

872708



Universidad Don Vasco, A. C.

----INCORPORACIÓN No. 8727-08----
a la Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela de Administración y Contaduría

**ANÁLISIS DE LA PROBLEMÁTICA DE CUENTAS
POR COBRAR Y POR PAGAR DE LA EMPRESA
ACUARIO TURÍSTICO S.A. DE C.V., DE LA CD. DE
MANZANILLO COL. Y PROPUESTA DE MEJORAS**

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADA EN CONTADURÍA

presenta:

VANESSA ESCALERA HUERTA.



Uruapan, Michoacán, Mayo del 2004.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
--------------	---

CAPITULO I

Manzanillo Col, y el sector Turismo.

1.1	Historia de Manzanillo Colima.	8
1.2	Ubicación Geográfica de Manzanillo Colima.	11
1.3	Principales Sectores Económicos.	13
1.4	Definición de Turismo.	15
1.5	Clasificación Básica del Turismo.	16
1.5.1	Otras Clasificaciones del Turismo.	18
1.5.2	Elementos del Turismo.	21
1.6	Importancia del Turismo en Manzanillo.	23
1.6.1	Principales Centros Turísticos.	24

CAPITULO II.

Empresas Turísticas.

2.1	Definición de Empresas Turísticas.	25
2.2	Importancia de la Empresas Turísticas.	26
2.3	Clasificación de empresas Turísticas.	
2.3.1	De Alojamiento	27

2.3.2	De la Actividad de Restauración	27
2.3.3	Empresas Turísticas de Servicios Complementarios	28
2.4	Definición de Agencias de Viajes.	28
2.4.1	Clasificación de Agencias de Viajes.	29
2.5	Principales Servicios que ofrecen las Agencias de Viajes	32
2.6	Requisitos para establecer una Agencia de Viajes.	33

CAPITULO III.

Administración y control interno en cuentas por pagar y por cobrar.

3.1	Definición de Administración de capital de Trabajo.	35
3.2	Objetivo de la Administración de Capital de Trabajo.	36
3.3	Las cuentas por Cobrar y por Pagar como elemento del Capital de Trabajo.	38
3.4	Concepto de Control Interno.	40
3.5	Importancia y Objetivos de Control Interno	41
3.5.1	Objetivos del Control Interno.	43
3.5.2	Elementos del Control Interno.	44
3.6	Estudio y Evaluación del Control Interno en Cuentas por Cobrar y por Pagar.	46

CAPITULO IV.

Estudio de caso: Análisis de la problemática de cuentas por cobrar y por pagar de la empresa Acuario Turístico S.A. de C.V de la CD. de Manzanillo Col. y propuesta de mejoras

4.1	Metodología.	56
-----	--------------	----

4.2	Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.	59
4.3	Análisis de la Problemática de Cuentas por cobrar y por Pagar	61
4.4	Propuesta de Mejoras al Sistema de Cuentas por Cobrar y por Pagar	62
4.4.1	Deficiencias, Sugerencias y Objetivos de Cuentas por Cobrar	63
4.4.2	Deficiencias, Sugerencias y Objetivos de Cuentas por Pagar	67
	CONCLUSIONES	70
	BIBLIOGRAFÍA	72
	ANEXOS	75

INTRODUCCIÓN

Manzanillo Col. es una de las playas más importantes de la República, ya que uno de los principales ingresos de esta ciudad se obtiene del turismo, por lo que a consecuencia de ello cuenta con una diversidad de agencias de viajes que ofrecen sus servicios turísticos a toda la gente que visita dicha costa.

Los servicios que ofrecen son:

- Alojamiento hotelero
- Transportación turística.
- Venta de boletos (líneas de aviación y terrestre)
- Paquetes vacacionales para toda la familia
- Información sobre restaurantes y diversión
- Serie de servicios recreativos etc.

Todas las agencias de viajes de esta Cd. reciben una comisión sobre la venta de algunos de estos servicios que van del 1% al 10%.

Entre las agencias que hay en Manzanillo se encuentra la agencia Acuario Turístico S.A. de C.V. que tiene 9 años de ofrecer sus servicios al público en general, cuenta con dos socios: Srita. Laura Lara y Sr. Álvaro Escalera Camargo.

Esta agencia ha ganado una serie de premio como 1º y 2º lugar por venta de boletos de aviación de mexicana, gracias a la experiencia de la Srita. Laura Lara llegando a tener hoy en día 2 sucursales, las cuales se encuentran: la primera en el Centro Comercial Plaza Manzanillo y la segunda en la Cd. de Armería Col.

Pero desgraciadamente la principal problemática que tiene se encuentra en el control de clientes y su proveedor principal. A veces la agencia por el trabajo tan

demandante que tiene, no cuenta con el suficiente tiempo para revisar el cálculo de las ventas y separar cada uno de las comisiones entregándole a su proveedor la cantidad correspondiente, por lo que existen una serie de errores en el cálculo y es común que el proveedor solicite devoluciones o entregue faltantes.

Por esta razón es necesario implantar una mejora para el control de cuentas por cobrar y por pagar para así revisar la documentación e información que elabora la empresa y si esta mal elaborada o calculada informar que esta incorrecta y que les sea rectificadas.

De tal manera el objetivo general de esta investigación es analizar la problemática de cuentas por pagar y por cobrar de la agencia de viajes Acuario Turístico S.A. de CV. de la Cd. de Manzanillo Col. con el propósito de hacer una propuesta de mejoras en el control de cuentas por cobrar así como en cuentas por pagar.

Los objetivos particulares son:

OBJETIVO PARTICULAR 1: Entender las características de la Cd. de Manzanillo Col, tales como sus sectores económicos, así como la importancia del Turismo en esta ciudad.

OBJETIVO PARTICULAR 2: Analizar cual es la función de las empresas turísticas así como las agencias de viajes en general.

OBJETIVO PARTICULAR 3: Tener una idea más clara y precisa de lo que son las cuentas por cobrar y por pagar en una empresa y cuales son las principales características de estas, para estar en condiciones de aplicar estos conocimientos en el caso práctico.

La hipótesis planteada es "El resolver la problemática de cuentas por cobrar y por pagar en la empresa Acuario Turístico S.A. de C.V. de la CD. de Manzanillo Col. traerá como beneficio un mejor control en clientes y su proveedor principal AYATA."

La presente investigación consta de dos partes, la primera parte esta integrada por tres capítulos teóricos los cuales se van ir investigando con la bibliografía mencionada, y la segunda parte es una investigación empírica-experimental sobre un estudio de caso de la problemática de cuentas por cobrar y por pagar de la empresa Acuario Turístico S.A. de C.V. que a través de un cuestionario de control interno se pretenda analizar dicha problemática y en base a este realizar una propuesta de adecuaciones.

Para lograr los objetivos y el poder dar respuesta a la hipótesis, el contenido de la tesis es el siguiente:

El primer capítulo consistirá en una breve interpretación de la historia de Manzanillo Col. así como la ubicación geográfica de la misma. Después se hablará sobre el sector turismo dando una pequeña definición y cual es su clasificación, cual es su importancia en la Cd. de Manzanillo Col. y cuales son los principales centros turísticos mas visitados por el turista.

El segundo capítulo consistirá en dar una breve definición de empresas turísticas así como la importancia de esta, su clasificación y en que consiste y cuales son los servicios que ofrece una agencia de viajes.

El tercer capítulo se refiere a la definición de la administración de capital de trabajo y el control interno de cuentas por cobrar y por pagar, y la importancia de estos conceptos dentro de la empresa.

En el cuarto capítulo se analizará la metodología a utilizar en el desarrollo del estudio de caso, se hará una reseña de la historia y situación actual de la empresa sujeta a estudio, así como el planteamiento del problemática que presenta en su sistema de cuentas por cobrar y por pagar, y que finalmente se propondrá un rediseño o un sistema que ayudará a resolver la problemática encontrada y por ende a que la empresa logre sus objetivos organizacionales de una mejor manera.

CAPÍTULO 1

MANZANILLO COL. Y EL SECTOR TURISMO.

El presente capítulo consistirá en una breve interpretación de la historia de Manzanillo Col. así como la ubicación geográfica de la misma. Después se hablará sobre el sector turismo dando una pequeña definición y cual es su clasificación, cual es su importancia en la Cd. de Manzanillo Col. y cuales son los principales centros turísticos mas visitados por el turista.

1.1 HISTORIA DE MANZANILLO COLIMA.

El área conocida hoy como Manzanillo ha florecido por siglos bajo la influencia de los nativos prehispánicos, su nombre se deriva de un árbol del Manzanillo (*HIPPOMANNIMANCINELLA*), que significa planta euforbiacias, y su fruto es venenoso como el látex, la cercanía del árbol por un tiempo produce urticaria, planta común en esta región.

En 1522 fue en la vecina playa de la Audiencia, donde el capitán de mas confianza de Hernán Cortés; el marino Gonzalo Sandoval, fue el primero en encontrarse con los jefes indios. Sin embargo antes de que Cortés pusiera un pie en estas playas, los indios "Náhuatl", una de las más antiguas tribus, nombraron éste lugar, Cozcatlan, que significa "Lugar de Perlas".

Cuando los españoles llegaron a Manzanillo maravillados por la cantidad de árboles de manzanilla existentes, dieron este nombre al puerto colimense, y la bahía probó ser un lugar seguro e ideal para construir una flota de barcos de Cortés. En 1527

Álvaro de Saavedra reconoció y exploró por primera vez lo que son las bahías de Manzanillo y lo cristianizó como puerto de Santiago de la Buena Esperanza. En 1752 surge el nombre de "Puerto de Manzanillas" ya que en ese tiempo abundantes arboledas de manzanilla crecían con su fruto en colores rojo y amarillo, su madera era resistente al agua, flexible y fuerte por lo que se convirtió en la fuente primaria del material para construir barcos por cientos de años.

En 1793 el Coronel Diego de Lassaya, levantó una crónica de la Provincia de Colima, donde describe la existencia de dos ensenadas "Salahua" y "Manzanilla", y dice que al lugar se le nombra "Paraje de Manzanillo" o "Ensenada de la Manzanillas".

No fue hasta el año de 1821 que se llegó a conocer como Puerto de Manzanillo ya que todos los árboles de Manzanilla habían sido cortados, el último árbol que permaneció como monumento viviente y estaba a la entrada de la bahía; lo cual dice la leyenda que a la gente le gustaba descansar bajo su sombra. Fue hasta 1825, el gobernador del estado de Colima ordenó que ese árbol fuera cortado.

El 23 de abril de 1948, Manzanillo adquiere titularidad como la segunda ciudad en el estado. El evento para festejar este acontecimiento se efectúa el 1 de mayo, con motivo del primer centenario como Puerto de Altura.

Hoy en día Manzanillo es el puerto mexicano más grande de la costa del Pacífico, y ha experimentado numerosas reconstrucciones y mejoras para modernizar la bahía que provee el acceso a barcos internacionales, y el lugar continúa creciendo en popularidad gracias a los incontables lugares de belleza natural, clima cálido, gente amistosa y los magníficos peces vela y marlines que son pescados por los turistas y profesionales de pesca.

En la actualidad el Municipio de Manzanillo cuenta con un escudo que a continuación se mostrará y se dará una breve explicación de la misma:

Figura 1.1 Escudo de la Ciudad de Manzanillo Col.



Fuente: www.manzanillo.gob.mx

Escudo cuartelado con borudra en gules en el cuartel diestro superior en campo azul una carabela en el mar de Salagua; en el cuartel siniestro superior una ancla y un timón simbolizando el puerto, en el campo siniestro inferior en azul un pez vela simbolizando el desarrollo turístico; en punta de brazo del reino de Colima en campo de oro, en el campo diestro inferior en campo de azul una palma y una bahía representando la agricultura. Como un timbre un yelmo de acero con cimera roja; lambrequines de oro pendiendo por los lados y envolviendo el escudo Divisa negra en punta con la leyenda "MANZANILLO", en color oro.

El escudo esta determinado usando los cinco esmaltes tradicionales: gules, rojo, azul, sable, negro, púrpura y morado; dos esmaltes; oro y plata, el gules es símbolo y valor, atrevimiento, intrepidez, las obligaciones adquiridas son, socorrer a los injustamente oprimidos y concede a los que confían en el temple de su brazo.

