo real en cada uno de los entes que integran el sistema.

En lo referente a la modalidad de gestión de la tarjeta integrada, que va desde su compra al proveedor hasta la utilización por parte del usuario del transporte, hay que resaltar que esta puede adquirir múltiples formas. En esta línea, el análisis de su gestión económico-financiera se centrará a continuación, por un lado, en un proceso que designaremos "básico", puramente teórico, en el cual el organismo intermediario controla la red de establecimientos comerciales, para cada uno de los diferentes títulos de viaje que oferta al usuario final, y por otro lado, en un proceso que se denominará "complejo", en

el cual la gestión se torna más complicada ya que cada una de las empresa de transporte que integra el sistema adopta la correspondiente función de control.

1.1 PROCESO DE GESTIÓN BÁSICO

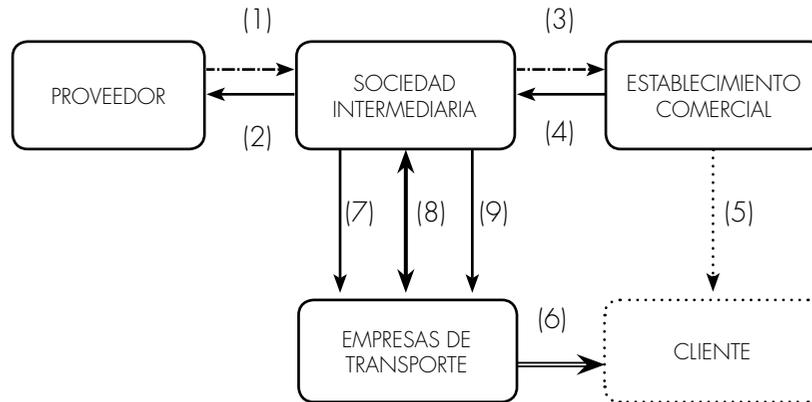
Este proceso se configura a partir de flujos de naturaleza económico-financiera, al igual que de índole informativo, y está integrado por la relación proveedor - sociedad intermediaria, sociedad intermediaria - establecimiento comercial, establecimiento comercial - cliente, cliente - empresa de transporte, y empresa de transporte - sociedad intermediaria. En este proceso, la empresa operadora solo intervendrá en el momento de prestar el servicio, informar a la sociedad intermediaria del consumo periódico de títulos y en el instante de la redistribución de la recaudación, como se muestra en la figura 1.

Bajo una óptica secuencial, este proceso quedaría descrito como se muestra a continuación:

- La sociedad intermediaria compra los títulos al proveedor (1,2), para posteriormente vendérselos al establecimiento comercial (3,4), generándose en ese instante, a favor del ente intermediario, una corriente de venta/ ingreso y de cobro, que podrán coincidir o no temporalmente.
- Posteriormente, el establecimiento comercial cederá a los clientes el derecho al uso del transporte (5); a este respecto, la prestación del servicio por parte de la empresa operadora concurrirá con el ejercicio del derecho (6).
- A medida que la sociedad intermediaria realiza su actividad, esta va incurriendo en una serie de gastos de diversa naturaleza, como la codificación de las tarjetas, personal, servicios exteriores, etc. Estos importes, entre otros, serán facturados a las empresas de transporte, en proporción a la cifra de negocios derivada de la utilización de este título de viaje, al considerarse un servicio prestado a dichas operadoras (7).

⁶ A este respecto, se entiende por codificación de las tarjetas la grabación en la banda magnética de la misma, el valor en unidades monetarias y otras restricciones que se establecen en el sistema (tiempo, kilómetros, horas...)

Figura 1. Proceso de gestión básico de la tarjeta integrada.



- | | |
|---|--|
| (1) Magnitud corriente "Compra/Gasto" | (6) Prestación del servicio |
| (2) Flujo financiero "Pago" | (7) Facturación de los servicios prestados |
| (3) Magnitud corriente "Venta/Ingreso" | (8) <i>Feed-back</i> de información entre ambas empresas |
| (4) Flujo financiero "Cobro" | (9) Distribución de la recaudación |
| (5) Adquisición del derecho al uso del transporte por parte del cliente | |

Fuente: Elaboración propia.

- Finalmente, a partir de la información suministrada por estas (8), la sociedad intermediaria distribuye la recaudación entre las diferentes empresas de transporte que participan en el sistema (9); a este respecto, hay que poner de manifiesto que, previamente a dicha distribución, la sociedad intermediaria ha de delimitar la parte correspondiente a cada una de las empresas operadoras, originándose un gasto para la sociedad intermediaria y una obligación de pago de esta última, respecto a las empresas operadoras.

En cuanto a la relación existente entre el ente intermediario y la empresa de transporte, esta deberá estar sometida tanto a auditoría interna como externa con el propósito de verificar el sistema de control interno, tal que la información suministrada sea, en todos los sentidos, fiable.

