



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION

**"ORGANIZACION CONTABLE Y ADMINISTRATIVA
DE UNA AGENCIA DE VIAJES"**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE
QUE EN OPCION AL GRADO DE
LIC. EN CONTADURIA
P R E S E N T A N
HECTOR SPINOLA GARCIA
MA. DE LOURDES HERNANDEZ CAMPOS
OLGA VAZQUEZ ORTIZ**

**DIRECTOR DEL SEMINARIO
C. P. PATRICIA BOLAÑOS**

MEXICO, D. F.

1984



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 está 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.

INDICE

	PAG.
INTRODUCCION	
CAPITULO 1. GENERALIDADES	
1.1. EL ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	2
1.2. LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA ACTUALIDAD	3
1.3. PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	6
1.4. MERCADO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	9
CAPITULO 2. ORGANIZACION ADMINISTRATIVA	
2.1. ACTIVIDADES QUE REALIZAN	12
2.2. NECESIDADES FUNCIONALES	15
2.3. ORGANIGRAMA	18
2.4. DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS	20
CAPITULO 3. ORGANIZACION CONTABLE	
3.1. SISTEMA CONTABLE	30
3.2. ELEMENTOS DEL SISTEMA CONTABLE	31
3.2.1. CATALOGO DE CUENTAS	31
3.2.2. GUIA CONTABILIZADORA	35
3.2.3. DOCUMENTACION COMPROBATORIA	38
3.2.4. FORMAS UTILIZADAS	41
3.2.5. LIBROS Y REGISTROS	99

	PAG.
3.3. ESTADOS FINANCIEROS	100
CAPITULO 4. MARCO LEGAL	
4.1. LEYES GENERALES	105
4.2. LEYES PARTICULARES	107
CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCION

El turismo se define como la actividad en la cual intervienen dos factores; todas las personas que por algún motivo viajan, y la organización que proporciona los medios para facilitar dichos viajes.

Las Agencias de Viajes dentro del turismo, son el medio que ayuda a que dichos factores se combinen, ya que ésta es la intermediaria entre los prestadores de servicios y aquellos que los usan.

Su organización contable y administrativa como en muchas otras empresas, es vital para su funcionamiento. Los servicios que presta, la forma en que está organizada y las fuentes reales de sus ingresos, son poco conocidos.

No tienen permitido por la Ley Federal de Turismo cobrar ningún servicio, entonces ¿Cómo logra subsistir?

Esta interrogante originó nuestra investigación, la cual trata de dar a conocer la organización contable y administrativa de una Agencia de Viajes, debido a que el material de lectura existente sobre este tema es escaso.

CAPITULO 1

GENERALIDADES

1.1. EL ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

Por el año de 1841 dos hombres, Thomas Cook y Henry Wells iniciarían una actividad que sería en el transcurso del tiempo el origen de las Agencias de Viajes.

De entre ellos dos, el que más destacó por su esmero y dedicación fue Thomas Cook; ya que realizó un viaje de ida y vuelta a dos ciudades de su natal Inglaterra con 540 personas; en este viaje no pretendió ni logró algún beneficio propio.

Este viaje y su éxito, dió la idea a Thomas para continuar en esta actividad; además, como él hacía sus viajes de acuerdo a las necesidades de sus clientes, cada uno de éstos resultaba todo un triunfo. A partir de 1846, esta actividad empieza a traerle beneficios económicos, lo cual hace que le dedique tiempo completo; más adelante, y con la experiencia que la organización de estos viajes le dejaban Cook dejó grandes aportes a la industria turística y creó las bases para la realización de las Agencias de Viajes.

Entre otros, los aportes de Cook a estas empresas fueron principalmente:

- Realización de excursiones
- Uso de guías
- Manuales de viaje
- Viajes individuales
- Cupones de hotel (hoy llamados cheque de viajero)
- Iniciación de la tarjeta American Express.
- Creación de la primera Agencia de Viajes (1878)

Ya con el transcurso del tiempo, empezaron a existir en todo el mundo clientes de Agencias de Viajes, las cuales solo se dedicaban en su origen, a realizar viajes en su propio país, pero más adelante, por el año de 1912, empiezan a realizar viajes al exterior, trayendo como consecuencia una mayor demanda de estas entidades.

Alrededor de 1950, estas empresas tienen tal auge que los grandes capitales de todo el mundo voltean la cara a este próspero negocio, y así es como las modernas técnicas de mercadotecnia y administración penetran en este tipo de empresas logrando con ello su crecimiento definitivo, a tal grado que en la actualidad estas agencias juegan un papel importante dentro del ámbito turístico.

Este crecimiento fue tan grande que en muchos países se tuvo que reglamentar de manera particular a las grandes Agencias de Viajes, pues ya representaban una parte significativa dentro de la planeación del turismo.

1.2. LAS AGENCIAS DE VIAJES EN LA ACTUALIDAD

Desde aquellos años, cientos de agencias han nacido en Europa, América y todos los demás continentes. Actualmente, dado a los adelantos tecnológicos en el transporte, las Agencias de Viajes han venido a quedar, de un simple vendedor de billetes, como era anteriormente, a un organizador de servicios como son: hoteles, restaurantes, clubs, etc., así como los que auxilian a los agentes de viajes (guías, intérpretes, azafatas, etc.).

Es la Agencia de Viajes, parte de las empresas privadas con que cuenta el turismo para la completa satisfacción del mismo; ya que constituye el engranaje entre las grandes compañías creadoras de servicios y de oferta y el público en general. Es evidente que el fin que persiguen es lucrativo, pero tienen como objetivo principal el de adecuar los servicios turísticos a las necesidades y preferencias del viajero consumidor.

Generalmente el turista que desea efectuar un viaje recurre a la Agencia de Viajes en busca de información, consejo u orientación y un experto ampliamente capacitado en el ramo, le elaborará un recorrido de acuerdo a sus necesidades y preferencias.

Aquí está indicando claramente el papel de intermediario que ejecuta la Agencia de Viajes entre:

1. Los diversos países y el turista
2. Los prestadores de servicios y consumidores
3. El mundo y alguien que desea conocerlo

Por esto las Agencias de Viajes son: intermediarias, organizadoras y promotoras de viajes, que procuran los medios de transportes necesarios, y los servicios que el viajero requiere durante su visita temporal a un lugar previamente promovido, difundiendo sus atractivos.

Intermediarias: Porque actúan como enlace entre la oferta (servicios) y la demanda (consumidor), dicho en otra forma, entre las empresas turísticas (transporte, alimentación, hospedaje, etc.) y el turista, asumiendo la responsabilidad de cumplir con los servicios contratados y el pago de los mismos.

Por lo tanto, las Agencias de Viajes basan sus utilidades en las comisiones que les entregan los prestadores de servicios como son: hoteles, líneas aéreas y operadoras por la venta de los productos de cada uno de dichos prestadores; o sea que el turista no paga remuneración alguna, ya que el costo del viaje, en la mayoría de los casos, es más barato que si el viajero contratara por su cuenta cada uno de los servicios.

Organizadoras: Lo hacen por iniciativa propia, ya que planifican los desplazamientos de personas o excursiones de grupos, realizando todos los arreglos necesarios.

Promotoras: Porque difunden los atractivos de diversos lugares y motivan a las personas para que acudan a dichas agencias a contratar sus servicios, ya que a mayor volumen de viajeros que manejen, mayor será su utilidad.

En cuanto a la forma de operar y su magnitud se les llama:

1. *Minoristas (o detallistas)*. Son agencias pequeñas que con un mínimo de empleados se dedican básicamente a la venta de "paquetes" elaborados por las agencias mayoristas y por las operadoras de viajes; a la reservación y venta de espacios en servicios de transportes, alojamiento, etc..
2. *Mayoristas*. Son aquellas agencias que contando con una organización más amplia y especializada, adquieren por sí, a través de contratos, el derecho a usufructuar un número determinado de espacios en establecimientos hoteleros, transportes, etc., y elaboran paquetes de viajes en los que incluyen los servicios antes mencionados y otros, canalizándolos al mercado a través de las agencias minoristas.
A raíz de su elevado volumen de operación les son otorgadas por los prestadores de servicios, tarifas diferenciales a las normales permitiéndoles presentar en el mercado, un producto integrado, atractivo para su venta.
3. *Las Operadoras de Viajes* son empresas que cuentan con propiedades como hoteles, autotransportes, etc..

1.3. PAPEL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Para comprender mejor el papel que juegan las Agencias de Viajes, debemos efectuar un breve análisis sobre como se efectúa la distribución del producto en turismo.

En el esquema que se muestra posteriormente, podemos observar un panorama general básico de la distribución del producto en turismo, en la cual es posible ver como los productores de servicios, efectúan la venta de sus respectivos productos.