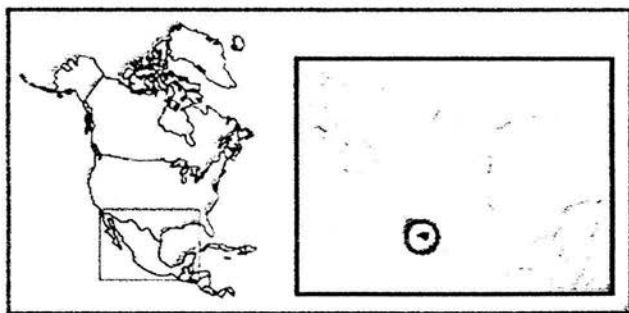
Las simeria, plumas de avestruz que luce el casco o yelmo, acostumbrados tanto en heráldica cívica como personal. El casco y el yelmo es el armamento principal en las armerías. Los labrequines, flores y hojas caen en caprichosas vueltas a ambos lados de escudo. La Divisa, el temple del brazo es vigor en al tierra.

“Inicialmente se le dio el nombre de “La Manzanilla”, con relación al árbol del mismo nombre que proliferó por las costas de Jalisco. Conociéndose actualmente como Manzanillo. Entre sus playas más importantes están: Salahua, Las Hadas, La Audiencia, Santiago, Playa Azul, Miramar, Olas Altas, etc.”

(www.manzanillo.gob.mx)

1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE MANZANILLO COLIMA.

El puerto se localiza en la Bahía de su nombre, al Oeste del Estado de Colima, sus límites son: al Norte, municipio de Minatitlán, al Este, Coquimatlán y Armería, al Sur, el Océano Pacífico, al Oeste y Noroeste, con el Estado de Jalisco.



Fuente: www.manzanillo.com.gob

Su localización geográfica se encuentra de los 18° y 19° 18' latitud Norte, 104° 03' y 104° 45' Longitud Norte, 103° 32' Longitud Oeste, con altura sobre el nivel del mar de 4 metros en el Malecón. La superficie del municipio es de 1,578.4 km². Su distancia de la capital es de 73 Km.

El municipio de Manzanillo es de 1,578.4 Km², siendo el de mayor extensión territorial en el estado ya que ocupa la cuarta parte de todo Colima, mismo que cuenta con una superficie 5,455 Km².

El clima del municipio es sub-húmedo. Muy cálido, con humedad mínima, temperatura media entre 26 y 28 grados C° la más alta, y de 22 a 23 C° grados la más baja, sin que esto no signifique que durante el verano no lleguen a registrarse temperaturas muy elevadas entre 30 y 34 grados C°, además con periodos de lluvias entre junio y octubre. El régimen pluvial medio anual es entre 800 y 1200 mm.

El municipio se encuentra bien comunicado por la red de carreteras; los principales ejes carreteros son:

- Colima - Manzanillo.
- Manzanillo - Puerto Vallarta.
- Manzanillo – Minatitlán.
- Talpa – Aeropuerto.
- Cuyutlán – Manzanillo.

Que comunica a Manzanillo con todo ese estado y el país. La transportación foránea se realiza por medio de múltiples líneas nacionales, para el interior del municipio existe transportación rural y urbana.

1.3 PRINCIPALES SECTORES ECONÓMICOS.

Las actividades económicas son las bases en que sustenta la economía del municipio de Manzanillo. Los principales sectores económicos son:

1. AGRICULTURA: Es de tipo temporal y riego, su clima subhúmedo, propicia el cultivo de frutales de la costa, como limón, coco, tamarindo, plátano, mango por mencionar algunas.

En el 2001 la SAGARPA informó sobre la actividad agrícola y dio los siguientes resultados:

Cuadro 1.1 VOLUMEN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA SEGÚN LOS PRINCIPALES CULTIVOS.

PRINCIPALES CULTIVOS	TONELADAS	% TOTAL NACIONAL
Melón	54,624	10.3
Chile Jalapeño	17,078	10.7
Sandía	30,366	3.3
Maíz grano	42,148	0.3
Tomate Rojo	10,665	0.5
Elote	39,805	8.6
Arroz Palay	13,352	5.9
Sorgo Forrajero	56,380	1.8
Chile Verde	2,694	0.2
Tomate Verde	4,286	0.7
Limón Agrio	493,038	44.9
Plátano	159,753	8.1
Pasto	1,101,439	4.3
Caña de Azúcar	700,439	1.5
Mango	66,330	6.7
Copra	36,085	18.2
Tamarindo	11,242	38.4

Fuente: SAGARPA, Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos 2001.

El suelo colimense es altamente productivo, gracias a la composición de sustancias químicas y a las condiciones climatológicas. Hay tierras de rendimientos muy altos, como las de zonas bajas y las de comarcas próximas a las desembocaduras de ríos.

2. **GANADERÍA:** En la superficie cerril es aprovechada la ganadería para la producción de ganado siendo las principales:

Cuadro 1.2 VOLUMEN DE PRODUCCIÓN PECUARIA SEGÚN PRODUCTOS.

PRODUCTOS	TONELADAS	% TOTAL NACIONAL
Bovino	10,433	0.7
Porcino	1,322	0.1
Ovino	73	0.2
Caprino	49	0.1
Aves	10,058	0.5

Fuente: SAGARPA. Servicios de Información Estadística Agroalimentaria y Pesquera México 2001

3. **PESCA:** Diversas variedades de especies se explotan en las aguas colimenses como son:

Cuadro 1.3 VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN PESQUERA EN PESO DESEMBARCADO SEGÚN PRINCIPALES ESPECIES.

PRINCIPALES ESPECIES	TONELADAS	% TOTAL NACIONAL
Atún	22,477	16.9
Mojarra	905	1.3
Tiburón	814	4.8
Barrilete	791	10.3
Jurel	291	3.3
Camarón	194	0.2
Guachinango	148	2.5
Langostino	131	4.1
Pargo	122	4.2
Otras Especies	4,656	NA

Fuente: SAGARPA. Anuario Estadístico de Pesca 2001.

4. **COMERCIO:** Cuenta con diversidad de comercios y centros comerciales, tiendas de ropa, muebles, calzado, alimentos, ferreterías, materiales para la construcción, papelerías etc.
5. **SERVICIOS:** La capacidad de la cabecera municipal es suficiente para atender la demanda, ya que cuenta con una infraestructura hotelera y de restaurantes,

centros nocturnos, agencias de viajes, arrendamiento de autos, transporte turístico y asistencia profesional de consultorías, así como agencias aduanales.

1.4 DEFINICIÓN DE TURISMO.

Antes de señalar algunas definiciones, conviene conocer su raíz etimológica:

La palabra turismo proviene de las raíces *tour* y *tum* proceden del latín, ya sea del sustantivo *tomus* ("torno") o del verbo *tomure* ("girar en latín vulgar) cuya connotación resultaría sinónima de "viaje circular".

Arthur Haulot (citado por Oscar de la Torre Padilla 1980:32) advierte que el vocablo *tour* tiene posiblemente un origen hebreo, ya que en la Biblia aparece que Moisés envió a la tierra de Canaán a un grupo de representantes para "visitarla" y recabar la información necesaria respecto a las características generales del lugar. Aun cuando la palabra *tur* ya se usa en el hebreo moderno, sí fue utilizada antiguamente como sinónimo de "viaje de vanguardia", "reconocimiento" o "exploración".

Oscar de la Torre Padilla (1980:33) señala al "Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural".

Margenroth en su diccionario Manual de la Economía Política(citado por Mario Rodríguez López 1982:7) "Tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer sus

necesidades vitales y de cultura, para llevar a cabo deseos de diversa índole únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales”.

Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (Ibíd:9) “ Es el desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal, entendiéndose el primero como el ámbito geográfico donde la persona se desenvuelve socialmente, obteniendo de fijo los medios económicos que le permitan subsistir”.

Organización Mundial del Turismo (citado por Francisco de la Torre 1989:18) “Es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio residencial temporal y voluntario, no motivo por razones de negocios o profesionales”.

Troisi, la Rendita Turística (Ibíd:17) “Conjunto de traslados temporales de personal originados por necesidades de reposo, de curas espirituales o intelectuales”.

De todas las definiciones de turismo que acabamos de señalar anteriormente se puede concluir que:

El turismo es el desplazamiento de las personas a otro lugar con el objetivo de tener actividades recreativas, descanso, siempre que no sea para participar en el mercado de trabajo del lugar al que se piensa viajar.

1.5 CLASIFICACIÓN BÁSICA DEL TURISMO.

Los principales factores que llevan a establecer esta primera gran clasificación del turismo básicamente son los siguientes: el lugar de residencia del turista y el ámbito de su desplazamiento. Seguidamente se hará una referencia de las características particulares que presentan cada uno de estos tipos del turismo.

1.- Turismo Interno Nacional: Se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio nacional. En realidad no existe todavía una definición de empleo generalizado relativa al turismo nacional, por lo que cada país se le interpreta de diferentes maneras como por ejemplo: al turismo nacional se le considera a cualquier desplazamiento dentro del territorio nacional que supere una determinada distancia, a partir del lugar en el cual se tiene el domicilio habitual. Es pertinente hacer notar que la Secretaría General de la Organización Mundial del Turismo, define al turista nacional de la siguiente manera: "Toda persona cualquiera que sea su nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar situado en ese país, pero distinto de aquel en que se tiene una residencia habitual, por una duración de al menos 24 horas o por una pernoctación y por motivos diferentes al ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado".

Muchas veces se considera turismo nacional, también, a los desplazamientos que realizan los visitantes extranjeros por el interior del país visitado, lo cual no es correcto por qué, este tipo de turismo comprende exclusivamente a los desplazamientos que realizan los residentes dentro de los límites geográficos del territorio del país en el cual tienen su domicilio habitual.

2.- Turismo Externo o Internacional: Se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto a aquél en el cual tienen su domicilio habitual. Es decir, a los viajes que realizan los nacionales o los residentes de un determinado país hacia otro distinto del suyo, hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado.

En términos generales puede decirse que el turismo nacional no presenta dificultades en cuanto al idioma, los usos y las costumbres o el tipo de moneda por emplear durante el viaje; por lo contrario, el turismo internacional, por involucrar desplazamientos hacia otros países distintos a aquél en que se tiene la residencia habitual, implica la necesidad de cumplir con todos los requisitos que, en materia migratoria, establecen las autoridades de los países visitados.

(ACERENZA, 1984:31)

1.5.1 OTRAS CLASIFICACIONES DEL TURISMO.

El turismo puede ser clasificado de diferentes maneras de acuerdo con algunas de sus principales características.

Las clasificaciones más generalizadas en este sentido son las siguientes:

1.- Según el motivo de viaje: Consiste en identificar al turismo según el motivo principal del viaje o por el propósito de la visita, a un determinado destino. De acuerdo con este criterio, el turismo puede ser clasificado en tres grandes categorías:

- **TURISMO CONVENCIONAL O DE TIPO VACACIONAL:** Es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, placer, descanso o con la recreación.
- **TURISMO ESPECIALIZADO:** Es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico.
- **TURISMO DE AFINIDAD O INTERÉS COMÚN:** Se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica.

Esta forma de clasificar al turismo tiene un especial significado para las actividades de marketing turístico, porque permite una mejor definición del denominado público objetivo, es decir, la persona o grupo de personas hacia las cuales se dirigirán todas las actividades destinadas a su captación. Por esta razón, es que en la práctica se habla de un mercado de sol y playa, de un mercado de congresos y convenciones o de un mercado cultural, por mencionar algunos de ellos.

2.- Según la forma de viaje: El turismo, independientemente del tipo de arreglo efectuado por el turista para realizar el viaje, puede ser clasificado como:

- TURISMO INDIVIDUAL.
- TURISMO DE GRUPO.

Esta clasificación tiene como propósito fundamental identificar la manera como se efectúa el viaje, es decir como se lleva a cabo en forma individual o en conjunto.