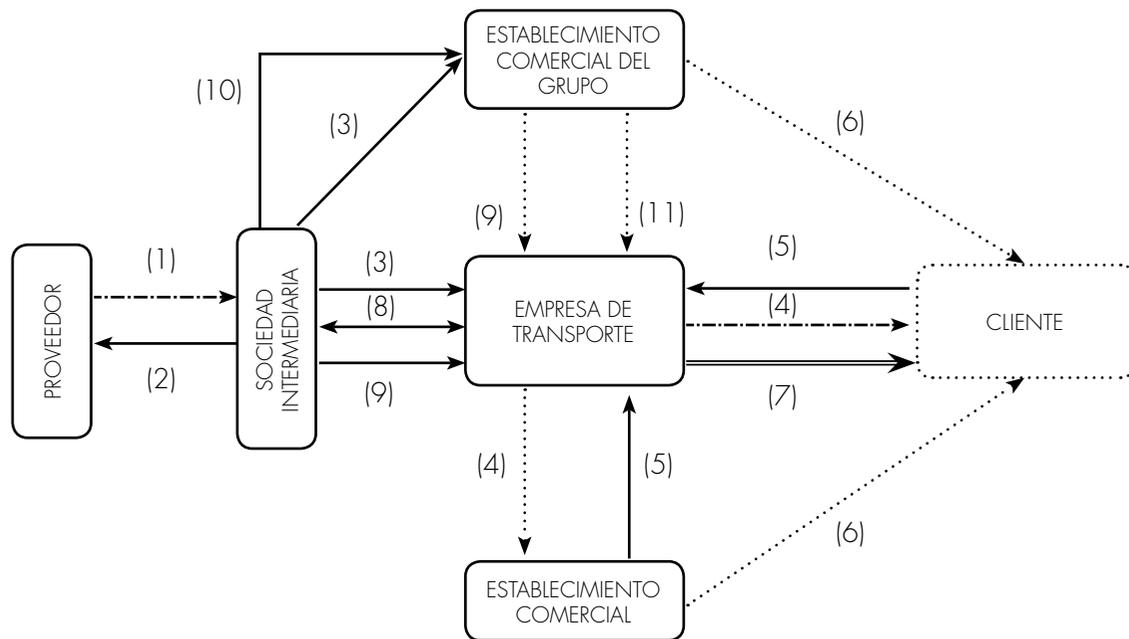
1.2. PROCESO DE GESTIÓN COMPLEJO

En este proceso coexisten flujos de igual naturaleza que en el modelo citado antes, quedando configurado como muestra la figura 2. En esta, a diferencia del anterior, interviene una nueva sociedad, que se denominará establecimiento comercial del grupo y es, por tanto, dependiente de las empresas operadoras que integran el sistema.

Bajo una óptica secuencial, este proceso quedaría descrito como se muestra a continuación:

- La empresa intermediaria efectúa la adquisición de las tarjetas al proveedor, generándose la magnitud flujo compra/gasto (1), la cual podrá coincidir o no temporalmente con la corriente financiera pago (2). Una vez adquiridos los títulos, la empresa intermediaria los codifica.

Figura 2. Proceso de gestión complejo de la tarjeta integrada.



- | | |
|---|--|
| (1) Magnitud corriente "Compra/Gasto" | (7) Prestación del servicio / Magnitud corriente "Venta" |
| (2) Flujo financiero "Pago" | (8) <i>Feed-back</i> de información entre ambas empresas |
| (3) Cesión de títulos de viaje | (9) Facturación de los servicios prestados |
| (4) Entrega de títulos de viaje | (10) Flujo de información |
| (5) Flujo financiero "Cobro" | (11) Distribución de la recaudación |
| (6) Adquisición del derecho al uso del transporte por parte del cliente | |

Fuente: Elaboración propia.

- Esta última cede los títulos de viaje, debidamente codificados, tanto a las empresas de transporte (3) como al establecimiento comercial del grupo (3). A este respecto, las cantidades entregadas se establecen en función de los datos históricos del número de pasajeros de las unidades económicas que participan en el sistema.
- Las empresas de transporte entregan los títulos de viaje al establecimiento comercial (4), o bien, directamente al cliente/usuario final (4), generándose la corriente estrictamente monetaria cobro (5), la cual coincide con el momento de la entrega de las tarjetas.

En este sentido, hay que poner de relieve que aunque se haya efectuado el cobro, aún no existe "prestación del servicio" por parte de la empresa de transporte al usuario final. En esta línea, según establece el principio del devengo del Plan General de Contabilidad de 1990, "la imputación de ingresos y gastos deberá hacerse en función de la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan y con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos". Así mismo, según indica la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1999, p. 41), "los ingresos por prestación de servicios deben reconocerse, como regla general, a medida que se cubra el servicio". Por otro lado, además de

cumplir con el principio del devengo, se haría lo propio con el de correlación de ingresos y gastos.