Como se puede apreciar, cualquiera de estos prestadores de servicios tienen básicamente dos opciones para efectuar su comercialización, vender directamente al consumidor (el turista), o bien, a través de intermediarios, como lo es un agente de viajes detallista o mayorista.

Si el producto puede ser vendido directamente por los productores, como son transportistas, hoteleros y restauranteros, al consumidor final, se desprende preguntarse ¿Porqué se utilizan los intermediarios?.

Evidentemente el uso de intermediarios presenta una indudable ventaja, pues cubre deficiencias en la organización de venta del prestador de servicios.

Delegar en intermediarios una gran parte de la labor de ventas representa, por lo general, "ceder algo de control" sobre la forma de cómo se vende y a quién se venden los servicios.

Las razones por las cuales se recurre a intermediarios en el turismo son:

1. Razones económicas.

La venta al consumidor final exige del productor, la organización y mantenimiento de una red de venta propia, capaz de cubrir todos los mercados en los cuales el producto puede ser comercializado.

Lógicamente la organización y mantenimiento de esta red, requiere una considerable inversión de recursos financieros, - que en la mayoría de los casos no se tiene, o bien, que si se tiene podría emplearse directamente en la producción con mayores rendimientos. Es difícil, por ejemplo, para un hotelero mantener su propia red de venta para utilizar toda la capacidad de alojamiento de su establecimiento, cuando ésta debe realizarse en mercados diferentes al cual está localizado.

2. Mayor eficiencia de los intermediarios en la venta.

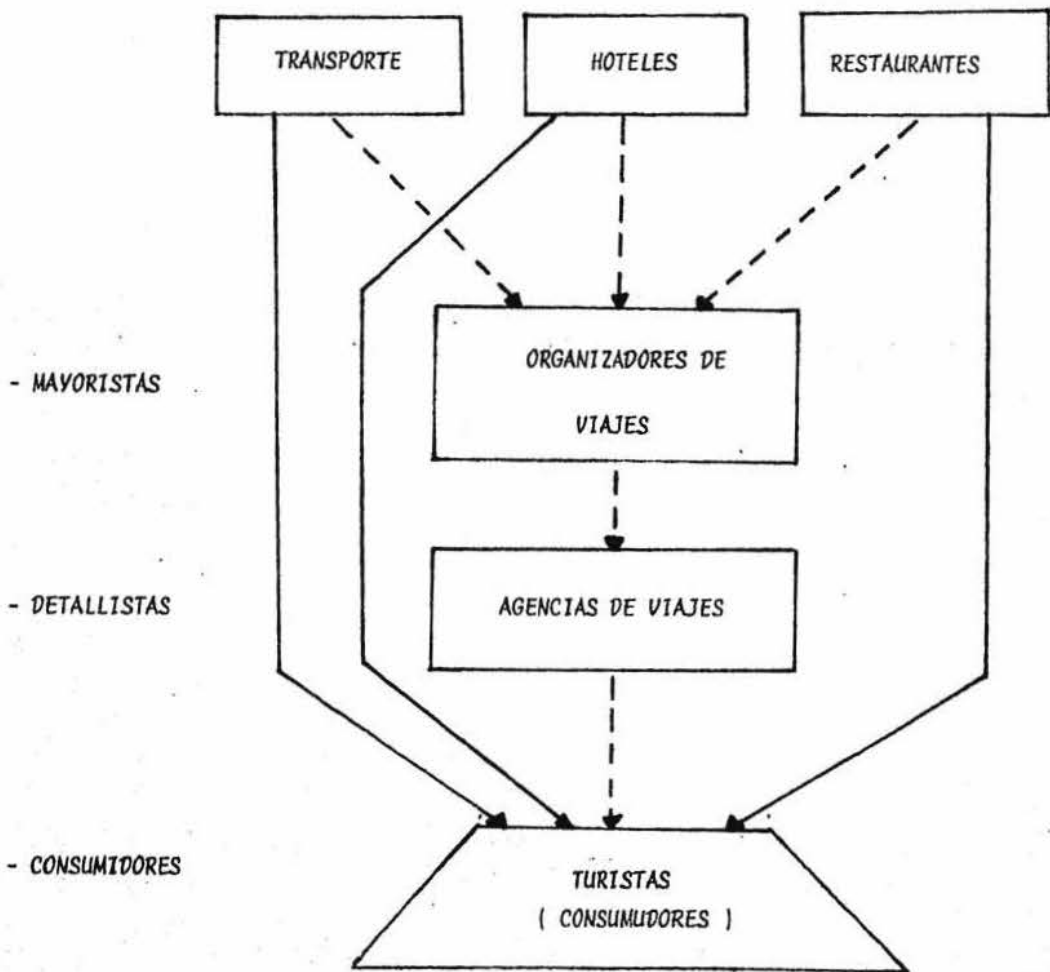
A las razones económicas mencionadas, se suma la mayor eficiencia que tienen los intermediarios en la venta de los productos, como consecuencia o fruto de su experiencia y especialización en los diferentes tipos de clientes que integran un mercado, especialmente complejo como es el mercado turístico; así como de los mejores contactos con el consumidor final en aquellas áreas en las cuales desarrollan sus actividades.

3. Preferencia de los turistas.

La clara preferencia de los turistas en algunos mercados o en segmentos específicos. El agente de viajes puede ofrecerles un conjunto de servicios que el turista puede adquirir - en un solo acto de compra ahorrándose así, el proceso de reservación, confirmación y pago, lo que evidentemente le facilita su decisión.

Por otra parte, aun cuando el turista viaje en su propio medio de transporte, el agente de viajes facilita todos los arreglos relacionados con el alojamiento y otros servicios complementarios en su lugar de destino, asegurándole que a su llegada efectivamente tendrá disponibles los servicios contratados por medio del agente en su lugar de origen.

Como se puede observar la Agencia de Viajes juega un papel importante en la evolución del turismo, porque por medio de sus paquetes se pueden conocer distintas partes del mundo.



ESQUEMA BASICO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION DEL TURISMO

1.4. MERCADO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

El mercado es un lugar o área geográfica donde se encuentran y operan los oferentes y demandantes, reunidos para realizar la venta de mercancías o servicios.

Los recursos con los que cuentan las Agencias de Viajes para poder desarrollar sus servicios en el mercado son: las playas, las ruinas arqueológicas, los monumentos coloniales, balnearios, aguas termales, sitios de interés histórico, parques nacionales, centros de convenciones, etc., muchos de éstos desconocidos por la falta de vías de acceso.

El mercado de las Agencias de Viajes es o está formado por dos partes: la persona que quiere o desea viajar (demandante), y la persona que le ofrece el servicio (Oferente).

Los productos que ofrecen las Agencias de Viajes son:

- excursiones de diferentes días de duración y precio, y que están sujetos al tipo de transporte y al tipo de hoteles
- boletos de avión nacional e internacional
- elaboración de tours
- contratación con los hoteles
- organización de convenciones al gusto del cliente
- recepción de turismo extranjero
- ventas de excursiones de otras agencias
- resello de visas y pasaportes

Las Agencias de Viajes organizan excursiones para las distintas clases sociales, pero a la que más se le impulsa es a la clase media, ya que es la que ocupa con mayor frecuencia estos servicios, por ejemplo:

Se elabora una excursión para la clase media, se analiza a que tipo de hoteles se les puede llevar, transporte que puede utilizar, a que lugares turísticos se les puede llevar y qué están dispuestos a pagar.

Para que la Agencia de Viajes pueda mantener una excursión dentro del mercado, ya sea nacional o internacional, necesita de la ayuda de las técnicas de mercadotecnia.

CAPITULO 2

ORGANIZACION ADMINISTRATIVA

2.1. ACTIVIDADES QUE REALIZAN.

Como es normal en toda entidad económica, las actividades que realizan varían de una a otra, de acuerdo a los alcances y limitaciones que tienen; es decir, influye en esto su situación económica, sus objetivos, la habilidad de sus administradores y la audacia de sus propietarios.

Las Agencias de viajes no podían ser la excepción, por lo tanto, las actividades de éstas, también varían de acuerdo a sus propios alcances y limitaciones.

En base a esto, describiremos específicamente las actividades mínimas indispensables que cualquier Agencia de Viajes debe ejercer para cumplir adecuadamente con sus objetivos generales.

Las actividades a las cuales nos referimos son las siguientes:

1. Promover la industria turística de México al extranjero y fomentar la afluencia turística del exterior a nuestro país.
2. Informar y orientar a sus clientes sobre la mejor forma de viajar, ya sea desde el punto de vista "necesidad" donde el agente tiene la obligación de conseguir las mejores opciones de viaje; como desde el punto de vista de "placer", donde el agente de viajes se ve en la necesidad de orientar al viajero a los mejores lugares o a los más interesantes recorridos de acuerdo a sus deseos y objetivos de viaje.
3. Contratación de transporte de acuerdo a las necesidades de sus clientes, ya sea de aviones, camiones, autos, barcos, ferrocarril o cualquier otro tipo de transporte conocido.