3.- Según el tipo de viaje: En consideración a la forma en que se hayan efectuado los arreglos relativos al viaje, el turismo puede ser clasificado en:

- TURISMO INDEPENDIENTE: Se define en donde el propio turista compra en forma directa, y además por separado, cada uno de los componentes que lo integran, es decir, contrata la transportación, para llegar al destino, contrata el alojamiento en el hotel y efectúa por separado todos los gastos relativos a la alimentación, distracciones y amenidades.
- TURISMO ORGANIZADO O TODO COMPENDIDO: El turista adquiere en un solo acto de compra todos los servicios por un precio

global. Este tipo de producto es conocido en la industria de viajes con el nombre de paquete turístico.

El criterio de clasificación también está directamente relacionada con las actividades de marketing y de la misma forma que en el caso de la clasificación según el propósito de la visita, se emplea para identificar un segmento particular de mercado.

4.- Según el tipo de Operación: Para efectos de una mejor identificación del campo de los negocios turísticos, en el cual se encuentran involucradas, lo clasifican en:

- **TURISMO RECEPTIVO:** Se entiende a todo aquel turismo que llega al destino donde la empresa está fincada, y presta sus servicios, independientemente del punto de origen del visitante, el cual puede provenir tanto del exterior como de cualquier otro punto localizado en el propio territorio nacional.
- **TURISMO EMISIVO:** Es el que tiene su origen en el lugar donde esta establecida la empresa o situado en sus alrededores, y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero.

Es interesante destacar que como esta identificación se origina en la industria de viajes, dicha clasificación está referida únicamente a las actividades relacionadas con los mercados en los cuales ella trabaja, pero no a los efectos que el movimiento de turistas provoca en el país receptor.

5.- Según la permanencia en el lugar de destino: De acuerdo con el tiempo que dure la permanencia del turista en el lugar de destino, el turismo puede ser clasificado en:

- **TURISMO ITINERANTE:** Se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el lugar de destino, y normalmente, está relacionado con un tour, aunque, de hecho, puede dirigirse solamente a un único destino.
- **TURISMO RESIDENCIAL O DE ESTADÍA:** Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente está asociado al uso de sistemas de alojamiento extrahoteleros, de donde se deriva precisamente su denominación de turismo residencia, y no de su calidad migratoria.

Esta forma de clasificación se emplea normalmente en el campo de planificación del turismo, concretamente en todo lo que se relaciona con la definición de las políticas y estrategias de desarrollo del "sector", en virtud del grado de estabilidad que caracteriza a cada uno de estos tipos de turismo.

1.5.2 ELEMENTOS DEL TURISMO.

Tomando en cuenta todo lo anterior se puede decir que los elementos del turismo se clasifica en dos:

- a) **TURISTA:** "Es la persona que viaja desplazándose fuera del lugar de residencia habitual y que utilice de los servicios turísticos a que se refiere la ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población", o también se puede definir "como la persona que visite a o transite por el territorio de la entidad con propósitos de recreación, negocio, deporte, salud, cultura y otros similares".

Los derechos del turista son los siguientes:

- Tener información amplia y oportuna de las condiciones de contratación de los servicios turísticos.
- Recibir los servicios turísticos en el tiempo y condiciones específicas en que fueron contratados.
- Tener acceso a la prestación de los servicios turísticos.

Las obligaciones del turista son:

- Cumplir con las condiciones, plazos y términos en que fueron contratados los servicios turísticos.
- Respetar las condiciones, limitaciones y restricciones fijadas por el prestador de servicios.
- Cuidar y conservar el entorno ecológico.

b) RECURSOS O ATRACTIVOS TURÍSTICOS: "Se define como un conjunto de elementos naturales, objetos culturales y hechos sociales que, mediante una adecuada y racional actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para provocar, prolongar o reiterar el desplazamiento turístico".

Los turistas se agrupan en elementos y fenómenos naturales, dichos atractivos son: clima, ríos, lagos, litorales, cascadas, manantiales de aguas termales, cordilleras, valles, playas, flora fauna etc. También buscan atractivos que generen recreaciones y esparcimiento como son: espectáculos, parques de juegos mecánicos, zoológicos, etc.

1.6 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN MANZANILLO.

El turismo se manifiesta en nuestros días como una necesidad inherente a la vida moderna, y por ende como instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural.

El turismo en el municipio de Manzanillo, desde una perspectiva económica, se integra con todas las prestaciones que implica el satisfacer las necesidades que conlleva todo desplazamiento temporal de las personas.

El turismo contribuye de manera significativa a la dinámica de la economía, siendo su principal elemento de dinamismo el centro de playa de Manzanillo. La actividad ha logrado mantener una tasa de crecimiento moderada en la presente década y ha aportado una importante derrama de dólares por el gasto de los turistas extranjeros. Sin embargo, hay que reconocer que este sector no ha logrado su impulso pleno ni la proyección que se esperaba de él y que no hemos explotado todas sus potencialidades, lo cual será necesario para competir ante una creciente oferta nacional e internacional.

El municipio cuenta con un gran potencial para captar corrientes importantes de turistas nacionales e internacionales. A nivel mundial el 70% del turismo de extranjeros se orienta a los centros de playa. Dada la gran competencia de múltiples centros de playa en el mercado internacional, la demanda se ha venido orientando hacia aquellos destinos que pueden mantener una oferta diversificada a la par que preservan sin menoscabo sus características naturales y culturales que los distinguen y les dan personalidad propia.

1.6.1 PRINCIPALES CENTROS TURÍSTICOS.

Pese a ser principalmente un puerto industrial, el sur de la ciudad de Manzanillo ofrece hermosas playas. Aunque un poco desordenado, recorriendo por la avenida principal en dirección a la zona de hoteles, encontrará buenas aguas para bañarse y disfrutar del mar.

Los principales resorts comienzan en la Playa Azul. Posteriormente se encuentra la entrada a las playas La Audiencia y la Escondida, que albergan hoteles, casas y edificios maravillosos, construidos casi en su totalidad en blanco que contrasta con el azul del mar y el verde de los cerros. Siguiendo hacia el sur se encuentra la playa Santiago, con olas más grandes, en donde es común ver surfistas practicando este deporte. Más populares son las playas de Olas Altas y Miramar.

"Manzanillo es llamado la Esmeralda del Pacífico, por sus brillantes playas con arena de tonos dorados, por sus encantadores paisajes donde se conjuga el verde manto vegetal con su limpio ciclo y el intenso color azul verde de sus aguas, por su cálido clima que invita al plácido descanso y la práctica de los emocionantes deportes acuáticos, como el buceo, surfing, esquí y pesca; esta ciudad ofrece además de cordialidad y atención de sus habitantes, quienes reciben a los visitantes con los brazos abiertos." (www.manzanillo.gob.mx)

Después de analizar todo lo anterior se puede decir que Manzanillo es uno de los municipios mas importantes de la ciudad de Colima no solamente por los sectores económicos que tiene sino además por las maravillosas playas que tiene donde el turismo se divierte y además de eso se lleva una parte de ella.

CAPÍTULO 2

EMPRESAS TURÍSTICAS

El turismo constituye una fuente de ingresos y de prosperidad abundante no solamente para las empresas que participan directamente en el transporte y en el alojamiento de los viajeros sino en la comodidad de estos, por lo tanto el siguiente capítulo consistirá en dar una breve definición de empresas turísticas así como la importancia de esta, su clasificación y en que consiste y cuales son los servicios que ofrece una agencia de viajes.

2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

La actividad turística es la llevada a cabo por empresas y profesiones turísticas.

A continuación se mencionarán algunas definiciones de empresas turísticas.

La Ley Federal del Turismo (1993:30) define: "Son las que realizan actuaciones tendientes a procurar el descubrimiento, conservación, promoción y disfrute de los servicios turísticos".

La Comunidad Autónoma Valenciana (www.Todalaley.com) señala: "Las personas físicas o jurídicas que realicen una actividad cuyo objeto sea la prestación de cualquiera de los servicios de alojamiento, restauración, organización, intermediación y comercialización de producto turístico."

Mario Rodríguez López (1982:23) comenta: "Son las que tengan por objeto la prestación de asesoramiento, difusión e información sobre los recursos y manifestaciones históricas, culturales, artísticas o cualesquiera otras de carácter

turístico, cuando estas se integren dentro del producto turístico y para cuyo ejercicio se exija la correspondiente licencia o habilitación”.

Después de analizar las definiciones anteriormente definidas se puede concluir que las empresas turísticas son todas aquellas que ofrecen servicios turísticos con referente a alojamiento hotelero, información y difusión turística y la organización conjunta de dos o más servicios turísticos.

2.2 IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

La importancia de las empresas turísticas es que ofrece un servicio de calidad, buen precio y presentación que es aceptado entre el público en general. Todo esto requiere de los esfuerzos de un grupo de personas que, a través de estudios y experiencia, se ha comprobado que son necesarios para el buen funcionamiento de cualquier organización.

En la actualidad las empresas turísticas han cobrado una gran importancia debido a su crecimiento, factor que las ha colocado en un sitio prominente.

Estas empresas están ligadas con el uso de tiempo libre y recreación, pero desde el punto de vista técnico no existe ninguna objeción para incluir otro tipo de viajes, aunque éstos no sean exclusivamente turísticos.

Lo anterior se debe fundamentalmente al hecho de que los que viajan por motivos de negocios, o por cualquier otro motivo diferente del netamente turístico, tienen un comportamiento de consumo bastante familiar, es decir, hacen uso de las empresas turísticas, e incluso comparten las mismas amenidades en el punto de destino.

2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

Las empresas turísticas pueden ser:

2.3.1. DE ALOJAMIENTO: Son las empresas que desde un establecimiento abierto al público se dedica, de manera profesional, habitual y mediante precio, a proporcionar habitación a las personas, con o sin prestación de otros servicios de carácter complementario.

El ejercicio de la actividad turística de alojamiento sólo podrá desarrollarse previa autorización y/o clasificación del establecimiento en alguna de las siguientes modalidades:

- Establecimientos hoteleros.
- Apartamentos turísticos.
- Campamentos de Turismo.
- Alojamiento turístico rural.
- Cualesquiera otras que reglamentariamente se determinen.

Los establecimientos de alojamiento turístico deberán, en todo momento, conservar en buen estado sus instalaciones y ofrecer el nivel de servicios adecuada.

2.3.2. DE LA ACTIVIDAD DE RESTAURACIÓN: Se consideran establecimientos de restauración aquellos que se dediquen de forma profesional, habitual y mediante precio a servir comidas, otros alimentos y bebidas para ser consumidas en el propio local, debiendo estar abiertos al público en general y sin perjuicio de que la dirección pueda dictar normas de régimen interior sobre el uso de servicios e instalaciones.

2.3.3. DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE SERVICIOS

COMPLEMENTARIOS: Son empresas turísticas de servicios complementarios, aquellas que tengan por objeto la realización de actividades consideradas por la Administración de interés para el turismo o directamente relacionadas con el mismo.

La realización de dichas actividades podrá comunicarse a la Administración Turística efectos de su inscripción en el correspondiente registro. La constancia registral de la mencionada actividad no suplirá las autorizaciones sectoriales que resulten preceptivas en cada caso para el ejercicio de la actividad.

De comercialización, intermediación, organización y prestación de cualesquiera servicios turísticos cuando estos no constituyan el objeto propio de actividades relacionadas en los puntos anteriores.

Las agencias de viajes son consideradas empresas turísticas las cuales se explicarán en el siguiente tema. (www.todalaley.com)

2.4 DEFINICIÓN DE AGENCIA DE VIAJES.

Las agencias de viajes constituyen uno de los elementos básicos de la estructura turística, convirtiéndose en eje motor del turismo y en su más significativa expresión social.

El concepto técnico de las Agencias de Viajes se ha buscado más por la vía de la descripción de sus objetivos y actividades que por una lógica definición técnica razonada.

A continuación se darán unas cuantas definiciones de agencias de viajes:

Francisco de la Torre (1989:91) define a las agencias de viajes como: "Una empresa turística que actúa como agente intermediario activo, entre sujetos de desplazamiento turístico y prestadores de servicios específicos, con fines de lucro".