- Los establecimientos comerciales, del grupo o ajenos al mismo, efectúan la venta de las tarjetas a los usuarios finales (6), produciéndose, por tanto, la adquisición del derecho al uso del transporte por parte del cliente.
- El cliente utiliza el servicio en la correspondiente empresa de transporte, produciéndose en este momento la prestación del mismo (7); así, el usuario hace uso del derecho adquirido con anterioridad, quedando este extinguido en la parte correspondiente al valor de la fracción consumida.
- Las empresas de transporte y la empresa intermediaria generan un *feed-back* de información periódica en torno al número de viajeros que realmente ha utilizado el servicio en cada una de ellas (8). Con base en estos datos, se determina qué parte de la recaudación correspondería a cada una de las empresas de transporte que integran el sistema, procediendo de esta manera a su redistribución entre las mismas.
- La empresa intermediaria y el establecimiento comercial del grupo facturan a las empresas operadoras el servicio prestado (9), incluyendo este el importe de la compra de tarjetas efectuada, la codificación realizada y los gastos de diversa naturaleza en los que incurrir. A este respecto, la facturación por realizar a cada una de las empresas se hará en función de la información derivada del *feed-back* antes citado.
- Finalmente, la sociedad intermediaria suministrará la información al establecimiento comercial del grupo (10), con relación a la parte que de su recaudación correspondería asignar a cada una de las empresas operadoras (11).

Como ocurre en el proceso simple antes descrito, la relación existente entre el ente intermediario y las empresas de transporte deberá estar sometida tanto a auditoría interna como externa, con el propósito de verificar el sistema de control interno, de modo que la información suministrada sea fiable en todos los sentidos.

Con la finalidad de profundizar en la gestión económico-financiera de la tarjeta integrada, según se establece en ambos procesos, en el siguiente epígrafe se hará su análisis desde un punto de vista contable.

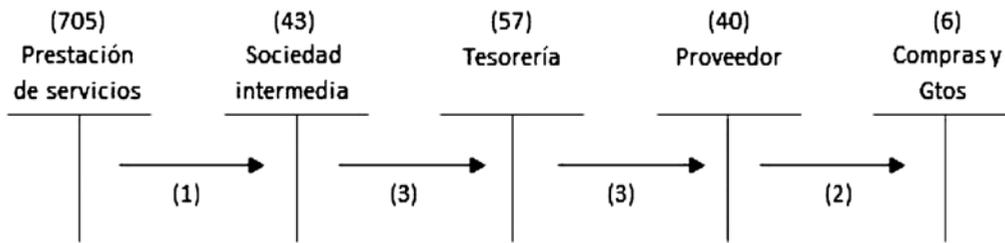
2. TRATAMIENTO CONTABLE DE LA TARJETA INTEGRADA. PROCESO DE GESTIÓN BÁSICO Y COMPLEJO

Los procesos de gestión de la tarjeta integrada antes analizados presentan una problemática contable diferenciada, derivada de las relaciones interempresas existentes en ambos modelos. A este respecto, a continuación se estudiará el proceso contable de cada uno de los modos de gestión, aunque omitiendo, con la finalidad de simplificar el mismo, la problemática fiscal; en esta línea, el estudio se llevará a cabo mediante el empleo de cuentas de mayor, donde se irán delimitando los principales motivos de cargo y abono de las operaciones que afectan la gestión de la tarjeta. Con relación a las empresas de transporte, tanto en el modelo básico como en el complejo, se van a delimitar dos unidades económicas como las únicas que integran el sistema; estas son: empresa de transporte X y empresa de transporte Y.

2.1. PROCESO DE GESTIÓN BÁSICO

En este modo de gestión, el estudio de la problemática contable se va a centrar en las empresas de transporte y en la sociedad intermediaria.

Figura 3. Operativa contable de las empresas de transporte.

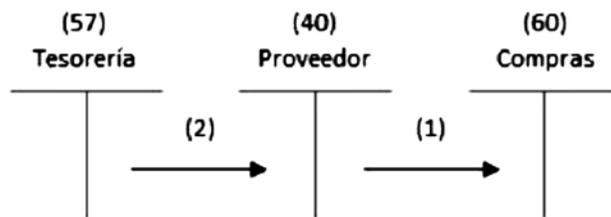


- (1) Por la prestación del servicio al usuario final, lo cual origina un derecho de cobro sobre el deudor "sociedad intermediaria".
- (2) Por la facturación de los servicios por parte de la sociedad intermediaria a las empresas de transporte.
- (3) Por la cancelación de los derechos de cobro y obligaciones de pago derivados de su relación con la sociedad intermediaria.

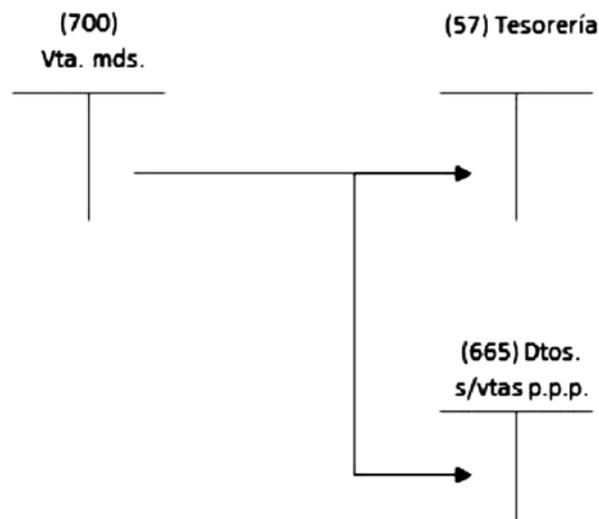
Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Operativa contable de la sociedad intermediaria.