- 3.1. La expedición de boletos de avión por parte de las Agencias de Viajes, está supeditada a contratos de comisión mercantil que celebran las mismas agencias con compañías de aviación afiliadas a la I. A. T. T. (organización que regula, controla y auxilia a nivel mundial todas las actividades de éstas). En dichos contratos se determina un porcentaje que las compañías de aviación se comprometen a pagar a las agencias por cada boleto que logren vender. Dichas comisiones varían en su porcentaje dependiendo del tipo de boleto vendido, siendo mayor en caso de que éste sea para un país extranjero. También se da una comisión extra si dicho boleto es parte integral de un paquete "viaje todo pagado" (VTP) o bien, si es "viaje todo incluido" (VTI).
- 3.2. Por lo que se refiere a los boletos de camiones varía de acuerdo a las líneas y tipo de uso, es decir, no existe un contrato mercantil específico, como lo es en el caso de los boletos de avión.
Esto debido a que en muchos casos las compañías de camiones no conceden comisión alguna.
- 3.3. Por lo que respecta a la contratación de boletaje de barcos o ferrocarril, ésta es llevada en forma indirecta, pues al no poseer existencia de boletaje, la labor de las Agencias de Viajes se concreta a actuar como mediadora, percibiendo una comisión que depende del valor de la venta, esto es tratándose de barco, los ferrocarriles no dan comisión.
4. Otra actividad primordial que realizan las Agencias de Viajes es la de contratación de servicios de hotelería y hospedaje, por cuenta y cargo de sus clientes, percibiendo por esto una comisión del 15%, fluctuando ésta en base a ciertos factores como son:

las estrellas del hotel, su lugar de establecimiento (local o extranjero), etc.. Es por demás obvio, el decir que no existen contratos en este tipo de actividad, ya que sería im posible realizar contratos con todos los hoteles del mundo. - Lo que se hace, es pactar una comisión mayor en caso de que el volúmen de operación sea muy elevado.

5. Ahora bien, aprovechando este tipo de ventajas que las Agencias de Viajes tienen, se dan a la tarea de contratar servicios diversos como son: de alimentación, gulas, maleteros, propinas, etc., con el propósito de atender de la mejor forma a los viajeros y hacerse de un prestigio que le permita organizar excursiones que puedan dejarle mayores utilidades. La tarea de las Agencias de Viajes, en este aspecto, consiste en elaborar planes de trabajo, que les permitan el aprovechar al máximo las facilidades y comisiones que los prestadores de servicios les dan.

En base a lo visto anteriormente, podría surgir la duda de que si debido a esto, caen las Agencias de Viajes en el rubro de comisionistas.

Las operaciones referidas a estas, distan de las operaciones puramente de comisionistas, pues la gran mayoría de sus ingresos, varían de acuerdo al número de personas que logren obtener para sus excursiones o paquetes.

Esto sucede debido a que, a mayor número de personas, mayor es la utilidad, a causa de la gran cantidad de gastos fijos como son los de transportación, propinas, hospedajes, alimentación, etc., además entre más personas se consigan, el costo por persona se reduce, haciéndolo más atractivo.

Esto indica que la utilidad que se percibe, no es posible tomarla como una comisión, ya que dicha utilidad se obtiene por diferencia entre la entrega de los clientes y los pagos por su cuenta.

Claro está, que cuando los gastos fijos no pueden ser soportados por los ingresos obtenidos, la operación arroja saldos negativos, por lo tanto se puede establecer que las Agencias de Viajes tienen como otra actividad primordial, el planear con toda exactitud el número mínimo de personas que se debe conseguir para que no existan pérdidas.

En base a esto, podría decirse que el ingreso obtenido del cliente se divide en tres partes: una que se emplea para hacer pagos por su cuenta, de cuyo monto no se obtienen beneficios económicos, y que es difícil su comprobación tanto contable como fiscal, ya que son entregas a maleteros, meseros, etc., por concepto de propinas. La segunda parte es utilizada para liquidar transportación, hospedaje, etc.; cuya comprobación no es problema, y la cual al liquidarse, en la mayoría de los casos, permite determinar un ingreso. La tercera parte es un margen que se calcula para absorber la publicidad, guías y los gastos de operación de la empresa.

La segunda y tercera parte están económicamente ligadas, ya que a mayor margen de comisión, más fácilmente se sufragán dichos gastos fijos.

La atinada campaña publicitaria que se utilice, el aprovechamiento que se haga de los factores antes mencionados y un control eficiente de los mismos, consecuentan resultados económicos positivos.

2.2. NECESIDADES FUNCIONALES

Se estima que las empresas de turismo necesitan una esmerada atención debido a la característica especial de las operaciones que realizan, ya que en la mayoría de los casos contratan y se obligan en su nombre pero por cuenta del cliente, percibiendo de tal situación un beneficio económico por su calidad de representantes de los elementos que constituyen la industria turística.

Estas necesidades son esencialmente las siguientes:

1. *Autoridad compartida.* Las Agencias de viajes, como veremos más adelante se dividen en número determinado de gerencias y departamentos, los cuales se integran por una serie de personas que realizan funciones. Por lo tanto, las Agencias de viajes necesitan una adecuada segregación de autoridad, para poder tener el mayor control posible de las personas mencionadas.
2. *Responsabilidad.* Como toda entidad económica, se basan en planes objetivos, y la consecución de éstos debe estar a cargo de alguien. Por esto, la responsabilidad debe estar delegada de tal manera que siempre exista una persona que responda por fallas, omisiones, etc.
3. *Comunicación.* Es necesario que si existen niveles o categorías jerárquicas, éstas se respeten. Por lo tanto, el flujo de información debe ser solo en forma vertical, con excepción de la comunicación intergerencial.
4. *Tipos de informes.* Es importante el mencionar que una Agencia de viajes, requiere de informes especiales para la toma de decisiones, siendo necesario una delimitación y detalle de los informes que cada departamento debe rendir, al igual que de la periodicidad de los mismos, y su tiempo de elaboración. Para su mejor entendimiento, debe tenerse en cuenta la relación que existe entre éstos.
5. *Sistemas.* Es indispensable en cualquier Agencia de Viajes el tener sistemas adecuados para la consecución de los objetivos. Es decir, no solo hay que saber que hacer sino como hacerlo.
6. *Adjudicación de funciones.* Hay una teoría administrativa muy cierta, que se debe llevar a cabo, "el personal debe ser asignado al puesto y no el puesto a la persona", se debe buscar que las personas contratadas se identifiquen con el puesto y no

tratar de que el puesto se adapte al tipo de personal contratado.

7. Objetivos bien definidos. Es indispensable que para el correcto funcionamiento de la empresa, existan planes de acción perfectamente delimitados, lográndolo a través de objetivos bien definidos y concurrentes, es decir, que se puedan realizar, - sin que se intrefieran entre sí.

2.3. ORGANIGRAMA

Como toda entidad mercantil, la Agencia de Viajes requiere una organización funcional que le permita alcanzar sus objetivos eficientemente, sin que necesariamente ésta tenga gran número de niveles u órganos de actividad.

2.3.1. Órgano Directivo

Este órgano representa el primer nivel jerárquico, compuesto por la Asamblea de Accionistas, la cual ejerce sobre la sociedad su voluntad, limitada únicamente por las leyes correspondientes y los estatutos sociales; además es la encargada de dirigir a nivel general a la sociedad.