La Ley Federal del Turismo (1993:69) señala: "Son las empresas que, en posesión del título-licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/u organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la presentación de los mismos".

Mario Rodríguez López (1982:55) define: "Es la empresa dedicada a la mediación de los servicios turísticos, esta actividad requerirá de ciertas circunstancias, entre otras, la exclusividad o la obtención de un título-licencia o capitales sociales, o finanzas etc."

Oscar de la Torre Padilla (1980:65) señala: "Son las empresas que se dedican profesional y comercialmente, en régimen de exclusividad al ejercicio de actividades de mediación, comercialización o de organización de servicios turísticos."

De las definiciones mencionadas anteriormente se puede concluir que:

Las agencias de viajes son empresas turísticas que ofrecen servicios a todos los turistas que visitan una ciudad o un país, con el objeto de hacer más placentero su viaje.

2.4.1 CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

Con el objeto de distinguir algunas diferencias operacionales entre las agencias, se han establecido tres criterios:

1. LA MAGNITUD DE LA OPERACIÓN, TIPO DE MERCADO, Y CARÁCTER ADMINISTRATIVO:

a) **Minorista o detallista:** Es la empresa pequeña que opera con un mínimo de empleados, dedicada a vender exclusivamente al menudeo. El local suele estar ubicado en un lugar comercialmente aceptable y obviamente accesible al mercado al que ésta desea llegar. No tiene una función creativa, ni innovadora, ya que se limita a vender paquetes o excursiones elaboradas por mayoristas o tour operadoras.

b) **Mayorista:** Esta empresa opera con una organización más especializada y cuenta, según su volumen de operación, con sucursales para atender a un mayor número de personas.

La agencia mayorista puede, asimismo, ser mixta, en virtud de que combina la actividad organizadora con el contacto con el público. Obtiene a través de los prestadores de servicios tarifas más reducidas que las normales que, al ser combinadas con otros elementos, forman un producto integrado (paquete), el cual deberá ser competitivo, cumpliendo asimismo con los requerimientos económicos que satisfacen al cliente. Canalizan al mercado de su producto por medio de las agencias minoristas o detallistas, razón por la cual para controlar sus ventas que les hacen diversas agencias, manejan siempre una extensa lista de pasajeros.

c) **Tour Operadoras:** Esas empresas, al igual que las agencias mayoristas, organizan paquetes turísticos. No obstante, la diferencia sustancial entre ellas radica en que éstas cuentan con una propiedad con parte del equipo

e instalaciones, para proporcionar los servicios de hospedaje, transportación, etc. Por lo anterior, estas empresas ya no dependerán de los prestadores de servicios en determinadas zonas, lo cual les permite una mayor libertad, agilidad y seguridad. Cabe destacar que estas agencias, en su carácter puro, no tienen contacto con el público.

2. ATENDIENDO A SU TIPO DE MERCADO, EN:

- a) **Agencias de turismo receptivo:** Son las que organizan y manejan viajes y/o proporcionan ciertos servicios aislados a turistas extranjeros o nacionales, pero que residan fuera del territorio nacional, generando así divisas.
- b) **Agencias de turismo emisivo:** Son aquellas que venden tanto servicios aislados como viajes organizados, generalmente a través de otra agencia exterior, a turistas nacionales o extranjeros que residen en el país y que viajan fuera del territorio nacional.
- c) **Agencias de turismo nacional:** Son las que promueven y venden servicios a nacionales o residentes en el país, dentro del territorio nacional.

3. ATENDIENDO SU CARÁCTER JURÍDICO-ADMINISTRATIVO:

- a) **Agencias:** Son las empresas matrices.
- b) **Subagencias:** Son las sucursales en el país o filiales en el extranjero. Las Subagencias dependen de la agencia matriz, razón por la cual se deben ajustar a las funciones que la primera realice.

La contratación de las Agencias de Viajes con las empresas de alojamiento turístico, transportistas y prestadoras de servicios turísticos de todo tipo se ajustará a la legislación específica en cada caso.

2.5 PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LAS AGENCIAS DE VIAJES.

Las agencias podrán desempeñar una o más de los siguientes servicios:

- 1) Elaborar, organizar y llevar a cabo proyectos, planes e itinerarios turísticos.
- 2) Reservar espacios en los medios de transporte y expedir, en delegación de los transportistas y a favor de los turistas, los boletos o cupones correspondientes.
- 3) Reservar para los turistas habitaciones y demás servicios conexos, en hoteles y establecimientos de hospedaje, entregándoles el comprobante o cupón correspondiente.
- 4) Prestar a los turistas servicios de reservación y adquisición de boletos para espectáculos públicos y de sitios de atracción turística.
- 5) Prestar a los turistas servicios para la facturación de equipajes.
- 6) Servir de intermediario entre los demás prestadores de servicios turísticos y otras agencias de viajes.
- 7) Proporcionar servicios de información turística gratuita y difundir material de propaganda de esa índole.
- 8) Sugerir a los turistas que adquieran pólizas de seguros personales o contra daños a sus equipajes u otros bienes.

- 9) Vender, por cuenta de terceros, ejemplares impresos de guías turísticas de transporte y demás publicaciones de la misma clase, que sean de distribución gratuita.
- 10) Facilitar el trámite de visas y créditos.
- 11) Realizar actividades similares o conexas a las mencionadas con anterioridad en beneficio del turismo.

2.6 REQUISITOS PARA ESTABLECER UNA AGENCIA DE VIAJES.

Las personas físicas o morales que presten el servicio turístico de agencias de viajes, deberán de solicitar ante la Secretaria su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, que es el instrumento por medio del cual la Secretaría capta la información estadística que él permite programar y promover la actividad nacional y regular la prestación de los servicios turísticos.

Para cumplir con lo anteriormente mencionado, las agencias de viajes deberán de llenar una solicitud que les sea proporcionada por la Secretaría, y satisfacer los siguientes requisitos:

1. Contar con un contrato de arrendamiento a lo anterior, o tener el derecho de uso del local en donde se ubique el establecimiento o, en su caso, ser propietarias o poseedoras legales de los inmuebles.
2. Estar inscritos en el Registro Federal de Contribuyentes.

Tratándose de personas morales se deberá también contar con el testimonio de la escritura pública que acredite su legal constitución, o con una disposición de orden

público en la que se fundamenten su existencia y objeto. En este caso deberá acreditarse la personalidad de promovente.

Cumplidos los requisitos a los que se hace referencia, la Secretaría Inscribirá a la persona física o moral de que se trate en el Registro Nacional de Turismo y expedirá, dentro de un plazo que no excederá de treinta de treinta días hábiles a partir de presentada la solicitud, la cédula turística correspondiente.

En caso de que la Secretaría no expida la cédula dentro del plazo señalado, se entenderá que al Secretaría ha autorizado el funcionamiento de la agencia de viajes.

La cédula turística con que cuente una agencia de viajes, deberá exhibirse en un lugar visible dentro del establecimiento.

Todo esto se realiza con la finalidad de que las agencias de viajes tengan una mejor forma de prestar sus servicios a todo el público en general de forma correcta y legal.

Se puede concluir que las empresas turísticas y las agencias de viajes son importantes ya que hay mucha gente que viaja, no solamente para recrearse o por diversión sino además para hacer viajes de negocios etc., por lo cual estas empresas siempre estarán ahí para ofrecer un servicio para que estos viajen de forma cómoda y sin problemas para poder realizar una reservación.

CAPÍTULO 3

ADMINISTRACIÓN Y CONTROL INTERNO EN CUENTAS POR COBRAR Y POR PAGAR.

Con respecto al crecimiento de las empresas, han dado como resultado una importante renovación por el tema del control interno. Este capítulo consistirá sobre la definición de la administración de capital de trabajo y el control interno de cuentas por cobrar y por pagar, y la importancia de estos conceptos dentro de la empresa.

3.1 DEFINICIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo tiene una participación fundamental en la estructura financiera de la empresa y de los resultados de la entidad en los periodos convencionales anuales, y es de vital importancia el mantener la actuación del ente económico en un grado tal de liquidez que permita el desarrollo continuo y armónico de las operaciones.

Para tener un amplio conocimiento del tema se mencionarán definiciones de administración de capital de trabajo:

Abraham Perdomo Moreno (1993:20-21) define: "Parte de la administración financiera, que tiene por objeto coordinar los elementos de una empresa, para maximizar el capital con detalle, para el mejor salario al trabajador, conforme al poder adquisitivo del consumidor, estrategias de la competencia, preservación ecológica y las necesidades del estado para proporcionar los servicios públicos a la colectividad, para tomar decisiones acertadas al determinar los niveles apropiados de inversión y

liquidez del activo circulante, así como de endeudamiento y escalonamiento de los vencimientos del pasivo a corto plazo influidas por la compensación entre riesgo y rentabilidad”.

Lawrence J. Gitman (1986:247-248) señala: “Se refiere al manejo de las cuentas corrientes de la empresa, las cuales comprenden los activos circulantes y los pasivos a corto plazo. Por ello se considera como uno de los aspectos más importantes de las Administración Financiera Global ya que la empresa debe de mantener un nivel satisfactorio del capital de trabajo. El activo circulante debe ser suficientemente grande para cubrir el pasivo a corto plazo, con el fin de contar con un margen de seguridad razonable”.

Joaquín Moreno Fernández (1997:9) comenta: “Es un proceso donde se obtiene como resultado de restarle al activo circulante el pasivo circulante y representa generalmente un exceso entre los bienes y derechos que podrían estar disponibles en efectivo en el término del año, menos los pasivos exigibles en el mismo periodo”.

Se puede concluir que la administración de capital de trabajo es ejecutar los activos circulantes y el pasivo a corto plazo de tal manera que la empresa no tenga problema de liquidez en ningún momento.

3.2 OBJETIVO DE LA ADMINISTRACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO.

La mayor parte del tiempo el administrador financiero está dedicado a las operaciones diarias de la empresa, las cuales pueden clasificarse adecuadamente bajo el encabezado de la Administración del capital de Trabajo lo que hace más importante su análisis y estudio.

“El objeto principal de la administración de capital de trabajo es administrar cada uno de los componentes del activo circulante (efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario etc.) y el pasivo a corto plazo de la empresa para conseguir un equilibrio entre la rentabilidad y riesgo que contribuya positivamente a la empresa” (GITMAN, 1997:702).

Un administrador requiere de flujos de efectivo; presupuestos, informes de cuentas por cobrar; capital de trabajo y análisis de inventarios, todo con la finalidad de tomar decisiones adecuadas estratégicas y visionarias del dinero en efectivo que se tenga.

Los activos circulantes representan más de la mitad de los activos totales de la empresa. Debido a que representan una inversión que tiende a ser menos volátil, los activos financieros pues, son dignos de que se les dedique una cuidadosa atención.

Por lo cual el objetivo de esta administración consiste en manejar cada uno de los activos y pasivos a corto plazo de la empresa de manera que se alcance un nivel aceptable de capital de trabajo.

Las políticas sobre el capital de trabajo establecen las guías que regulan la administración de los conceptos que lo integran, ya sea en forma directa o indirecta, con objeto de mantener un nivel óptimo y así ayudar a mantener la liquidez y mejorar la rentabilidad de la empresa.

“La administración de la empresa destina los recursos que cada ente en particular requiere en el ciclo financiero a corto y largo plazo” (MORENO, 1997:11).

3.3 LAS CUENTAS POR COBRAR Y POR PAGAR COMO ELEMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO.

Como se menciona anteriormente las cuentas por cobrar y por pagar forman parte del capital de trabajo ya que generalmente se encuentran en los rubros de activo y pasivo circulante.

CUENTAS POR COBRAR: Representan derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo.

Las cuentas por cobrar se clasifican atendiendo su origen, por ejemplo: a cargo de clientes, a cargo de compañías afiliadas, empleados etc., separando los que provengan de ventas y servicios de los que tengan otro origen.

Los derechos exigibles por los conceptos anteriores que forman parte del capital de trabajo, son aquellos que tienen vencimientos a corto plazo, y que por tanto, su cobro es en el término de un año o dentro de ciclo financiero a corto plazo de la entidad, si éste es mayor a un año.