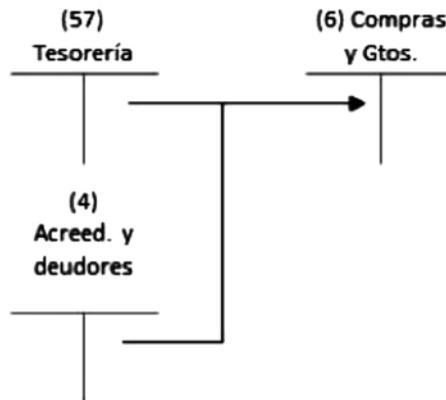
- En el momento de la adquisición a crédito de los títulos de viaje al proveedor (1), y por la cancelación de la deuda (2).



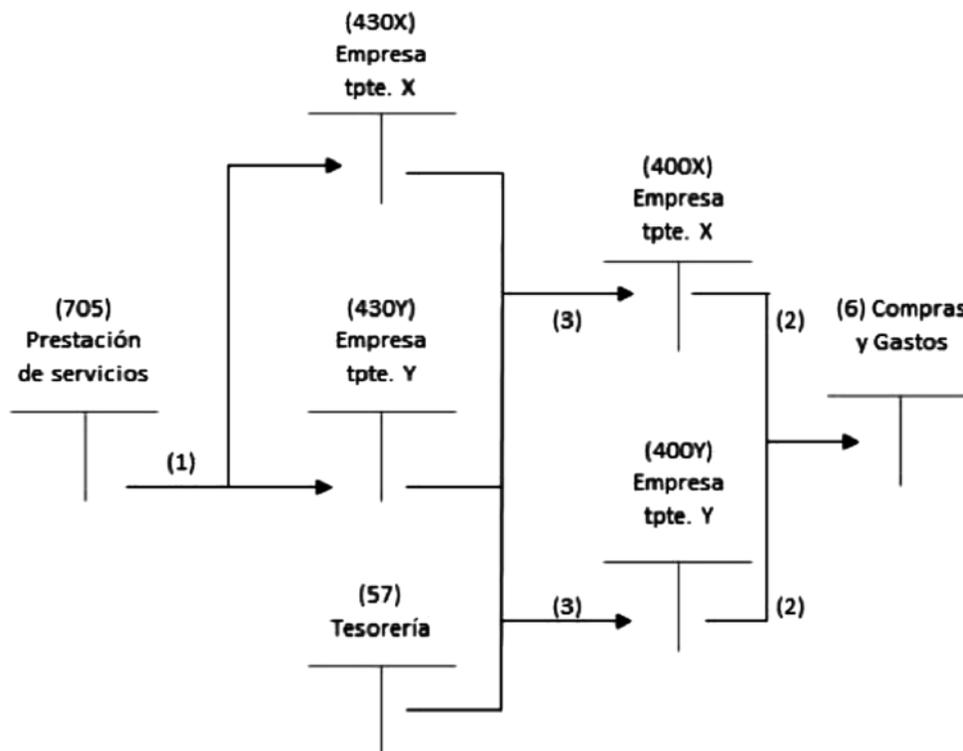
- En el instante de la venta de los título a los establecimientos comerciales, consignándose en factura un descuento por pronto pago.



- En el momento del devengo de gasto de distinta naturaleza (servicios exteriores, personal, ...), pudiendo quedar éstos pendientes de pago o no.



- En el instante de:
 - la facturación de los servicios prestados a las empresas de transporte (1).
 - la determinación de la parte de la recaudación correspondiente a cada una de las empresas operadoras, originándose como consecuencia un gasto y una obligación de pago respecto a las mismas (2).
 - la compensación y cancelación de créditos y débitos derivados de su relación con las empresas de transporte(3).



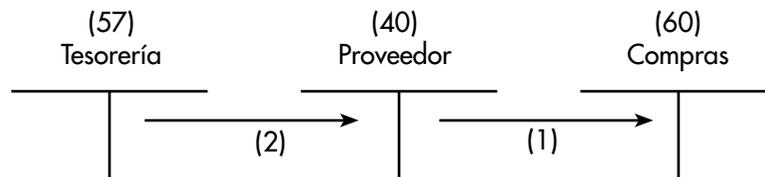
Fuente: Elaboración propia.

2.2. PROCESO DE GESTIÓN COMPLEJO

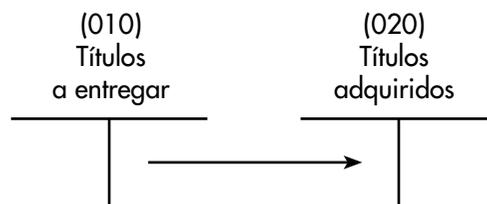
En este modo de gestión el análisis de la problemática contable se va a efectuar en el siguiente orden: sociedad intermediaria, establecimiento comercial del grupo y empresas de transporte.