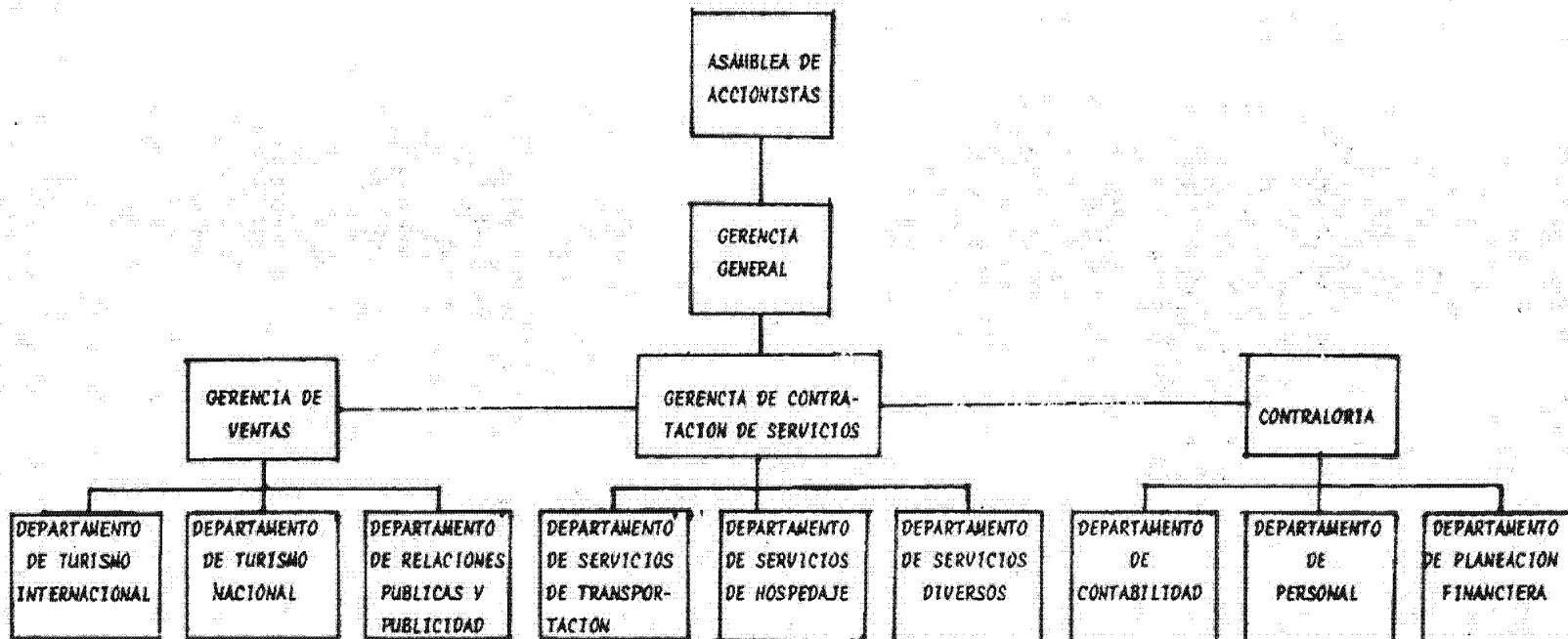
2.3.2. Órgano Administrativo

Al cual le corresponde el segundo nivel jerárquico, lo forma la Gerencia General, que es la encargada de dirigir la administración de la entidad, ejecutar las decisiones tomadas por el órgano directivo y vigilar que éstas sean cumplidas eficientemente por los demás órganos de la empresa.

Tiene el carácter de mandatario general de la sociedad, administra sus bienes, controla sus actividades y proporciona la información necesaria al órgano superior.

2.3.3. Órgano Ejecutivo

O tercer nivel jerárquico, formado por las diferentes gerencias de operación. Estas tienen la responsabilidad de llevar a cabo en forma eficiente, los planes o políticas de trabajo y las instrucciones generales recibidas por la Gerencia General, ejerciendo su autoridad y dirección a los departamentos que dependen directamente de ellos.



ORGANIGRAMA DE UNA AGENCIA DE VIAJES

2.3.4. *Organo auxiliar*

Forma el cuarto nivel jerárquico y se compone de todos los departamentos operativos, los cuales auxilian a las gerencias de las cuales dependen para llevar a cabo las funciones que la Gerencia General les delega.

El flujo de la información para la toma de decisiones tiene un trayecto en forma ascendente, partiendo generalmente del cuarto nivel, hasta llegar a la Asamblea de Accionistas.

La autoridad se ejerce por el contrario, en forma descendente, originándose en el órgano directivo hasta los auxiliares. La comunicación o interrelación en forma horizontal, solo se da en el tercer nivel.

En el caso de que sea necesaria la comunicación entre los departamentos, se llevará a cabo a través de las gerencias de las que dependen. La comunicación en forma vertical se da en todos los niveles ya sea ascendente o descendente.

2.4. DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS

Una vez que se mencionaron las necesidades funcionales de la Agencia de Viajes, describiremos brevemente las funciones que deben desarrollarse en cada uno de los departamentos.

2.4.1. *Asamblea de Accionistas*

Se encarga de establecer los objetivos o metas de la entidad, eligiendo aquellas personas que se comprometerán a que éstas sean alcanzadas.

2.4.2. *Gerencia General*

Objetivo.-

Lograr que los objetivos y metas establecidos por la Asamblea de Accionistas, sean cumplidos. Como ejecutivo de más alto nivel, el Gerente General es el responsable de los resultados obtenidos, ante el órgano directivo.

Funciones Específicas.-

1. *Delimitación de funciones.* Es necesario que enmarque las funciones que deben ejecutar todos y cada uno de los subordinados que forman su equipo de trabajo.
2. *Representante legal.* Tiene a su cargo la firma legal de la agencia.
3. *Administración general.* Se refiere a la elaboración de planes, proyectos y programas que sirvan de instrumento para encaminar las actividades de la agencia.
4. *Toma de decisiones.* Todas las decisiones deben ser autorizadas por la gerencia general.

2.4.3. Gerencia de Ventas

Objetivo.-

Promover y colocar en el mercado, los servicios que presta la empresa;

Funciones específicas.-

1. *Vigilar el buen funcionamiento de los departamentos a su cargo* (Departamento de Turismo Intenacional, Nacional y de Relaciones Públicas y Publicidad).
2. *Autorizar gastos y control de erogaciones.*
3. *Mantener un ambiente agradable, permitiendo un mejor desempeño del trabajo.*
4. *Vigilar los presupuestos que competan al departamento, para informar sobre las desviaciones y su origen.*
5. *Informar mensualmente a la gerencia general sobre sus actividades y problemas.*
6. *Participar en la planeación de sus actividades junto con el gerente general.*

2.4.3.1. Departamento de Turismo Internacional

Objetivo.-

Promover y colocar en el mercado internacional los servicios.

Funciones Específicas.-

1. *Atención al público. Contando con el personal adecuado para dar el mejor trato a los clientes.*
2. *Promoción de los servicios y excursiones que ofrece, através de los mismos clientes.*
3. *Actualización, en cuanto a lugares con atractivo turístico.*
4. *Facturación de todos los servicios prestados o por prestar.*
5. *Hacer reportes a la gerencia sobre las ventas diarias, así como informes periódicos sobre sus actividades.*
6. *Relacionarse con otras agencias para intercambiar ideas, conocimientos y experiencias.*
7. *Comunicación através de las gerencias, con los demás departamentos, conociendo así, todas las actividades de la agencia.*

2.4.3.2. *Departamento de Turismo Nacional*

Objetivo.-

Se encarga de promover y colocar los servicios en el mercado nacional.

Funciones específicas.-

Son las mismas que lleva a cabo el departamento de turismo internacional, solo que relacionadas con aspectos de tipo nacional.

2.4.3.3. *Departamento de Relaciones Públicas y Publicidad.*

Objetivo.-

Llevar a cabo la planeación y realización de las campañas promocionales.

La publicidad en las Agencias de Viajes, está considerada como el elemento generador de las operaciones de venta, cuya eficiencia y rendimiento es-

está sujeto a varios factores, algunos integrantes de la mercadotecnia, en el aspecto técnico; pero en la práctica, la experiencia del agente es determinante en el éxito de esta función. Para llevar a cabo sus actividades, se auxilia, entre otras, de las siguientes secciones:

1. Arte y dibujo, para elaborar la publicidad.
2. Contratación de publicidad, en los diversos medios de publicidad.
3. Folletaje, impresión de revistas y folletos para distribuirlos entre el público.

Funciones específicas.-

1. De relación
 - 1.1. Atención a clientes
 - 1.2. Circulares a la clientela en general, de los programas de viaje
 - 1.3. Relaciones con todo tipo de empresas, que por algún motivo se conecten con la Agencia de Viajes
2. Promocionales
 - 2.1. Organizar campañas publicitarias o a través de los diferentes medios de difusión.
 - 2.2. Realizar estudios de mercado.
3. De Planeación
 - 3.1. Planeación de excursiones y viajes diversos, tanto a nivel nacional como internacional.

2.4.4. Gerencia de Contratación de Servicios

Objetivo.-

Contratar todos aquellos servicios necesarios para el funcionamiento de la Agencia de Viajes.

Esta contratación puede surgir por dos causas:

1. Cuando un cliente pide que se le consiga un servicio específico.
2. Cuando la Agencia de Viajes organiza paquetes de excursiones.

Funciones específicas.-

1. Planeación. En todo momento la contratación de servicios debe ir íntimamente ligada con la demanda de éstos.
2. Autorización de gastos. Solo se autorizan aquellos indispensables para el funcionamiento de la gerencia.
3. Legal. Análisis y control de todo aquel documento que conlleve a una obligación o responsabilidad a la gerencia.
4. Control. Los resultados obtenidos no tienen que variar demasiado en relación a los esperados.
5. Información. Comunicación a la Gerencia General de todas sus actividades.
6. Vigilancia. Los departamentos a cargo de la gerencia están siempre bajo control, es decir todas las actividades realizadas por éstos, están coordinadas con todas las de más áreas, por lo cual dicho control es necesario.

2.4.4.1. Departamento de Servicios Transporte

Objetivo.-

Contratar el transporte que se requiera para cubrir las necesidades de la Agencia de Viajes.