Las cuentas por cobrar representan aplicaciones de recursos de la empresa que se transformarán en efectivo para terminar el ciclo financiero a corto plazo.

Las cuentas por cobrar constituyen uno de los conceptos más importantes del activo circulante. La importancia está relacionada directamente con el giro del negocio y la competencia.

En las tiendas de autoservicio no tienen importancia debido a que la venta en este giro de negocios se efectúa de contado.

En tiendas departamentales su importancia depende de la orientación que la administración le dé a las operaciones del negocio. Algunos operan básicamente en

operaciones de contado, otros tienen una mezcla de contado y de crédito y existen otros negocios que su venta principal es a crédito.

“Generalmente en la empresa la inversión en cuentas por cobrar representa una inversión muy importante” (MORENO 1997:53).

CUENTAS POR PAGAR: Representan obligaciones presentes provenientes de las operaciones de transacciones pasadas, tales como la adquisición de mercancías o servicios o por la obtención de préstamos para el financiamiento de los bienes que constituyen el activo.

La importancia de las cuentas por pagar dentro del capital del trabajo constituye en la gran mayoría de las empresas en el monto principal de las obligaciones circulantes, debido a que incluyen los adeudos por mercancías y servicios necesarios para las operaciones de producción y venta, además de otros adeudos por gastos y servicios que no afectan la producción o inventarios sino se consideran directamente en las cuentas de gastos, como pueden ser conceptos relacionados con honorarios profesionales, anuncios de publicidad y renta etc., que son aplicados a resultados. También incluyen pasivos originados por la adquisición de maquinaria y equipo que representan una inversión en activos no circulantes.

Las políticas para la administración de cuentas por pagar deben ser formulados por las áreas de finanzas y compras con el conocimiento y aceptación de la dirección general, y la buena o mala administración de las cuentas por pagar afecta directamente la liquidez de la empresa y el flujo de efectivo.

3.4 CONCEPTO DE CONTROL INTERNO.

El control como función y parte de la administración, consiste en asegurarse de que las operaciones que se realizan en una empresa se encuentran cumpliendo los planes y objetivos previamente determinados. Por otra parte, un sistema de control sólo podrá implantarse y mantenerse si las demás funciones del proceso administrativo: planeación, organización y dirección, se encuentran operando correctamente.

Parece ser que una de las referencias más antiguas a este vocablo, también denominado por algunos como comprobación interna, se hace por L.R. Dicksee en 1905. Indica este autor que un sistema apropiado de comprobación interna obvia frecuentemente la necesidad de una auditoría detallada. El concepto de control interno de Dicksee incluía tres elementos; división de labores, utilización de los registros de contabilidad y rotación de personal.

Abraham Perdomo Moreno (1996:3) define: "Plan de organización entre la contabilidad, funciones de empleados y procedimientos coordinados que adopta una empresa pública, privada o mixta, para obtener información confiable, salvaguardar sus bienes, promover la eficiencia de sus operaciones y adhesión a su política administrativa".

Rosenberg J.M. (1999:97) comenta: "Métodos coordinados y medidas que adopta una organización para comprobar la exactitud y veracidad de la información y la salvaguarda de los activos. "

El Moderno Diccionario de Contabilidad (1996:6) define: "Conjunto de normas y procedimientos cuya finalidad es proteger los activos de las empresas; también

pretende la exactitud, oportunidad y certeza de la información financiera producida, la promoción de la eficiencia en la operación y la adhesión de los recursos humanos a las políticas prescritas por la dirección”.

De acuerdo con la Comisión de Normas y Procedimientos de Auditoría señala: “El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adopten en un negocio para salvaguardar los activos, verificar la confiabilidad de su información financiera, promover eficiencia operacional y provocar adherencia a las políticas prescritas por la administración”.

Después de analizar las definiciones de anteriormente mencionadas se puede decir que el control interno es una función que habla de planes de organización, de salvaguardar los activos, de confiabilidad en la información financiera y de adherencia a las políticas prescritas por la gerencia.

Es conveniente recordar, asimismo que la expresión “revisión del control interno”, que se usa por los contadores públicos al realizar una auditoría de estados financieros, en realidad se refiere a una verificación de determinados procedimientos administrativos para obviar una auditoría detallada que resultaría con costos prohibitivos.

3.5 IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO.

El control como función y parte de la administración, consiste en asegurarse de que las operaciones que se realizan en una empresa se encuentran cumpliendo los planes y objetivos previamente determinados. Por otra parte, un sistema de control

sólo podrá implementarse y mantenerse sí las demás funciones del proceso administrativo; planeación, organización y dirección, se encuentran operando correctamente.

Para establecer un sistema de control interno que resulte eficiente, es necesario que al implantarse, llene todos los aspectos importantes del funcionamiento de la empresa, cuidando que su costo sea proporcional al valor de la inversión que se desea controlar.

El control interno en cualquier empresa, se basa en la división adecuada de las labores, de tal manera que los empleados realicen su trabajo de forma que puedan cotejarse entre sí los resultados, evitando la duplicidad en las actividades.

"Todas las empresas públicas, privadas y mixtas, ya sean comerciales, industriales y financieras, deben de contar con instrumentos de control administrativo, tales como un buen sistema de contabilidad, apoyado por un catálogo de cuentas eficiente y práctico, además, deben de contar con un sistema de control interno, para confiar en los conceptos, cifras e informes y reportes de los estados financieros".
(PERDOMO1996:5)

Un buen sistema de control interno es importante, desde el punto de integridad física y numérica de bienes, valores y activos de la empresa, tales como el efectivo en caja y bancos, mercancías, cuentas y documentos por cobrar, equipos de oficina, reparto, maquinaria etc., es decir, un sistema eficiente y práctico de control interno, dificulta la colusión de empleados, fraudes, robos, etc.

3.5.1 OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO

Los objetivos del control interno son:

- Proteger los recursos de la organización, buscando adecuada administración ante posibles riesgos que los ofrecen.
- Garantizar la eficacia, la eficiencia y economía en todas las operaciones promoviendo y facilitando la correcta ejecución de las funciones y actividades definidas para el logro de la misión institucional.
- Definir y aplicar medidas para prevenir los riesgos, detectar y corregir las desviaciones que se presentan en la organización y que puedan afectar el logro de sus objetivos.
- Velar porque la entidad disponga de procesos de planeación y mecanismos adecuados para el diseño y desarrollo organizacional, de acuerdo con su naturaleza y características.

Las bases para estructurar un buen control interno son:

1. La división adecuada de autoridad y responsabilidad.
2. La coordinación adecuada de las diferentes operaciones desde su origen hasta su registro.
3. La separación de las funciones operativas, de custodia y de registro.
4. La independencia de departamento de contabilidad de las funciones operativas.

3.5.1 ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO.

Los elementos del control interno son siete:

1. **ORGANIZACIÓN:** Establecimiento de relaciones de conducta entre trabajo, funciones, niveles y actividades de empleados de una empresa para lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos establecidos.
2. **CATÁLOGO DE CUENTAS:** Relación del rubro de las cuentas de activo, pasivo, capital, costos, resultados y de orden, agrupados de conformidad con un esquema de clasificación estructuralmente adaptado a las necesidades de una empresa determinada, para el registro de sus operaciones.
3. **CONTABILIDAD:** Conjunto de principios y mecanismos técnicos aplicables para registrar, clasificar, resumir y presentar sistemática y estructuralmente, información cuantitativa expresada en unidades monetarias, de las operaciones que realiza una entidad económica.
4. **ESTADOS FINANCIEROS:** Son aquellos documentos que muestran la situación económica de la empresa, la capacidad de pago de la misma, a una fecha determinada, pasada o futura; o bien el resultado de las operaciones obtenidas en un período o ejercicio pasado o futuro, en situaciones normales o especiales.
5. **PRESUPUESTOS Y PRONOSTICOS:** Conjunto de estimaciones programadas de las condiciones de operación y resultados que prevalecerán en el futuro dentro de un organismo social público, privado o mixto.

6. **ENTRENAMIENTO EFICIENCIA Y MORALIDAD PERSONAL:** Elemento de control interno, que tiene por objeto que todos lo empleados lleguen a poseer preparación, conocimientos y experiencia para alcanzar las metas y objetivos de la empresa pública, privada o mixta.
7. **SUPERVISIÓN.** Para la obtención de la máxima eficiencia del sistema de control interno, es necesario su vigilancia periódica y metódica, por parte de:
 - a) Gerente General.
 - b) Contralor.
 - c) Comisionarios o consejo de Vigilancia.
 - d) Auditores internos.
 - e) Auditores externos etc.

Es común en todas las empresas la tendencia humana de apartarse de las reglas establecidas, generalmente, en aquellas donde se siguen procedimientos monótonos y de rutina, de ahí que resulte útil, práctico y conveniente supervisarlo, vigilarlo y revisarlo periódica y metódicamente para que el sistema de control interno no decaiga ni pierda eficiencia.

El control interno contable comprende el plan de organización y los procedimientos y registros que se refieren a la protección de los activos de la empresa y consecuentemente a la contabilidad de los registros financieros que están diseñados para suministrar seguridad razonable.

3.6 ESTUDIO Y EVALUACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN CUENTAS POR COBRAR Y POR PAGAR.

La valuación del control interno es la impresión que se fija en la mente del auditor con respecto de si el control interno es buen o defectuoso, es decir, si permite la consecución plena de sus objetivos o no. Por otra parte el auditor, deberá de comunicar las debilidades o desviaciones al control interno del cliente que son definidas como "situaciones a informar."

Existen diferentes métodos de valuación, entre ellos se encuentran:

Cuestionarios: La dirección de la empresa debe asegurarse del control de las cuentas y documentos por cobrar que existe dentro de ella, y para esto debe de contestar una serie de preguntas, todas encaminadas a proporcionar información suficiente sobre las cuentas y documentos por cobrar están siendo administrados en forma eficiente.

A continuación se presenta una lista de puntos relativos al manejo de las cuentas y documentos por cobrar que dará respuesta si éstos están siendo administrados satisfactoriamente:

1. ¿Existe una separación definida en las labores de los empleados que registran las cuentas por cobrar de los que hacen las facturas, de quienes hacen los embarques y del cajero?
2. ¿Las cuentas por cobrar son balanceadas mensualmente con los libros de control?
3. ¿Se envían estados de cuenta mensualmente a los clientes?

4. ¿Las cancelaciones de las cuentas incobrables son aprobadas por algún funcionario autorizado?
5. ¿Los documentos están físicamente guardados en lugares apropiados?
6. ¿Los créditos son aprobados antes de hacerse los embarques?

El asegurarse de que las respuestas sean positivas dará a la administración una seguridad para obtener resultados de control y que existan condiciones operativas satisfactorias en general. Todo lo anterior conlleva a establecer medidas de control en la operación de la empresa para salvaguardar su activo, la verificación y exactitud de los datos y operaciones realizadas, así como el desarrollo y fomento de la eficiencia y reglas que deben seguir en la administración del negocio.

El sistema de control debe considerar como aspecto fundamental los objetivos de la empresa en cuanto al servicio eficiente de la clientela presente y futura, para mejorar su posición en el mercado en que participa y debe incluir:

- ❖ Procedimientos de fondo que deban seguirse en relación con los deberes y obligaciones de cada uno de los departamentos que integran la organización, las cualidades y conocimientos que deberá reunir el personal de acuerdo con sus atribuciones.
- ❖ Un plan de organización que muestre la separación apropiada de funciones y responsabilidades.
- ❖ Un sistema de autorización y procedimiento de registro adecuados que provea un control contable exacto sobre el activo, pasivo, ingresos y gastos.

El sistema de control interno de las cuentas por pagar debe asegurar la captación exacta de las operaciones realizadas. Se apoya en forma importante en la dualidad económica de las operaciones tomando en cuenta la base en que se sustenta, que es la partida doble en donde el pasivo aumenta con un aumento de activo o una disminución de capital o de otro pasivo y los pasivos disminuyen por una disminución de activo o por un aumento de capital o de otro de pasivo.