Figura 5. Operativa contable de la sociedad intermediaria.

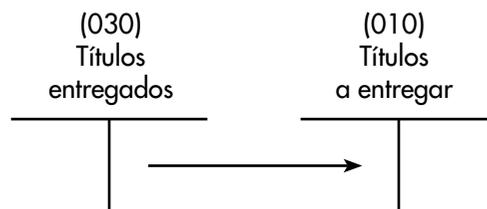
- En el momento de la adquisición a crédito de los títulos de viaje al proveedor (1), y por la cancelación de la deuda (2).



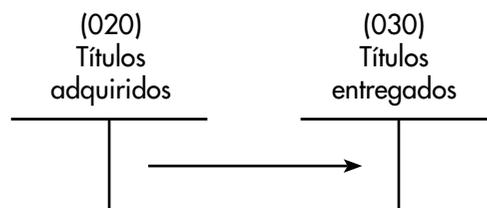
A su vez, mediante cuentas de orden se obtiene información acerca de la situación en que se encuentran los títulos a efectos de su correspondiente control, ya que una vez que los mismos son adquiridos y codificados, el siguiente paso consistirá en cederlos al establecimiento comercial del grupo y a la empresa operadoras. Esta operación se registrará a precio de adquisición.



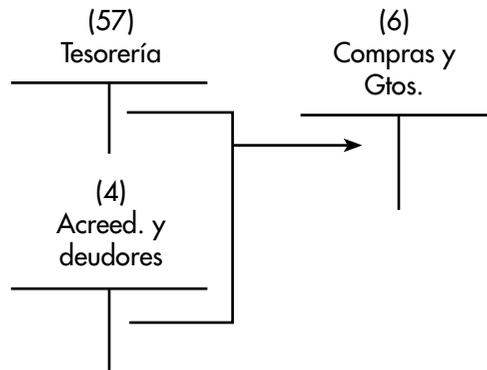
- En el momento de la cesión de los títulos de viaje al establecimiento comercial del grupo y/o a las empresas de transporte.



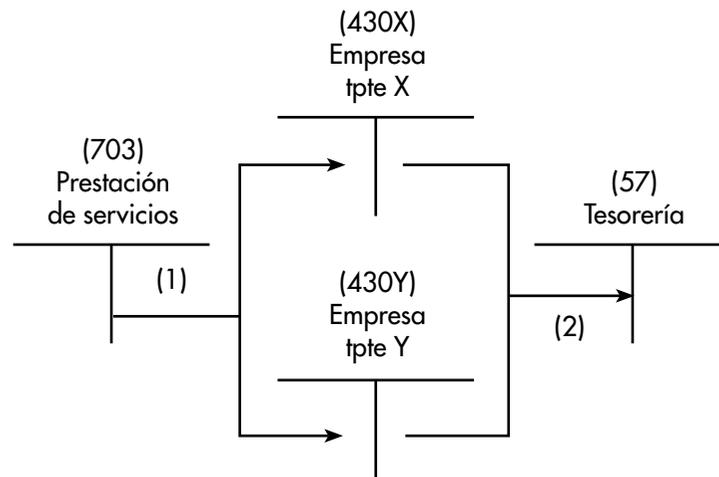
- Cuando finaliza la remesa de títulos



- En el momento del devengo de gastos de distinta naturaleza (servicios exteriores, personal, ...), pudiendo quedar éstos pendientes de pago o no.



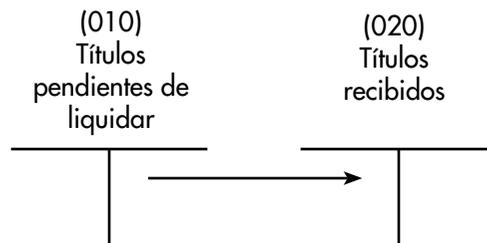
- Por la facturación de servicios a crédito a las empresas de transporte que integran el sistema (1) y el posterior cobro de la obligación de pago (2).



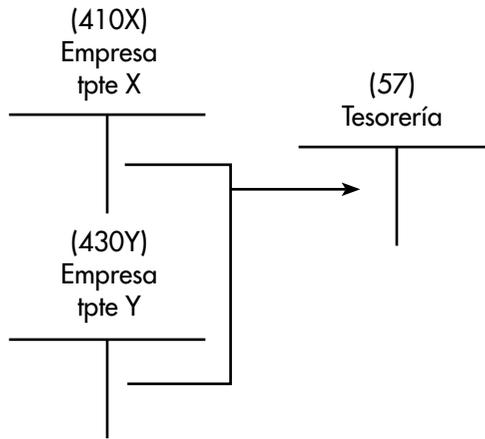
Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Operativa contable del establecimiento comercial del grupo.

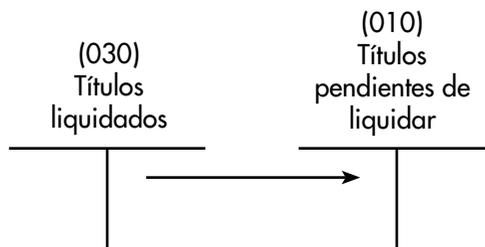
- En el momento de la recepción de los títulos por la sociedad intermediaria (a precio de venta).