Funciones específicas.-

1. Contratación. Se realiza la contratación de aviones, autobuses, autos, barcos y ferrocarriles.

2. *Actualización.* Se tendrán tarifas actualizadas de los transportes, al igual que paquetes, ofertas y promociones.
3. *Reservación.* En el caso de aviones es necesario realizar reservaciones y confirmaciones de vuelo.
4. *Cancelaciones.* La cancelación oportuna de las reservaciones evita el pago de notas de débito.
5. *Control.* Las formas valoradas de las Compañías de aviación (boletos), tendrán una vigilancia especial.
6. *Comunicación.* En el caso de autobuses, ferrocarriles y barcos será necesario tener contacto constante con los prestadores de servicios para su contratación directa e inmediata.
7. *Información.* Mensualmente se da una información global de las actividades realizadas.

2.4.4.2. Departamento de Servicios de Hospedaje

Objetivo.-

Contratación de los servicios de hospedaje necesarios para la satisfacción de los requerimientos de la Gerencia de Ventas.

Funciones específicas.-

1. *Tener contactos con las cadenas hoteleras, cañas y lugares de recreo.*
2. *Actualización.* Datos recientes de los paquetes, promociones y tarifas de los prestadores de servicios.
3. *Información.* Mantener informada a la Gerencia de Contratación de Servicios de todas sus actividades.
4. *Comunicación.* Tener al tanto de los paquetes y promociones existentes a la Gerencia de Ventas.

5. Control. De todas las contrataciones realizadas para el cobro de comisiones.

2.4.4.3. Departamento de Servicios Diversos

Objetivo.-

Contratación de los guías o escoltas necesarios para los paquetes o excursiones realizadas por la agencia.

Funciones específicas.-

1. Control. Se tiene un control de todas las organizaciones particulares que prestan el servicio de guías.
2. Comunicación. Se recopila información de la Gerencia de Ventas, para conocer sus necesidades.
3. Información. Se tendrá al tanto de sus actividades realizadas a la Gerencia de Contratación.

2.4.5. Contraloría

Objetivo.-

Captar, resumir, analizar y explicar toda la información susceptible de cuantificarse, así como de convertirla en herramienta de planeación. Además contrata y capacita al personal.

Funciones específicas.-

1. Planeación. Elaboración de estrategias financieras y políticas fiscales.
2. Contratación. Contratación y capacitación del personal.
3. Registro contable. Registro de las operaciones y elaboración de estados financieros.
4. Crédito y cobranza. Control de créditos y antigüedad de saldos.
5. Vigilancia. Control de sus departamentos.

6. Información. Presentar reportes mensuales de actividades.

2.4.5.1. Departamento de Contabilidad

Objetivo.-

Registro de operaciones susceptibles de cuantificarse, así como la elaboración de estados financieros.

Funciones específicas.-

1. Registro. Registra y presenta en forma clara y precisa los recursos y obligaciones de la agencia.
2. Caja general. Control del efectivo.
3. Chequera. Custodia, manejo y control de las chequeras.
4. Información. Elaboración de información financiera de uso externo acerca de la Agencia de Viajes.
5. Fiscal. Elaboración y presentación de declaraciones fiscales.
6. Comunicación. Mantener al tanto de sus actividades a la Contraloría.

2.4.5.2. Departamento de Personal

Objetivo.-

Contratación y capacitación del personal.

Funciones específicas.-

1. Selección de personal.
2. Obtención de referencias del personal a contratar.
3. Control de asistencia.
4. Control de antigüedades.
5. Calendario de vacaciones.
6. Control de permisos.

7. Avisos de altas y bajas al IMSS e Infonavit.

8. Nóminas.

9. Banco de recursos humanos.

10. Resolución de problemas de tipo laboral.

2.4.5.3. Departamento de Planeación Financiera

Objetivo.-

Elaboración de presupuestos, optimización de la palanca financiera y manejo del punto de equilibrio.

Funciones específicas.-

1. Punto de equilibrio. Análisis de la relación que existe entre las ventas y el costo.

2. Apalancamiento financiero. Estudio, análisis y selección de las fuentes de financiamiento adecuadas.

3. Presupuestos. Elaboración y control de presupuestos.

4. Optimizar recursos. Buscar la forma de optimizar los recursos con que se cuentan.

5. Información. Mantener al tanto de sus actividades a la Contraloría.

ORGANIZACION CONTABLE

3.1. SISTEMA CONTABLE

Actualmente la contabilidad dentro de las sociedades mercantiles se ha convertido, de una técnica de registro, a herramienta indispensable para la Administración.

La información que produce es sin duda de utilidad a la entidad - generadora tanto como ésta sea capaz de aprovecharla.

Esto se logra a través de un sistema contable sencillo, confiable y organizado, el cual debe estar adaptado a las necesidades de la entidad.

En el Manual del Contador se define a un sistema contable como:

"Un grupo de registros conexos, los que difieren de registros individuales en que en aquellos la información sigue de un registro a otro en forma organizada."

La finalidad de un sistema contable dentro de la Agencia de Viajes es:

1. Proporcionar toda la información cuantificada necesaria para la toma de decisiones.
2. División del trabajo para la obtención de dicha información a corto plazo.

Todo sistema contable tiene bases en el registro y sus técnicas. La Agencia de Viajes por las operaciones que realiza utiliza el sistema de pólizas, el cual emplea tres tipos de pólizas: para la entrada de efectivo, salida de efectivo y aquellas operaciones que no requieren un movimiento de efectivo.

-- Póliza de ingreso: En estas pólizas se registra cualquier entrada de efectivo sin importar su origen. Siempre van acompañadas de una ficha de depósito o un aviso de abono por parte de la entidad bancaria.

Para su rápida identificación se numeran anteponiendo al número progresivo la letra "I", para relacionarlos con el ingreso.

- Póliza de egresos o póliza de cheque. Toda salida de efectivo de la agencia (a excepción de gastos menores por caja chica), se realiza para su control mediante la expedición de cheques. La póliza de egresos es donde se realiza un registro en el cual se plasman los datos del cheque, además de anexar el comprobante generador de la salida de efectivo. Su numeración es cronológica anteponiendo a su número progresivo la letra "E" para relacionarla con los egresos.
- Póliza de diario. En estas pólizas se registran todas las operaciones de la Agencia de Viajes que no generan ni entrada ni salida de efectivo. Se acompañan generalmente por formas elaboradas en la misma agencia para detallar, explicar o comprobar dicha operación. En su numeración se antepone la letra "D" para identificar que son pólizas de diario.

Una vez registradas todas las operaciones de la Agencia de Viajes, se hace un resumen mensual, que por medio de un asiento global se registra en los libros oficiales.

Colateralmente se realizan resúmenes por cuenta (auxiliares) para facilitar la información.

3.2. Elementos del Sistema Contable.

El sistema contable logra cumplir sus objetivos gracias a una serie de elementos que lo componen. Los cuales hacen posible la unificación de criterios contabilizadores, y son:

- 3.2.1. Catálogo de Cuentas
- 3.2.2. Guía Contabilizadora
- 3.2.3. Documentación Comprobatoria
- 3.2.4. Formas utilizadas.
- 3.2.5. Libros y Registros

3.2.1. Catálogo de Cuentas

Es una lista de todas aquellas cuentas que se utilizan dentro de un sistema contable.

Estas se codifican y agrupan de acuerdo a su presentación en los estados financieros.

El número con que se les codifica debe aparecer en la póliza

donde se registran para facilitar el pase a los libros.
El catálogo utilizado en la agencia de viajes es:

1. ACTIVO

10 Activo Disponible

101 Fondo Fijo de caja

102 Bancos

1021 Banco "A"

1022 Banco "B"

103 Cuentas por cobrar

1031 Boletaje de avión a crédito

1032 Facturas por cobrar

1033 Excursiones por liquidar

1034 Comisiones por cobrar

1035 Cancelaciones por cuenta de clientes

104 Ordenes de cobro

105 Deudores diversos

106 Documentos por cobrar

107 Impuesto al valor agregado

108 Pagos anticipados

1081 Anticipos al I.S.R.

1082 Reservaciones de hoteles

11 Activo Fijo

111 Edificio

112 Mobiliario y equipo de oficina

113 Equipo de transporte

12 Otros activos

121 Gastos de instalación

122 Gastos pre-operativos

13 Cuentas complementarias de activo fijo y diferido

131 Depreciación acumulada de edificio

132 Depreciación acumulada de mobiliario y equipo de oficina

133 Depreciación acumulada de equipo de transporte

134 Amortización acumulada de gastos de instalación

135 Amortización acumulada de gastos de pre-operativos.

2. PASIVO**20 A Corto Plazo****201 Acreedores****2011 Hospedaje**

20111 Fiesta Palace

20112 Camino Real

2012 Servicio de transporte

20121 Líneas de camiones

20122 Líneas de F.F.C.C.

2013 Otros acreedores

20131 Guías de turistas

20132 Servicio de meseros

20133 Servicio de restaurante

202 Documentos por pagar**2021 Líneas aéreas**

20211 Aeroméxico

20212 Mexicana de Aviación

203 Impuestos por pagar

2031 Impuesto sobre la renta

2032 Impuesto al valor agregado

2033 I.M.S.S.

2034 I.S.P.T.

2035 Retención del 10% sobre honorarios

2036 INFONAVIT

2037 Derecho de uso de aeropuertos

204 Anticipo de clientes

2041 Por excursiones y viajes

2042 A cuenta de trámites diversos

205 Comisiones cobradas por anticipado**21 A largo plazo****211 Acreedores bancarios**

2111 Prestamos Hipotecarios

2112 Prestamos quirografarios

- 3. CAPITAL CONTABLE
 - 30 Capital social
 - 301 Capital suscrito y pagado
 - 302 Capital suscrito no pagado
 - 31 Reserva legal
 - 32 Resultado de ejercicios anteriores
 - 321 Utilidades acumuladas
 - 322 Pérdidas por amortizar
 - 33 Resultado del ejercicio
 - 331 Utilidades por aplicar
 - 332 Pérdidas por aplicar
- 4. CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORAS
 - 40 Ingresos por servicios contratados
 - 401 Hospedaje
 - 402 Boletaje de avión
 - 403 Alimentación
 - 404 Transportación
 - 405 Servicios de guía
 - 41 Gastos y productos financieros
 - 411 Intereses
 - 42 Comisiones ganadas
 - 421 Avión
 - 422 Hotel
 - 423 Otras
- 5. CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS
 - 50 Costos por servicios contratados
 - 501 Hospedaje
 - 502 Boletaje de avión
 - 503 Alimentación
 - 504 Transportación
 - 505 Servicios de guía
 - 51 Gastos de administración
 - 5101 Sueldos y salarios
 - 5102 Honorarios profesionales

- 5103 Gratificaciones al personal
- 5104 Previsión social
- 5105 Impuestos y derechos
- 5106 Seguros y Fianzas
- 5107 Mantenimiento
- 5108 Cuotas y suscripciones
- 5109 Telex, telegrafos y teléfonos
- 5110 Depreciaciones
- 5111 Amortizaciones
- 5112 Comisiones e intereses
- 5113 Diversos
- 5114 No deducibles

3.2.2 Guías de contabilización

Es un documento en donde se enumeran las principales operaciones de la Agencia de Viajes especificando el documento que le da origen al igual que las cuentas que afecta.

Esto se hace con el objeto de que toda persona que llegue a realizar funciones de registro tenga un documento que lo auxilie en dicha labor.

Una guía contabilizadora que se utiliza en la Agencia de Viajes, se presenta a continuación:

NUM.OPERACIONESDOCUMENTO FUENTECUENTA DE CARGOCUENTA DE ABONOREGISTRO DE INGRESOS POR SERVICIOS
CONTRATADOS

1	Contratación de hoteles	Factura	Facturas por cobrar	Hospedaje
2	Expedición de boletaje	Factura	Boletos de avión a crédito.	Boletaje
3	Contratación de restaurantes	Factura	Facturas por cobrar	Alimentación
4	Contratación de autobuses o carros	Factura	Facturas por cobrar	Transportación
5	Contratación de guías de turistas	Factura	Facturas por cobrar	Servicios de guías

REGISTRO DE COSTOS POR SERVICIOS
CONTRATADOS

6	Importe de los días contratados en Hoteles.	Factura o comprobante de Hotel	Hospedaje	Acreedores Hospedaje
7	Importe de las comidas proporcionadas a clientes	Factura o liquidación del restaurante	Alimentación	Otros Acreedores
8	Importe de los servicios de transporte proporcionados a clientes	Boleto o liquidación de líneas	Transportación	Acreedores servicio de transportación
9	Honorarios de guías de turistas	Recibos de honorarios	Servicios de guía	Otros acreedores

REGISTRO DE INGRESOS

10	Operaciones de contado, recuperación de créditos	Ficha de depósito	Bancos	Cuentas por cobrar
11	Recuperación de préstamos al personal	Ficha de depósito	Bancos	Deudores diversos
12	Cobro de comisiones	Ficha de depósito	Bancos	Ordenes de cobro

<u>NUM.</u>	<u>OPERACIONES</u>	<u>DOCUMENTO FUENTE</u>	<u>CUENTA DE CARGO</u>	<u>CUENTA DE ABONO</u>
REGISTRO DE EGRESOS				
13	Pago por gastos administrativos	Comprobante de gastos	Gastos de administración	Bancos
14	Pagos a acreedores por servicios	Liquidación	Acreedores	Bancos
15	Liquidación con empresas de - aviación	Liquidaciones	Documentos por pagar	Bancos
REGISTRO DE DOCUMENTOS POR COBRAR				
16	Documentación de créditos a los clientes	Factura y documento	Documentos por cobrar	Cuentas por cobrar

3.2.3. DOCUMENTACION COMPROBATORIA

La documentación que se anexa a las pólizas de registro, varía en cada sociedad dependiendo de sus actividades, giro y forma de trabajo.

Existe también documentación comprobatoria que invariablemente se usa en todas las sociedades anónimas, como son:

- Comprobantes de gastos generales: recibos de luz, renta, honorarios, teléfono, nóminas, etc.. (1)
- Facturas. (1)
- Vales de caja. (2)
- Fichas de depósito. (2)
- Pagaré. (1)
- Contra-recibos, etc.. (2)

(1) Comprobantes que deben contener requisitos fiscales, que son:

Contener Registro Federal de Causantes, nombre y domicilio del vendedor o prestador del servicio.

Número de registro de Tesorería y a la Cámara respectiva.

Nombre y domicilio del comprador o usuario del servicio.

Fecha de operación y folio.

Cantidad y clase de mercancías vendidas, o descripción del servicio recibido.

Precio unitario, importe y valor total.

En su caso, mención por separado del IVA.

Que el gasto generado sea estrictamente indispensable para cumplir con los objetivos de la empresa.

(2) Comprobantes que por ser solo para uso interno, no requieren cumplir con los anteriores requisitos.

Las operaciones que realiza la Agencia de Viajes se dividen principalmente en dos: 1. las realizadas por cuenta -

de terceros y 2. las realizadas por iniciativa propia.

1. Operaciones por cuenta de terceros.

Las Agencias de Viajes tienen la obligación de atender a cualquier persona que solicite sus servicios, para tramitar, informar o comprar en nombre del cliente, cualquier servicio relacionado con viajes, hospedaje o conocimientos de lugares turísticos; al igual que rendir toda la información disponible que sea necesaria para promover el turismo. Esto origina la primera operación de la Agencia de Viajes en la cual, por instrucción del cliente, contrata algún servicio. En ésta, la Agencia de Viajes no corre riesgo alguno, debido a que la mayoría de las veces, el cliente es quien paga directamente el servicio, correspondiéndole solo establecer el contacto.

De esta operación se originan comprobantes como son:

- Ordenes de pago [2]. Este documento es el que gira el prestador de servicios a la Agencia, otorgándole una comisión.
- Cupón [2]. Cuando la Agencia de Viajes recibe del viajero el pago del servicio, se le da un cupón con el cual el prestador del servicio lo identifica.
- Ficha de pago [1]. Cuando un servicio es pagado por anticipado y posteriormente se cancela, el prestador del servicio devuelve parte del dinero y una ficha de pago, en la cual se menciona una compensación cobrada por no haberse utilizado el servicio.
- Cheque de caja [2]. Este tipo de documento es frecuente debido a que es el medio por el cual se otorga la comisión a las Agencias de Viajes.

2. Operaciones por cuenta propia.

La Agencia de Viajes tiene su principal fuente de in -

gresos en el aprovechamiento de todas las ventajas que le dan los prestadores de servicios.

Entre mayor es la demanda de servicios mayor es la obtención de ingresos, por lo cual, realiza los paquetes de viajes conjugando una serie de servicios que le brinde beneficios.

De esta operación se desprenden algunos documentos característicos de las Agencias de Viajes, como son:

- Programas de viajes. (2) Las Agencias de Viajes requieren de un control sobre los gastos que se realizan en la elaboración de un viaje, pues en ésta radica su funcionalidad y éxito.
- Contraseña. (2) Al realizar paquetes de viajes proporcionan a los viajantes una contraseña que les permita identificarse como miembro del grupo que realiza el viaje.
- Resumen por grupo. (2) Para darse cuenta de la utilidad obtenida en una excursión o viaje, se lleva un registro por separado de las erogaciones que cada viaje exige, para no caer en el error de globalizar y no detectar aquellos viajes caros e innecesarios.
- Ficha de pasajero. (2) En éste se describe al pasajero que realizará el viaje, su destino, sus derechos, obligaciones, el costo del viaje, etc., para que no existan problemas con el guía, en relación con lo que previamente la agencia ofreció.