La administración de la empresa debe de asegurarse el control existente de las cuentas por pagar dentro de la empresa y para ello deben poder contestarse varias preguntas, encaminadas todas ellas a proporcionar información suficiente sobre si las cuentas por pagar están siendo administradas en forma eficiente.

La mayoría de las empresas dependen del cumplimiento eficaz y a tiempo de sus proveedores para la elaboración de sus productos.

La consideración de las características de una empresa es necesaria para definir los procedimientos administrativos y el control de las operaciones de cuentas por pagar. En algunas compañías el costo de los artículos y servicios adquiridos representa una proporción importante del precio de venta de los productos: Si la empresa trata con un gran número de proveedores y los precios de los materiales son relativamente estables, los procedimientos de control no serán tan estrictos como en el caso de una compañía que dependa de unos cuantos proveedores y los precios de los materiales que se adquieran estén fluctuando constantemente.

Ciclo de Transacciones: Este método de valuación se lleva a cabo por medio de que las operaciones son agrupadas por ciclos como son:

- **Ciclo de Compras:** Incluye a todas aquellas funciones que se requieren llevar a cabo para, la adquisición de bienes, mercancías y servicios, el pago de las adquisiciones anteriores, clasificar, resumir e informar lo que se pago. Sus funciones principales son:

- Selección de proveedores.
- Recepción de mercancías.
- Preparación de solicitudes de compra.
- Función específica de compras.
- Control de calidad de las mercancías y servicios.
- Registro y control de cuentas por pagar.
- Desembolsos de efectivo.

Asientos Contables:

- Compras.
- Desembolsos de efectivo.
- Pagos anticipados.
- Acumulaciones de pasivos.
- Ajustes de compras.

Formas y documentos:

- Requisiciones de compra.
- Ordenes de compra y de contratos.
- Documentos de recepción de mercancías.
- Notas de cargo y de crédito.
- Solicitudes de cheques.

- Recibos de servicios.
- Póliza de Cheque.

Los objetivos específicos del control interno se han clasificado en cuatro clases como sigue:

Autorización: Tratan todos aquellos controles que deben de establecerse para asegurarse de que se estén cumpliendo las políticas y criterios establecidos por la administración, estos objetivos para este ciclo son:

- Los proveedores deben de autorizarse de acuerdo con las políticas adecuadas establecidas por la administración.
- El precio y condiciones de los bienes, mercancías y servicios que ha de proporcionar los proveedores deben de autorizarse de acuerdo con las políticas adecuadas establecidas por la administración.
- Los procedimientos del ciclo de compras deben de estar de acuerdo con las políticas adecuadas establecidas por la administración.

De procesamiento y clasificación de transacciones: Tratan sobre todos aquellos controles que deben establecerse para asegurarse del correcto reconocimiento, procesamiento, clasificación, registro e informe de las transacciones ocurridas en la empresa, así como los ajustes a éstas. Estos objetivos del ciclo de compras son:

- Solo deben de aprobarse aquellas órdenes de compra a proveedores por bienes, mercancías o servicios que se ajusten a las políticas establecidas por la administración.

- Sólo deben de aceptarse mercancías y servicios que se hayan solicitado.
- Los bienes, mercancías o servicios recibidos, deben de informarse con exactitud y en forma oportuna.
- Todos los pagos por bienes mercancías o servicios recibidos, deben basarse en un registro reconocido y prepararse con exactitud.
- La información para determinar bases de impuestos derivadas de las actividades de compras deben de producirse correcta y oportunamente.

Verificación y Evaluación: Tratan de todos aquellos controles relativos a la verificación y evaluación periódica de los saldos que se informan, así como de la integridad de los sistemas de procesamiento. Estos objetivos para el ciclo de compras son:

- Deben de verificarse y evaluarse en forma periódica los saldos registrados de cuentas por pagar y las actividades de transacciones relativas.

Salvaguarda Física: Tratan de todos aquellos controles relativos al acceso a los activos, registros, formas importantes, lugares de proceso y procedimientos de proceso. Estos objetivos para este ciclo son:

- El acceso a los registros de compras, recepción y pagos, así como a las formas importantes, lugares y procedimientos de proceso debe de permitirse únicamente de acuerdo con políticas adecuadas establecidas por la administración.

- **Ciclo de Ingresos:** Incluye todas aquellas funciones que se requieren para cambiar por efectivo, con los clientes sus servicios o productos. Sus funciones principales son:

- Otorgamiento de crédito.
- Toma de pedidos.
- Entrega o embarque de mercancías o prestación de servicios.
- Facturación.
- Contabilización.
- Cuentas por cobrar.
- Ingresos en efectivo.

Asientos contables:

- Ventas.
- Costo de Ventas.
- Ingreso de Caja.
- Devoluciones y rebajas sobre ventas.
- Descuento por pronto pago.
- Provisiones para cuentas de cobro dudoso.
- Cancelaciones y recuperaciones.
- Gastos de comisiones.

Formas y documentos:

- Pedidos de clientes.
- Ordenes de ventas y embarque.
- Facturas de venta.

- Notas de crédito.
- Avisos de remesas de clientes.
- Formas especiales para llevar a cabo ajustes a cuentas de clientes.

Los objetivos específicos del control interno se han clasificado en cuatro clases como sigue:

Autorización: Los objetivos para este ciclo de ingresos son:

- Los clientes deben autorizarse de acuerdo con las políticas establecidas por la administración.
- El precio y condiciones de las mercancías y servicios que han de proporcionarse a los clientes deben de autorizarse de acuerdo con políticas adecuadas establecidas por la administración.
- Las distribuciones de cuentas y ajustes a los ingresos, costo de ventas, gastos de venta y cuentas de clientes, deben de autorizarse de acuerdo a las políticas adecuadas establecidas por la administración.
- Los procedimientos del proceso del ciclo de ingresos deben de estar de acuerdo con políticas establecidas por la administración.

Procesamiento y clasificación de transacciones:

- Solo deben de aprobarse aquellos pedidos de clientes por mercancías o servicios que se ajusten a políticas adecuadas establecidas por la administración.
- Debe de requerirse de una solicitud o pedido aprobado antes de proporcionar mercancías o servicios.

- Cada pedido autorizado debe de embarcarse correcta y oportunamente.
- Todos y únicamente los embarques y los servicios prestados deben de producir facturación.
- Las facturas deben de prepararse correcta y oportunamente.
- Debe de controlarse el efectivo cobrado desde su recepción, hasta su depósito.
- Las facturas, cobros y los ajustes relativos deben de aplicarse con exactitud a las cuentas apropiadas de cada cliente.
- Los asientos contables del ciclo de ingresos deben de resumir y clasificar las transacciones de acuerdo con las políticas establecidas por la gerencia.

Verificación y evaluación: Los objetivos para el ciclo de ingresos son:

- Deben de verificarse y evaluarse en forma periódicas los saldos de cuentas por cobrar y las transacciones relativas.

Salvaguarda Física: Los objetivos para este ciclo son:

- El acceso a efectivo recibido debe permitirse únicamente de acuerdo con controles adecuados establecidos por la gerencia hasta que se transfiera dicho control al ciclo de tesorería.
- El acceso a registros de embarque, facturación, cobranza y cuentas por cobrar, así como a las formas importantes, lugares y procedimientos de proceso debe permitirse únicamente de acuerdo con las políticas adecuadas establecidas por la gerencia.

En conclusión se puede decir que el control interno se ha utilizado por los contadores públicos desde hace varios años y en el examen de estados financieros que lleva a cabo el auditor externo es necesario, de acuerdo con la normas de auditoria, la revisión del control Interno.

Falta página

N° 56

se circunscribe una sola y sus hallazgos no son válidos mas que para esa organización en particular.

- En todo caso los hallazgos de un estudio de caso nos permiten inferir que probablemente otras organizaciones con gran semejanza a la estudiada podría presentar problemáticas similares. De ahí que podrán constituir la premisa de una futura investigación estadística de ese universo de organizaciones.

Los objetivos que se plantean a este estudio son:

- Analizar la problemática de cuentas por pagar y por cobrar de la agencia Acuario Turístico S.A. de C.V. de la Cd. de Manzanillo Col.
- Realizar una propuesta de mejoras en el control en cuentas por cobrar, así como con su proveedor principal.
- Tener una idea mas clara y precisa de lo son las cuentas por pagar y por cobrar, y saber cuales son las principales características de Acuario Turístico S.A. de C.V.

Y para poder llevar a cabo la investigación se debe de recurrir a alguno de los métodos de investigación existentes que son:

- **Encuesta:** Es un formulario integrado por una serie de preguntas, más o menos grandes, que deberán ser sometidas a diversos grupos de personas, diseminados en extensos espacios, con objeto de obtener datos para el cálculo de las condiciones sociales, políticas, económicas etc. La encuesta debe ser breve y precisa y para su formulación deberá emplearse un lenguaje sencillo y familiar, de

acuerdo con el nivel cultural de las personas a quienes va dirigido, esta técnica es usada a menudo en la investigación de opinión; ya sea política o comercial

La encuesta es un instrumento de observación que favorece a la recopilación de datos, que facilita el análisis de ellos; y, que prepara con mayor facilidad el informe. (CARRILO 1990:93)

- **Entrevista:** Es un género periodístico que hace entrar en contacto con individuos de quienes desea obtener determinada información. Se clasifica según la relevancia de dos aspectos fundamentales, el qué y el quién.

El diálogo permite conocer las opiniones del entrevistado en forma directa, así como también percatarse de lo que calla, de la modulación que expresa al hablar, de los gestos que utiliza. El entrevistador debe seleccionar lo más significativo del diálogo.

La entrevista es la que se usa con mayor frecuencia, o cuando menos es el instrumento complementario, que se emplea para obtener información. (MEDINA 1989:82)

- **Observación Directa:** Es un procedimiento que se usa para obtener información objetiva acerca de los procesos existentes; también se utiliza en la ciencias para obtener información primaria sobre los objetos investigados o para comprobar las consecuencias empíricas de la hipótesis. (MEDINA 1989:82)

La observación como técnica de investigación consiste en mirar y escuchar detenidamente los fenómenos que se van a estudiar; es el procedimiento más añejo y a la vez el más moderno y el que usamos en la vida cotidiana asiduamente para adquirir conocimientos. (CARRILLO 1990:86)

- **Experimentación:** Es un tipo de actividad realizada para obtener conocimientos científicos, descubrir leyes objetividad y que influyen en el objeto estudiado, por medio de mecanismos e instrumentos especiales, gracias a lo cual se obtiene:
 1. La separación, el aislamiento del fenómeno estudiado de la influencia otros semejantes, no esenciales y que ocultan su esencia, así como estudiarlo en forma pura.
 2. Reproducir muchas veces el curso del proceso en condiciones fijadas y sometidas a control.
 3. Modificar planificadamente, variar, combinar, diferentes condiciones con el fin de obtener el resultado buscado. (MEDINA 1989:82)
- **Análisis de Información:** Es la manipulación de hechos y números para lograr ciertas informaciones es una técnica que ayudará al administrador a tomar una decisión apropiada. La idea principal de cualquier estudio es lograr cierta información válida y confiable. Además puede ser una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos. (MOHAMMAD 1981:281).

Para el caso de la siguiente investigación se recurrirá a la entrevista y a la aplicación del cuestionario de control interno para cuentas por cobrar y por pagar así como a la observación de la información financiera que la empresa genera.

4.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.

La empresa en la cual se va a llevar la siguiente investigación se llama Acuario Turístico S.A. de C.V. de la ciudad de Manzanillo Col., es un empresa de origen

nacional y privada y se dedica a la prestación de servicios de agencia de viajes, como son: alojamiento hotelero, transportación turística, ventas de boletos de avión nacionales e internacionales, venta de boletos terrestres, paquetes vacacionales para toda la familia, información sobre restaurantes y diversión entre otros servicios.

La agencia de viajes es una empresa constituida como Sociedad Anónima de Capital Variable, y se encuentra ubicada en Av. México No. 207 Col. Centro de la Cd. de Manzanillo Col.

Inició operaciones el 06 de junio de 1994, la cual tiene aproximadamente 9 años de ofrecer sus servicios al público en general cuenta únicamente con dos socios: la Srita. Laura Lara y el Sr. Álvaro Escalera Camargo., los cuales se encargan del manejo de la misma.