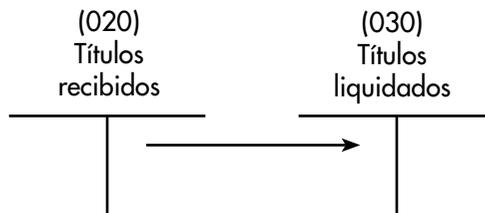
- En el instante de la venta del título y cobro al usuario final, lo cual conlleva una obligación de pago respecto a cada una de las empresas operadoras (X y Y).



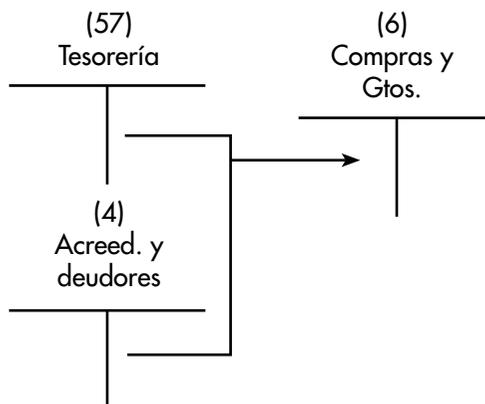
A su vez mediante cuentas de orden, el establecimiento comercial del grupo obtendrá información acerca de la situación en que se encuentran los títulos, a efectos de su correspondiente control.



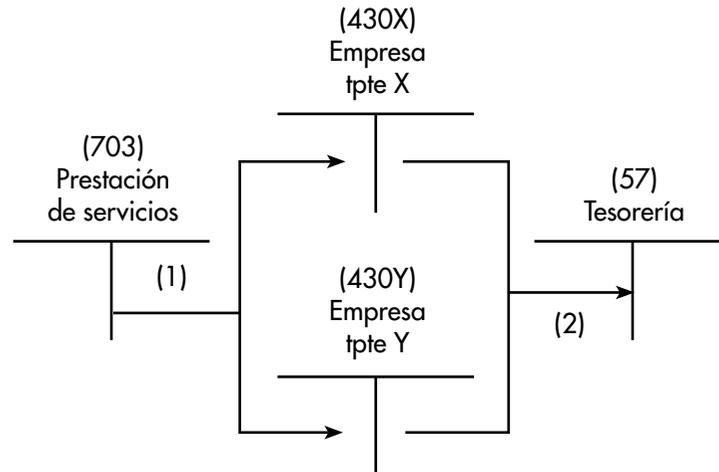
- Cuando finaliza la remesa de títulos



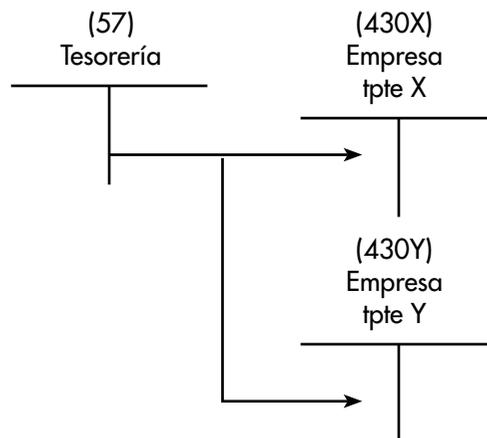
- En el momento del devengo de gastos de distinta naturaleza (servicios exteriores, personal, ...), pudiendo quedar éstos pendientes de pago o no.



- Por la facturación de servicios a crédito a las empresas de transporte que integran el sistema (1), y el posterior cobro de la obligación de pago (2).



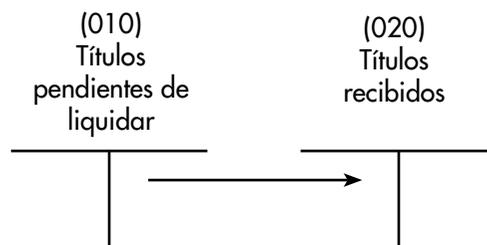
- Por la redistribución de la recaudación entre las empresas operadoras que integran el sistema.



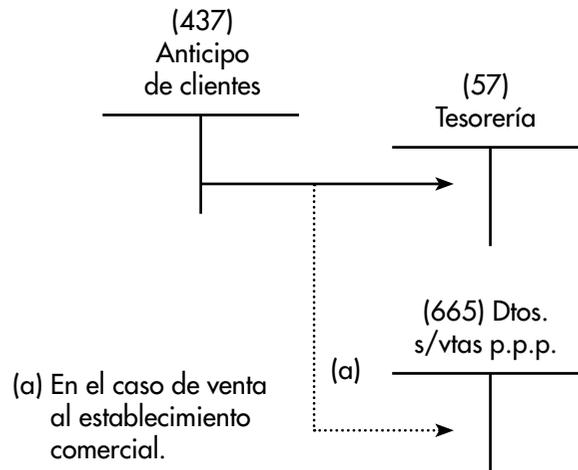
Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Operativa contable de las empresas de transporte.