3.2.4. FORMAS UTILIZADAS.

Dentro del sistema contable existen formas que facilitan el control interno, son sencillas y de fácil manejo. Existen dos tipos:

-- De Control

-- De información.

-- Documentos de control.

1. Presupuesto de contratación de servicios.
2. Itinerario de viaje
3. Orden de cobro
4. Orden de servicio.
5. Carta de reservación, modificación o cancelación de hospedaje.
6. Recibo de caja.
7. Recibo de crédito
8. Nota de cargo
9. Nota de crédito
10. Factura
11. Contra-recibo
12. Pedido de boletaje
13. Póliza de ingresos
14. Póliza de egresos o cheque póliza
15. Póliza de diario
16. Vale provisional de caja
17. Tarjeta de asistencia
18. Nómina de sueldos
19. Recibo de sueldo
20. Control telefónico de larga distancia

-- Documentos de información.

21. Reporte diario de órdenes de cobro y órdenes de servicio
22. Reporte de boletaje expedido
23. Informe diario de ingresos por aplicar
24. Reporte diario de créditos concedidos
25. Reporte de reposición de caja

- 26. *Reporte de liquidación de gastos*
- 27. *Reporte diario de cobranza*

F-1 Presupuesto de contratación de servicios

Original Cliente
Duplicado Gerencia de Ventas
*Triplicado Gerencia de contratación -
de servicios.*

Este presupuesto es preparado para conocer los servicios deseados - por el cliente, así como para facilitar la determinación del precio de venta y costo de los mismos.

Es un documento auxiliar y complementario al itinerario, puesto que sirve de base para su formulación.

Se recomienda que sea firmado por el cliente con el fin de poder - comprobar en cualquier momento que la guía de viajes ha sido preparada fielmente a sus deseos.

"X", S.A. MEXICO, D.F., A _____ DE _____ 198__
PRESUPUESTO DE CONTRATACION DE SERVICIOS

- 1.- NOMBRE Y CLASE DEL VIAJE O DEK _____
 2.- FECHA Y LUGAR DE SALIDA _____
 3.- CALCULO DE NUMERO DE INTEGRANTES _____ ADULTOS _____ MEDIOS _____

Premio	Comis. A
por	por
Personas	Personas

1.- <u>TRANSPORTACION</u>			
1-A	AUTOBUS _____		
1-B	AVION _____		
1-C	BARCO _____ 1ª CLASE <input type="checkbox"/> CABINA <input type="checkbox"/> TURISTA <input type="checkbox"/>		
1-D	F.F.C.C. _____ PASAJE PULLMAN _____ PROPINAS _____		
1-E	TRANSFER. <input type="checkbox"/> MOVIMIENTOS A _____ C/U _____		
1-F	PROPINAS <input type="checkbox"/> MOVIMIENTOS A _____ C/U _____		

2.- <u>HOSPEDAJE</u>		TOTAL TRANSPORTACION		
2-A	_____	Cto/5m	Cto/10m	Cto/15m
2-B	_____			
2-C	_____			
2-D	_____			
3-E	_____			
3-F	_____			
3-G	_____			

TOTAL HOSPEDAJE			
PROPINAS	<input type="checkbox"/> MOVIMIENTOS A \$ _____ a/u _____		
4.- PREMIOS	_____		
5.- ENTRADAS	_____		
6.- CORRESPONSAL	_____		

TOTAL COSTOS DIRECTOS POR PERSONA			
COSTOS INDIRECTOS			
7.- PUBLICIDAD	NO. DE ANUNCIOS _____ A _____ C/U _____		
TOLLETOS	A \$ _____ C/U + _____ ENVIO _____		
VOLANTES	A \$ _____ a/u + _____ ENVIO _____		
ESCOLTA	NO. DE DIAS _____ A _____ PERSOS DIARIOS _____		
8.- OTROS GASTOS	_____		
9.- IMPREVISTOS	_____		
TOTAL COSTOS INDIRECTOS POR PERSONA			
÷ NUMERO DE PERSONAS			
COSTOS INDIRECTOS POR PERSONA			
COSTO TOTAL POR PERSONA \$			

DOMICILIO _____

TELEFONO _____

F-2 Itinerario de viajes

Original	Cliente
Duplicado	Consecutivo
Triplicado	Gerencia de contratación de - servicios.

El itinerario de viajes es preparado por la Gerencia de contratación de servicios, a solicitud del cliente en atención a los servicios - que desee se le proporcionen, auxiliándose del presupuesto de contra tación (F-1) previamente preparado y debidamente autorizado.

El itinerario aprobado por el cliente representa el análisis completo de la forma en que se desea lleve a cabo su viaje o la excursión, fecha de salida, horario, clase de transportación, fecha horario de llegada, y salida de los puntos intermedios del viaje, nombre de los hoteles y, en fin toda aquella información relacionada con el viaje o excursión.

Este documento es importante tanto para la Agencia de Viajes como pa ra el cliente, ya que es el convenio por el cual la Agencia de Via - jes adquiere la obligación de servir al cliente de acuerdo con sus - deseos y necesidades, a cambio de que éste retribuya a la agencia en la forma en que ésta lo disponga, coordinándose justamente los inte - reses de ambas partes.

En caso de excursiones, este itinerario aparece inserto en el folle - to que se imprime como propaganda, el cual es autorizado por la Ge - rencia de Ventas en cuanto al precio de venta de los servicios que - se ofrecen, duración de la excursión, hoteles, paseos, etc.

El original del itinerario será entregado al cliente requiriéndole - su firma tanto en el duplicado como en el triplicado, como señal de conformidad por lo que respecta a su contenido, condiciones, etc.

"X", S.A.

ITINERARIO DE VIAJE

MEXICO, D.F., A _____ DE _____ 198 _____

PRESUPUESTO # _____
ORDEN DE COBRO _____
PRECIO DE VENTA _____DOMICILIO _____
TELÉFONO _____

NOMBRE DE, O DE LOS PASAJEROS _____

NOMBRE DEL GRUPO _____

PROCEDENCIA _____

LUGAR, FECHA Y HORA DE LLEGADA _____

NO. DE PASAJEROS _____

ENTRANCOS _____

MEDIOS _____

CIUDAD DEL VIAJE _____

DESCRIPCION SERVICIOS.	DIA	FECHA	HORA SALIDA	HORA LLEGADA	CIUDAD	NOMBRE HORA RESTAURANTE, ETC.	OBSERVACIONES

PREPARE

FIRMA DE CONFORMIDAD
DEL CHEFE

AUTORIZO

F-3 Orden de cobro

Original	Contabilidad
Duplicado	Gerencia de Ventas
Triplificado	Consecutivo

Mediante la orden cobro se identifica y controla cada una de las -
contrataciones de servicios que realiza la Agencia de Viajes.

El original de la orden de cobro se turna al departamento de conta-
bilidad anexa al original del reporte de órdenes de cobro y órdenes
de servicio. Previamente se comprobará la liquidación a través de -
un recibo de caja o de un recibo de crédito.

El duplicado de la orden de cobro será enviado al departamento en -
donde la operación se hubiera generado (turismo nacional o interna-
cional).

Con frecuencia se requiere por parte de los clientes reembolsos por
servicios o boletaje no utilizado, siendo la orden de cobro la que
auxilia a la comprobación y valuación o determinación del monto.

Cuando alguna venta hubiera sido reembolsada total o parcialmente -
deberá indicarse tal situación en la orden de cobro anotando el nú-
mero de cheque con el cual se realizó.

F-4 Orden de servicio (cupón)

Original	Cliente
Duplicado	Gerencia de Ventas
Triplicado	Gerencia de contratación de servicios.

Mediante este documento se comunica al medio de turismo. los servicios que debe prestar al tenedor.

Para el cliente representa el derecho de usufructuar los servicios - que en él consten.

Para el prestador de servicios representa un documento de cobro, - cuando dichos servicios han sido proporcionados.

El original del cupón, deberá contener el número de la orden de co - bro liquidada que los hubiera originado y será entregado al cliente.

El duplicado es enviado a la Gerencia de Ventas para que tenga cons - tancia legal del servicio prestado (previamente prometido).

El triplicado del cupón permanecerá en poder de la Gerencia de Con - tratación de Servicios, con el objeto de liquidar los servicios uti - lizados.

En virtud de que el cupón al ser firmado por el vendedor, representa una orden de pago cuando el servicio se haya proporcionado al clien - te, estos deberán controlarse en un registro especial, con el objeto de conocer el día y hora en que se expiden, el número de la orden de cobro que afecta, el importe y el número de cheque con que se liqui - de. Por eliminación, los números de los cupones que se encuentran de tallados en el registro mencionado y que no reporten la información, representarán cupones por pagar en circulación.