Esta agencia con el paso de los años ha ganado una serie de premios como 1º y 2º lugar por venta de boletos de las líneas de aviación de Mexicana y Aeromexico, gracias a la experiencia de la Srita. Laura Lara.

En la actualidad esta agencia ha crecido mucho de manera que ahora cuenta con la matriz y dos sucursales las cuales se encuentran: la primera en el Centro Comercial Plaza Manzanillo, la segunda en la Cd. de Armería Col. y cuenta con el siguiente personal:

- MATRIZ: 3 empleados en el área de ventas, y una persona en el área administrativa y un mensajero.
- SUCURSAL PLAZA MANZANILLO: 1 empleado de ventas
- SUCURSAL ARMERIA COL: 1 empleado de ventas.

Se puede decir que la Agencia de Acuario Turístico SA de CV es una empresa que día con día trata de ser la mejor en el ámbito de servicios turísticos. (*Fuente: Entrevista Gerente General 2003*).

4.3 ANALISIS DE LA PROBLEMÁTICA QUE LA EMPRESA TIENE EN EL ÁREA DE CUENTAS POR PAGAR Y POR COBRAR.

Como se mencionaba anteriormente la Empresa Acuario Turístico S.A. de C.V. ha crecido o se ha desarrollado de tal manera que los socios con el trabajo tan demandante que tienen, no cuentan con el suficiente tiempo para revisar su cartera de clientes y llevar un control sobre su proveedor principal INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (AYATA), el cual es el encargado de recibir las ganancias de las ventas de boletos de líneas de aviación y terrestres.

Por lo cual se hizo un estudio sobre la problemática de dicha empresa. Se le aplicó un cuestionario a la Srita, Laura Lara, socia de la misma (2003), en el cual se dedujo que una de las dificultades es la cartera de clientes, la mayoría de la ventas son a contado, pero a veces otorga crédito los cuales deben de ser liquidados dentro de los 8 días siguientes después de la venta, la problemática se encuentra esta en que los clientes no cumplen con dicho plazo para liquidar su pago, y este se prolonga hasta dentro de los 15 días siguientes, y nos comentó además de que algunos clientes no llegan a realizar el pago de su crédito.

Para otorgar crédito se realiza un estudio sobre el cliente, pero no se aplica una solicitud de crédito ya que algunos de estos vienen siendo conocidos la misma, y no cobra intereses moratorios por la tardanza del pago, ya que tiene el temor de perder

a ese cliente y que cuando este no paga su crédito, a la empresa le toca liquidar para así poder cumplir correctamente con los pagos al proveedor.

Ella determina las ventas semanales utilizando una hoja de cálculo Excel, separa las diferentes las ventas de acuerdo a la línea aérea, ya que cada una de estas tiene diferente porcentaje de comisión, posteriormente hace la liquidación al proveedor descontando de las ventas sus comisiones respectivas; sin embargo existen una serie de errores en el calculo ya que es muy común que el proveedor (AYATA), solicita devoluciones o entrega faltantes, las principales causas de estos errores son:

- Son demasiadas líneas de aviación, y como tienen mucho trabajo, realizan los cálculos y no vuelven a revisar otra vez las operaciones realizadas.
- No tienen una persona específica para que realice estos cálculos, los realiza el gerente general de la agencia, el cual también se encuentra en el área de ventas. *(Fuente: Entrevista Gerente General 2003).*

4.4 PROPUESTA DE MEJORAS EN CUENTAS POR COBRAR Y POR PAGAR DE LA AGENCIA ACUARIO TURISTICO S.A. DE C.V.

Todas las empresas deben de tener establecidos controles internos, las cuales les ayudan a llevar sus operaciones en perfecto orden.

En este tema se mencionarán cuales son las propuestas de mejoras para la empresa en las cuentas por cobrar y por pagar, mencionando así cuales son los objetivos, sugerencias y deficiencias de las mismas y un formato mas apto para llevar las

ventas de la agencia de una manera mas práctica, para que no tenga tanta problemática en sus cuentas por pagar.

4.4.1 DEFICIENCIAS, OBJETIVOS Y SUGERENCIAS EN CUENTAS POR COBRAR.

Como se mencionó anteriormente la empresa tiene problemas en sus cuentas por cobrar ya que los clientes no pagan como deben, o simplemente no pagan.

Después de aplicar el cuestionario de control interno (Véase anexo 1) dentro de la empresa estas fueron las deficiencias que se encontraron:

- 1. DEFICIENCIA:** No se tienen contratados seguros para resguardo de facturas pendientes de cobro y documentos por cobrar a favor de la entidad.

SUGERENCIAS: Asegurar que uno de los activos mas importantes de la empresa estén respaldados, por un seguro que evitaría en caso de extravío pérdidas importantes o siniestro.

OBJETIVO: Tener contratados seguros para resguardo de facturas pendientes de cobro a favor de la entidad, con el objeto de que si el cliente no paga, exista este resguardo.

- 2. DEFICIENCIA:** No se tienen establecidos sistemas ágiles de cobranza para que ésta sea recolectada lo más pronto posible.

SUGERENCIAS: Después de que se autorizó el crédito comentarle al cliente cual es el plazo para pagar su deuda.

Llamar por teléfono al cliente para avisarle que su vencimiento de pago esta próximo a vencer.

Cobrar de acuerdo con las fechas de vencimiento, si este no paga se la avisará que por no pagar en la fecha establecida se le cobrará un interés moratorio.

OBJETIVO: Establecer un sistema ágil de cobranza para que ésta se recolectada lo más pronto posible, hay que recordar que la liquidez de la empresa depende de esto.

- 3. DEFICIENCIA:** No se prepara un reporte de antigüedad de saldos que muestre el comportamiento de los clientes.

SUGERENCIAS: Contar con un sistema de reporte periódico de saldos corrientes con un análisis detallado el cual mostrara la situación de los saldos como por ejemplo saldos vencidos y no liquidados vencido un mes, dos meses, tres meses etc. lo cual será una herramienta de control muy valiosa para la recuperación de cartera. (Véase anexo 2)

Verificar que los saldos antiguos sean los correctos. Investigar si las facturas recientes están siendo pagadas con anterioridad a otras más antiguas.

OBJETIVO: Llevar un reporte de los saldos que muestre el comportamiento de los clientes, en especial morosos, para conocer cual es la deuda de cada una de éstos, y si es conveniente darles más crédito. Poder establecer acciones legales y finalmente tener una herramienta que agilice la detección de saldos antiguos que repercuten en la liquidez de la empresa.

- 4. DEFICIENCIA:** No se envían estados de cuentas a clientes con el objeto de cerciorarse que las cuentas que contablemente aparezcan pendientes de cobro las reconozcan estos.

SUGERENCIAS: Enviar a cada uno de nuestros clientes un estado de cuenta semanalmente, debe ser directo sin que haya ninguna intermediación, para evitar alguna posible alteración, modificación o extravió por algún elemento de la organización, con este procedimiento se hace posible un chequeo cruzado de la información con el cliente y sirve también para aclarar las inconformidades en algunos saldos. (Véase anexo 3)

OBJETIVO: Enviar estados de cuentas a cada uno de nuestros clientes, con el objeto de cerciorarnos de que contablemente aparezcan pendientes de cobro los reconozcan estos, y además conocer si nuestro saldo concuerda con el del cliente.

5. **DEFICIENCIA:** No se utiliza todo recurso legítimo para asegurar el pago por parte del cliente.

SUGERENCIAS: Contar con los servicios de un despacho legal que se haga cargo de la cartera imposible de recuperar por vía no legal.

OBJETIVO: Utilizar todos los métodos y recursos necesarios para la pronta recuperación del dinero de la entidad. Hay que recordar que las cuentas no cobradas repercuten diariamente en las utilidades de la empresa.

6. **DEFICIENCIA:** Las políticas establecidas por la empresa, no son adecuadas ni son respetadas para el otorgamiento de líneas de crédito.

SUGERENCIAS: Aplicar una solicitud de crédito, la autorización del crédito no excederá de una semana, se cancelará el crédito: por falta de pago, notoria morosidad, sólo el gerente general podrá autorizar el crédito a los clientes, la

empresa le debe dejar bien definido al cliente cual es el plazo para pagar su deuda, el plazo establecido es de 8 días.

OBJETIVO: Establecer líneas de crédito que sean aptas para el otorgamiento de crédito para que estas sean respetadas por el cliente.

7. **DEFICIENCIA:** Las políticas de la empresa no se encuentran plasmadas por escrito en algún documento interno.

SUGERENCIAS: La empresa deberá de realizar un manual de crédito, en donde en ella se plasmen todas las políticas para otorgamiento de la misma, para que estas se cumplan como esta plasmado en dicho manual y para poder realizar la investigación crediticia de cada cliente que solicite un crédito.

OBJETIVO: Tener por escrito las políticas de crédito establecidas por la empresa, para que estas sean respetadas por cualquier persona que labore en la empresa, evitando la discrecionalidad.

8. **DEFICIENCIA:** No se aplica una solicitud de crédito a los clientes, ni existe una documentación para el respaldo de las mismas.

SUGERENCIAS: Se debe de hacer una solicitud de crédito para conocer si el cliente puede pagar su deuda. (Ejemplo de una solicitud de crédito véase anexo 4).

OBJETIVO: Contar con elementos objetivos en el otorgamiento de crédito como son la solicitud de crédito para conocer si las condiciones financieras del cliente son las apropiadas para el otorgamiento de dicho crédito, tomando en cuenta la experiencia que se tenga con el mismo en operaciones anteriores y su situación actual de la cartera.

9. DEFICIENCIA: La empresa no cobra intereses moratorios por la tardanza del pago del cliente.

SUGERENCIA: La empresa debe de tener como una política el cobrar intereses moratorios a los clientes, este puede establecerlo de acuerdo con la deuda que tenga el cliente con la empresa.

OBJETIVO: Establecer un interés moratorio por la tardanza del pago de la deuda del cliente, para compensar la inmovilidad del recurso ahí utilizado.

4.4.2. DEFICIENCIAS, SUGERENCIAS Y OBJETIVOS EN CUENTAS POR PAGAR.

Otra de las principales problemáticas que tiene la empresa es conforme a las cuentas por pagar, ya que a su proveedor principal no le entrega el dinero que el corresponde, solicitando este devoluciones o faltantes del ingreso.

Después de aplicar el cuestionario de control interno de cuentas por pagar se encontraron estas deficiencias:

1. DEFICIENCIA: No se llevan registros detallados de las ventas diariamente.

SUGERENCIAS: Llevar un registro detallado de todas las ventas que se originen diariamente, para que la empresa conozca cuales son sus ingresos al final de la semana para así poder sacar cual es su comisión correspondiente mediante un formato elaborado por la misma empresa. (Véase anexo 5)

OBJETIVO: Crear un formato, donde se lleven todos los registros de las ventas diariamente, con el objeto de saber cual fue el ingreso de ese día para

que al final de la semana no se tenga tanto problema para el cálculo de las comisiones.

2. **DEFICIENCIA:** La entidad no ha evaluado la conveniencia de manejar sus pasivos de proveedores a través de un sistema de cuentas por pagar.

SUGERENCIAS: La entidad debe de evaluar la conveniencia de manejar un programa de cuentas por pagar, para que se lleve un registro más fácil y mas rápido de las deudas que tiene con su proveedor.

OBJETIVO: Evaluar la alternativa de manejar un programa de cuentas por pagar para mayor facilidad en el registro de las deudas con el proveedor.

3. **DEFICIENCIA:** No existe un formato donde se lleve el registro del total de las ventas realizadas en la semana, para así poder descontar la comisión correspondiente para el pago del proveedor.

SUGERENCIAS: La empresa debe de tener un formato donde se lleve el registro de todas las ventas que se realizaron semanalmente, para que puedan descontar la comisión que le corresponde y así dar el ingreso al proveedor sin que este solicite devoluciones o que la empresa solicite faltantes. (Véase anexo 6)

OBJETIVO: Crear un formato para el registro de las ventas realizadas semanalmente, para el correcto cálculo de las comisiones que le corresponden a la empresa y así entregar el dinero correspondiente al proveedor, sin que existan faltantes o la empresa solicite devoluciones.