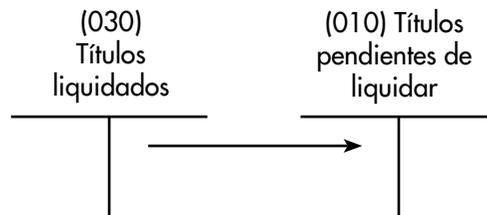
- En el momento de la recepción de los títulos cedidos por la sociedad intermediaria (a precio de venta).



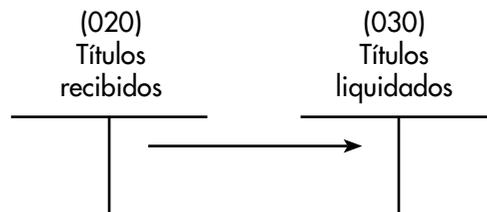
- En el momento de la venta directa anticipada al usuario final y al establecimiento comercial (ajeno al grupo).



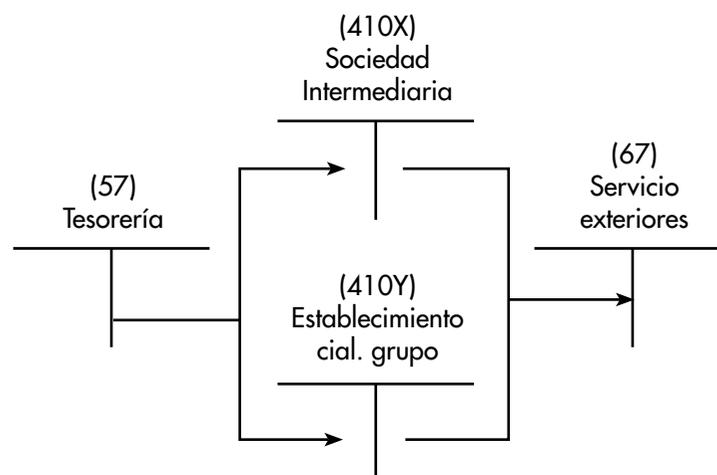
A través de cuentas de orden, la empresa de transporte obtendrá información acerca de la situación en que se encuentran los títulos, a efectos de su correspondiente control.



- Cuando finaliza la remesa de títulos.

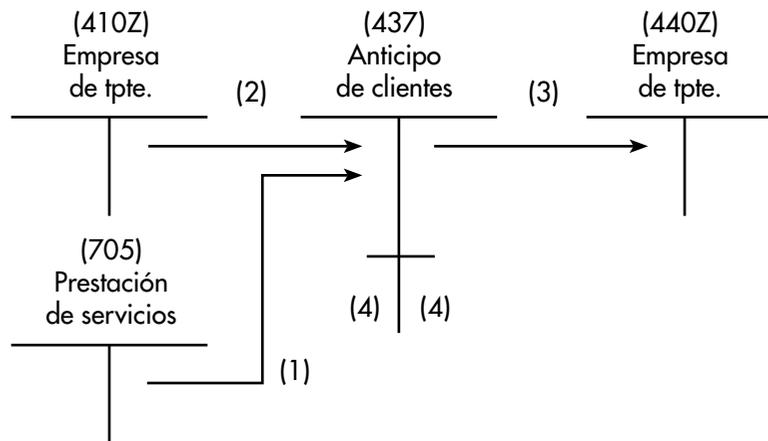


Por la facturación de los servicios prestados por la sociedad intermediaria y por el establecimiento comercial del grupo, así como por el pago de la obligación como consecuencia de dicha facturación.



- Por la presentación del servicio al usuario final (1).
- Por la cancelación de débitos o créditos con la otra empresa operadora que integra el sistema; es decir, por el importe de los títulos entregados:
 - por la empresa de transporte al usuario final y utilizados en la otra empresa operadora (2).
 - por la otra empresa de transporte al usuario final y utilizados en la empresa de transporte (3).

El saldo de esta cuenta refleja el importe de los títulos en poder del usuario final y no utilizados en ninguna de las empresas de transporte (4).



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Un factor clave como la innovación tecnológica ha permitido reestructurar las relaciones entre los agentes económicos partícipes en la actividad del transporte urbano. El progreso tecnológico mencionado ha sido incluso compartido y coordinado entre diferentes empresas, conformando un sistema cuyo objetivo es el logro de una integración tarifaria que proporcione al transporte un mayor nivel de servicio, calidad y comodidad.

Esta interconexión entre empresas ha coadyuvado a la creación de entes coordinadores cuya misión básica es distribuir los ingresos entre las empresas participantes en el sistema.

Para la correcta contabilización de estas operaciones se considera la aplicación del método del contrato cumplido, en virtud del cual el ingreso se considera realizado cuando

se haya producido la entrada del activo que se recibe como contraprestación, circunstancia que coincidirá con la prestación del servicio.