4. DEFICIENCIA: No existe una persona que se haga cargo exclusivamente del registro y cálculo de las ventas y el descuento de las comisiones que le corresponden a la empresa.

SUGERENCIAS: La empresa debe de contratar a una persona que se dedique exclusivamente al registro de las ventas realizadas, para que el cálculo del descuento de las comisiones sea el correcto.

OBJETIVO: Contratar personal capacitado para que se dedique exclusivamente al registro de las ventas, así como calcular las comisiones que le corresponden a la empresa para que la entrega del dinero al proveedor sea el correcto y este no solicite faltantes o la empresa solicite devoluciones. Los movimientos que actualmente tiene ya la empresa lo ameritan.

Se puede concluir que estas son algunas sugerencias y objetivos que se le dan a la empresa por las deficiencias que se encontraron en cuentas por cobrar y por pagar, es necesario aclarar que estas sugerencias pueden ser tomadas o rechazadas por la empresa y que esto solamente son propuestas de mejoras.

CONCLUSIONES

El éxito de una empresa depende de muchos factores, pero indudablemente es necesario que la empresa tenga un control en sus cuentas por cobrar y por pagar ya que es de suma importancia por que estos dos puntos son utilizados por pequeñas, medianas y grandes empresas, ya que es la mejor manera ayudar al buen funcionamiento, desarrollo y control de las operaciones de la organización.

El objetivo "Entender las características de la Cd. de Manzanillo Col, tales como sus sectores económicos, así como la importancia del Turismo en esta Ciudad", se cumplió con el primer capítulo ya que te explica la historia y los diversos conceptos que engloban a esta preciosa ciudad.

El objetivo "Analizar cual es la función de las empresas turísticas así como las Agencias de Viajes en General", se cumplió con el capítulo dos ya que explica que son las empresas turísticas, sus características y los servicios que ofrece.

El objetivo "Tener una idea más clara y precisa de lo que son las cuentas por pagar y por cobrar en una empresa y cuales son las principales características de estas, para estar en condiciones de aplicar estos conocimientos en el caso práctico", se cumplió con el capítulo tres, mostrando una idea general, clara y precisa de las cuentas por cobrar y por pagar en el capital de trabajo y como forman parte del control interno.

El objetivo general "Analizar la problemática de cuentas por pagar y por cobrar de la agencia de viajes Acuario Turístico S.A. de CV. de la Cd. de Manzanillo Col. con el propósito de hacer una propuesta de mejoras en el control interno de cuentas por pagar así como en cuentas por cobrar", se cumplió con el capítulo cuatro.

Para poder lograr el objetivo general y la hipótesis fue necesario aplicar cuestionarios de control interno para cuentas por cobrar y por pagar, en el cual se descubrieron varias deficiencias, proponiendo a la empresa sugerencias y objetivos para que pueda tener un mejor control en las cuentas.

Es necesario decir que todas las sugerencias que se le dan a la empresa son propuestas de mejoras, y estas pueden ser aceptadas o rechazadas por la organización.

Se ha comprobado que al realizar un sistema de control interno adecuado con el fin de lograr mayor eficiencia y eficacia de actividades, es muy adecuado pues las operaciones se realizarán de la manera más adecuada dando satisfacción al empresario.

Se puede afirmar que el diseñar un control en cuentas por cobrar y por pagar para una pequeña empresa no es fácil, ya que el empresario es el que tiene el mando y es el que maneja al cien por ciento la empresa, y aunque se tenga establecido el mejor control en estas cuentas, si el dueño o el empresario no cumple con las políticas que él estableció para la empresa, como quiere que sus trabajadores cumplan con dichas políticas, por eso hay que dejar bien claro que todas las políticas deben de estar plasmadas por escrito y cumplirse desde la gerencia hasta el más bajo subordinado.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACERENZA, Miguel Ángel, **Administración del Turismo: Coceptualización y Organización**, Ed. Trillas, 1º Edición, México 1984.
2. BUCKNER, Leroy M., **Servicio a clientes**, Ed. Mc Graw Hill, 2º Edición, México 1993.
3. CARRILLO, Martínez José, **La Metodología de la investigación: Manual Teórico-Práctico y Evaluativo**, Ed. JOCAMAR, 7º Edición. México 1990.
4. FRAGOSO, Ruiz Virginia et.al., **Taller de Lectura y Redacción a la Investigación Documental I: Paquete Didáctico**, Colegio de Ciencias y Humanidades UNAM, México 1998.
5. GITMAN, Lawrence J., **Fundamentos de Administración Financiera**, Ed. Harla, 3º Edición, México 1986.
6. GITMAN, Lawrence J., **Fundamentos de Administración Financiera**, Ed. Harla, México 1997.
7. GOMEZ, Morfin Joaquín, **El control de la administración de las empresas (Control Interno)**, Ed. Diana, México 1994.
8. IMCP, **Normas y Procedimientos de Auditoría**, México 1997.
9. **Ley Federal del Turismo**, Ed. Porrúa, 8º Edición, México 1993.
10. MEDINA, Carballo Manuel et.al., **Taller de Lectura y Redacción**, Ed. Trillas, 3º Edición, 1989.
11. MOCK, Theodore et.al., **Evaluación y Juicio del Auditor en relación con el Control Interno Contable**, IMCPAC, México 1989.

12. **Moderno Diccionario de Contabilidad**, Compañía Editorial Impresora y Distribuidora CEID, 2º Edición, México 1996.
13. MORENO, Fernández Joaquín, RIVAS, Merino Sergio, **La Administración Financiera del Capital de Trabajo**, Ed. IMCPAC, México 1997.
14. NAMAUFOROOSH, Mahammad Moghi, **Metodología de la Investigación**, Ed. Limusa. México 1989.
15. PERDOMO, Moreno Abraham, **Administración Financiera del Capital de Trabajo**, Ed. ECAFSA, México 1993.
16. PERDOMO, Moreno Abraham, **Fundamentos del Control Interno**, Ed. ECAFSA, México 1996.
17. RODRÍGUEZ, López Mario, **Teoría General del Turismo**, Ed. South-Western Publishing CO., Cincinnati Ohio E.U.A. 1982.
18. ROSENBERG, J.M., **Diccionario de Administración y Finanzas**, Océano, Barcelona España 1999.
19. SANTILLANA, González Juan Ramón, **Auditoría I Santillana**, Ed. ECAFSA, 3º Edición, México 2000.
20. TORRE, Francisco de la, **Introducción al Estudio del Turismo**, Ed. Continental, México 1989.
21. TORRE, Padilla Oscar de la, **El Turismo Fenómeno Social**, Ed. Fondo de Cultura Nacional, México.
22. VALLE, Noriega Jaime del, **Temas prácticos de Auditoría: Cédulas, Cuestionarios, Formas, Programas, Sugerencias redactadas sobre Control Interno**, Ed. Dokscal, México 1994.

23. www.todalaley.com

24. www.col.sagarpa.gob.mx

25. www.manzanillo.gob.mx

26. www.colima-estado.gob.mx/municipios/manzanillo.htm

27. www.red.gov.co/LaInstitución/Mecanismosdecontrol/controlinterno

ANEXO 1

CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO CUENTAS POR COBRAR AGENCIA DE VIAJES ACUARIO TURISTICO S.A. DE C.V.

1. ¿Se tienen contratados seguros por resguardo de facturas pendientes de cobro y documentos por cobrar a favor de la entidad?

SI _____ NO X

2. A efecto de una pronta recuperación de dinero de la entidad:

- a) ¿Se facturan los servicios rendidos el mismo día en que se efectuó la transacción o a más tardar al día siguiente:

SI X NO _____

- b) ¿Se tienen establecidos sistemas ágiles de cobranza para que ésta sea recolectada lo más pronto posible?

SI _____ NO X

- c) ¿Se utiliza todo recurso legítimo para asegurar el pago por parte del cliente?

SI _____ NO X

3. ¿Se remiten o entregan a los clientes las facturas, cuando se tiene la certeza que éstas han sido pagadas?

SI X NO _____

4. ¿Se prepara mensualmente un reporte de antigüedad de saldos que muestre el comportamiento de los clientes, en especial morosos?

SI _____ NO X

5. ¿Se envían periódicamente estado de cuentas a clientes con objeto de cerciorarse que las cuentas que contablemente aparezcan pendientes de cobro las reconozcan éstos?

SI _____ NO X

**CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO
CUENTAS POR PAGAR
AGENCIA DE VIAJES ACUARIO TURISTICO S.A. DE C.V.**

1. ¿Se cuenta con listas de precios vigentes y autorizados para realizar una venta?
SI X NO
2. ¿Se respetan las listas de precios?
SI X NO
3. ¿Expide la entidad una factura en cada venta?
SI X NO
4. ¿Se llevan registros detallados de las ventas diariamente?
SI NO X
5. Toda venta invariablemente ¿Origina un cargo a bancos cuando es de contado o a cuentas por cobrar cuando es a crédito?
SI X NO
6. ¿Ha evaluado la entidad la conveniencia de manejar sus pasivos con proveedores a través de un sistema de cuentas por pagar?
SI NO X
7. ¿Se concilia semanalmente la cuenta de proveedores o las cuentas por pagar con los estados de cuenta recibidos de proveedores?
SI X NO
8. ¿Es adecuado el proceso de control de pago a proveedores o cuentas por pagar a efectos de evitar tanto pagos antes de vencimiento, como pagos posteriores a este, que podrían generar cargas financieras?
SI X NO

9. ¿Se vigila que el uso de cualquiera de esta cuenta refleje únicamente adeudos a cargo de la entidad proveniente de su giro de actividades?

SI X

NO _____

10. ¿Es adecuada la programación de pagos al proveedor a efecto de lograr una óptima utilización de los recursos de la entidad y buena imagen entre el proveedor?

SI X

NO _____

11. ¿Existe un formato donde se lleve el cálculo de las ventas realizadas semanalmente, en donde se descuenta la comisión correspondiente para el pago a proveedor?

SI _____

NO X

12. ¿Existe una persona exclusivamente que realice el cálculo de las comisiones que le corresponden a la empresa?

SI _____

NO X

ANEXO 3

AGENCIA ACUARIO TURÍSTICO S.A. DE C.V.
Av. México No. 207 Col. Centro
Estado de Cuenta No. _____

Fecha:

Nombre del cliente:

Dirección:

No. del Cliente:

Agradecemos sinceramente sus antecedentes de pagos puntuales. Debido a esto, hemos confiado en recibir un pago a su cuenta del día _____ mes _____ año _____, por la cantidad de \$ _____.

Queremos estar seguros que el día del pago es el correcto y además si esa es la correcta cantidad de su deuda.

Según nuestros registros, esa es la deuda que tiene con nosotros. Sírvase usted a revisar sus cuentas o registros para ver si es correcta; y si tiene un error, le rogamos nos lo haga saber. Con gusto haremos los ajustes necesarios

ATENTAMENTE

LAURA PATRICIA LARA.
GERENTE GENERAL

ANEXO 4

**AGENCIA DE VIAJES
ACUARIO TURÍSTICO S.A. DE C.V.
SOLICITUD DE CREDITO No. _____**

DATOS GENERALES

N°. de Cliente

Fecha

N°. Y Nombre de la sucursal/ Matriz

INFORMACIÓN BASICA DEL CLIENTE

Nombre (s) Apellidos

R.F.C.

CURP

Sexo

Ingresos Mensuales

Seguro de Vida

Casa Propia

Calle

No. Exterior

No. Interior

Colonia

C.P.

Población

Estado

Teléfono 1

Teléfono 2

Tipo Domicilio

Fecha de Registro

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre del negocio

Calle

Colonia

Ciudad

Ocupación

Sueldo Mensual

Teléfono

REFERENCIAS PERSONALES Y BANCARIAS

Nombre

Dirección

Teléfono

Nombre

Dirección

Teléfono

Banco

No. de Cuenta

Banco

No. de Cuenta

FIRMA DEL SOLICITANTE

FIRMA DEL GERENTE GENERAL