Hay que resaltar que el sistema de información contable planteado para ambos procesos, configurado mediante cuentas de naturaleza patrimonial, permite, además de cumplir con el principio de registro, respetar los principios del devengo y correlación de ingresos y gastos, al considerar el ingreso a favor de la empresa de transporte únicamente en el momento de la prestación del servicio al cliente. También, a través de cuentas del sistema suplementario, igualmente denominadas de orden o informativas, se logra controlar en todo momento la situación en que se encuentran los títulos a lo largo de todo el proceso de gestión.

Por otro lado, hay que destacar que es evidente que las empresas de transporte de viajeros han optado por estar a la vanguardia en lo referente a

adelantos tecnológicos del sector. En este sentido, la futura incorporación de nuevas empresas de transporte al sistema instaurado dificultaría, entre otros aspectos, el proceso de distribución de la recaudación entre todas las unidades económicas que integran el sistema. Por el contrario, la problemática contable no se vería afectada, ya que, como se ha puesto de manifiesto, esta es independiente del número de empresas operadoras que lo configuran.

Además, corresponde subrayar el papel preeminente que ocupa la sociedad intermediaria en el desarrollo de la gestión de la tarjeta integrada. A este respecto, cualquier modificación de sus actuales funciones afectaría las transacciones interunidad y, en consecuencia, influiría en la problemática contable analizada a lo largo del presente trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

- Anguita-Rodríguez, F.; Duarte-Monedero, B. y Flores-Ureba, S. (2014). Situación actual del transporte público urbano: la visión de las empresas operadoras. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 20 (1): 16-22.
- Asensio, J.; Matas, A., y Raymont, J. L. (2001). Efectos redistributivos de las subvenciones al transporte público en áreas urbanas. IV Encuentro de Economía Aplicada. Balboa la Chica, P. M., Mesa Mendoza, M., y Suárez Falcón, H. (2014). Análisis de las empresas concesionarias del servicio público de transporte urbano colectivo en España (2008-2010). *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(1), 23-32.
- Carrasco-Díaz, D. (ed.) (2013). Informe anual del Observatorio de Costes y Financiación del Transporte Urbano Colectivo 2008-2011. Málaga: GECOSOL.

El progreso tecnológico mencionado ha sido incluso compartido y coordinado entre diferentes empresas, conformando un sistema cuyo objetivo es el logro de una integración tarifaria que proporcione al transporte un mayor nivel de servicio, calidad y comodidad.

Esta interconexión entre empresas ha coadyuvado a la creación de entes coordinadores cuya misión básica es distribuir los ingresos entre las empresas participantes en el sistema.

- Carretero Fernández, A. (2000). La regulación de los transportes interiores en la Unión Europea y su incidencia en la legislación española. *Revista del Instituto de Estudios Económicos* (2 y 3), 141-160. de Contabilidad, A. E., y de Empresas, A. (1999). Documento No. 13, Ingresos. Serie Principios Contables.
- Palacio, L. D. (2000). La reordenación del transporte terrestre de viajeros en Europa: actuaciones emprendidas y retos de futuro. *Revista del Instituto de Estudios Económicos* (2 y 3), 3-26. De Rus Mendoza, G. (1992), *Economía y política del transporte: España y Europa*. MOPT, Instituto de Estudios del Transporte y las Comunicaciones. Madrid. Edit. Cívitas. De Rus Mendoza, G., y Merchán, G. N. (1995). *Desregulación y privatización del transporte público urbano en España*. Fedea. Madrid: Edit. Cívitas.
- De Rus Mendoza, G.; Méndez, J. C., y Merchán, G. N. (2003). *Economía del transporte*. Barcelona: Antoni Bosch, editor.
- De Rus, G., y Socorro, M. P. (2006). La financiación del transporte urbano y metropolitano desde los Presupuestos Generales del Estado.
- Gobierno, D. C. (1998). Libro Blanco de los transportes en Canarias. Federación Española de Municipios y Provincias (2009). *Factores determinantes del transporte público urbano colectivo en España*. Disponible en: www.femp.es/.../Informe%20Transporte%20publico%20%20FINAL.pdf.
- Ministerio de Fomento y Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2012). Informe sobre el diagnóstico de la movilidad en España. Documento *Estrategia española de movilidad sostenible*. Madrid.
- López, M. P. (2000). Balance de las últimas décadas en el transporte terrestre de viajeros. *Revista del Instituto de Estudios Económicos* (2), 177-206.
- Sakamoto, K. (2010). *Financiación del transporte urbano sostenible*. Berlín: Ministerio Federal de Cooperación y Económica y Desarrollo.
- San Miguel, J. A. H., y de Rus Mendoza, G. (1995). *La regulación de los transportes en España*. Editorial Cívitas.
- Sánchez de Lara, M.A. (2013). *Estudio predictivo de costes y financiación del servicio de transporte urbano colectivo en las empresas españolas mediante la aplicación de redes neuronales artificiales*. Tesis doctoral. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid.
- Suárez-Falcón, H. (2004). *Las empresas de transporte de viajeros por carretera: una propuesta de modelo informativo contable externo*. Tesis doctoral. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria. España.
- UITP (2001). *Desplazarse en la ciudad*. Bruselas: International Association of Public Transport (UITP).