El cupón dentro del medio turístico es un sustituto de la moneda cu yo valor de cambio es un servicio, y el poder de aceptación se en - cuentra supeditado al prestigio comercial y solvencia de la Agencia de Viajes que lo expida.

"X", S.A.

México, D.F., a ____ DE _____ 19__

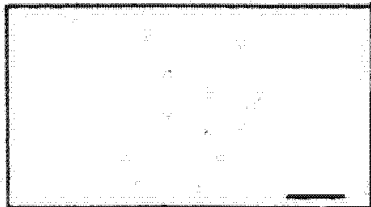
No. _____
Orden de Cobro _____

ORDEN DE SERVICIO

A _____

SIRVIERA PROPORCIONAL A _____ (EL/LOS) DIA (S) _____ DE _____

LOS SERVICIOS QUE A CONTINUACION SE DETALLAN:



EXPEDIO _____

AUTORIZO _____

OBSERVACIONES _____

DOMICILIO _____
TELÉFONO _____

F-5 Carta de contratación o cancelación de hospedaje

Original	Medio de turismo
Duplicado	Gerencia de Ventas
Triplicado	Gerencia de contratación de servicios.

Este documento representa en materia turística un contrato de servicio que celebra el prestador de servicios con la Agencia de Viajes, comprometiéndose con una sola confirmación a proporcionar al cliente los servicios descritos, bajo las condiciones estipuladas en el referido documento.

El original se envía al medio de turismo designado para proporcionar el servicio, requiriéndole sello y firma de confirmación.

El duplicado será enviado a la Gerencia de Ventas anexo a la orden de servicios [cupón], el triplicado se envía al departamento de contratación de servicios de hospedaje.

" 7 " S.A.

CARTA DE RESERVACION DE HOSPEDAJE

No. _____

Hotel _____

Ciudad _____ México D.F. a _____ de _____ 19____

Sirvase reservar el siguiente hospedaje Orden de cobro No. _____
 para los clientes que abajo se mencionan Orden de servicio _____

Cuarto sencillo _____ Cuarto cama doble _____
 Cuarto camas gemelas _____ Cuarto triple _____

Nombre del cliente	Fecha	Hora Llegada	No. de Noches	Costo	Total

Observaciones _____

Domicilio _____

Reservación por _____

Teléfono _____

R.F.C. _____

Ced. emp. _____

"X" S.A.

CARTA DE MODIFICACION DE HOSPEDAJE

México D.F. a _____ de _____ 19__

Nombre del hotel _____

Domicilio _____

Ciudad _____

Sírvase modificar nuestra carta de reserv. # _____ del día _____
de _____ de 198__ en la siguiente forma:

FECHA		HORA LLEGADA		No. de NOCHES		TIPO		CUARTOS		PLAN		OBSERVACIONES
ERA	ES	ERA	ES	ERA	ES	ERA	ES	ERA	ES	ERA	ES	

Recibió carta
modificación _____

Envió carta
modificación _____

Domicilio

Teléfono

X, S.A.
CARTA DE CANCELACION DE HOSPEDAJE

MEXICO, D.F. A _____ DE _____ DE 198__

AL HOTEL _____
DOMICILIO _____
CIUDAD _____

ORDEN DE COBRO _____
ORDEN DE SERVICIO _____
NO. TOTAL DE PERSONAS _____

SIGUASE CANCELAR LA RESERVACION DE HOSPEDAJE PREVIAMENTE PEDIDA,
O CONFIRMADA, PARA _____

QUIEN(ES) DEBERIA (N) HABER ARRIVADO ORIGINALMENTE A SU HOTEL EL DIA _____ DE _____ 198__
SEGUN NUESTRA CARTA DE RESERVACION () MODIFICACION ()
NUMERO _____ DEL DIA _____ DE _____ 198__

OBSERVACIONES _____

RUBRI (NOS)

CANCELACION

DOMICILIO

TELEFONO

R.F.C.

CAB. EMPAD.

POR

RESERVACION CANCELADA

X, S.A.

F-6 Recibo de caja

Original	Cliente o Deudor
Duplicado	Contabilidad
Triplicado	Gerencia de contratación de servicios.

Es el documento que controla todos los ingresos que percibe la Agencia de Viajes.

El original y el triplicado se entregan al cliente contra el monto que aparece en el original de la orden de cobro, en poder de la Gerencia de Ventas.

Esta contra la recepción del original de la orden de cobro y el triplicado del recibo de caja, entrega al cliente el boleto u orden de servicio, en atención a la operación realizada.

La cajera enviará al departamento de contabilidad el duplicado del recibo de caja adjunto a la información diaria de ingresos.

No. _____

"X", S.A.
MEXICO, D.F., A _____ DE _____ 198 _____

RECIBO DE CAJA

SR. () _____

DOMICILIO _____

HAYOS ACREDITADO EN SU ADECUADA CUENTA
LA CANTIDAD DE _____
(CON LETRA)

QUESE APLICARA A LA OPERACION REALIZADA EN EL DPTO. DE:

	REF	IMPORTE
1- TURISMO RECEPTIVO		
2- EXCURSIONES Y VIAJES		
3- TRANSPORTACION		
a) AUTOBUS		
b) FFCC		
c) BARCO		
d) AVIACION		
4- HOTELES		
5- PASAJES ESPECTACULOS, ETC.		
6- VARIOS		

OBSERVACIONES _____

DOMICILIO _____

TELEFONO _____

R.F.C. _____

RECIBI _____

CED. FNDAD.

F-7 Recibo de crédito

Original Contabilidad
 Duplicado Gerencia de Ventas
 Triplicado Consecutivo

Este documento se expide a solicitud de la Gerencia de Ventas como consecuencia de la realización de una operación a crédito, una vez que se investigó la capacidad de pago y solvencia del cliente.

Δ Autorizado el crédito por la Contraloría, se le requiere al cliente su firma de conformidad en cuanto a las condiciones de operación, de pago, etc.

El duplicado del recibo es enviado a la Gerencia de Ventas para adjuntarse a la orden de cobro que le corresponde.

"X", S.A.

No. _____

DOMICILIO _____

ORDEN DE COBRO No. _____

TELEFONO _____

CED. ENPAD. _____

REG. FED. _____

RECIBO DE CREDITO

RECIBIMOS DE VIAJES "X", S.A., LO QUE A CONTINUACION SE DETALLA:

CON IMPORTE EN DLS. _____ MON. NAL \$ _____

QUE LIQUIDARE (MCS) EN ESTA PLAZA EL DIA _____ DE _____ 198 _____

OBSERVACIONES _____

SELLO Y FIRMA DEL CLIENTE

F-8 Nota de cargo

Original Deudor
Duplicado Contabilidad
Triplicado Consecutivo

El original de este documento será empleado para notificar al deudor del débito contable operado en su cuenta, así como el concepto.

El duplicado será enviado al departamento de contabilidad para su registro.

El triplicado se archivará en el departamento de contabilidad para su cotejo con los recibos de caja que los liquidan.

"X", S.A.
NOTA DE CARGO

No. _____

FECHA _____

Sr. () _____

DOMICILIO _____

CON ESTA FECHA HAYAS CARGADO EN SU CUENTA LA CANTIDAD DE: \$ _____

POR CONCEPTO DE: _____

PREPADO

AUTORIZO

RECIBO

DOMICILIO

TELÉFONO

CAD. ENPAD.

S.P.C.

F-9 Nota de crédito

Original Acreedor
Duplicado Contabilidad
Triplicado Consecutivo

El original de este documento será empleado para notificar al acreedor del crédito contable operado en su cuenta, haciendo constar el concepto de la operación.

El duplicado documentará la póliza con la cual se contabilice el movimiento.

El triplicado constituirá un archivo, anotándose el número de la póliza de diario con la cual se registro en los libros la operación.

" X " S.A.

NOTA DE CREDITO

No. _____

Fecha _____

Sr. _____

Domicilio _____

Con esta fecha hemos acreditado a su cuenta la cantidad de \$ _____ ()

Por concepto de : _____

PREPARO

AUTORIZO

RECIBO

F-10 Factura de servicios

OriginalCliente
DuplicadoConsecutivo
TriplicadoContabilidad
CuadruplicadoGerencia de Ventas

Este documento es expedido por la Gerencia de Ventas a solicitud - del cliente, representando un análisis de los servicios que se - le hubieran proporcionado, así como el precio de los mismos.

La factura, en cuanto a información es un documento complementario a la orden de cobro y a los recibos de crédito concedidos o los recibos de caja liquidados.

-X", S.A.

Factura No. _____

Fecha _____

CLIENTE _____

DIRECCION _____

Tipo de
Servicio

No. de
Orden

DESCRIPCION

Costo
Unitario

Importe

DIRECCION

TELEFONO

A.P.C.

F-11 *Contra - recibo*

Original *Acreedor*
Duplicado *Contabilidad*
Triplicado *Gerencia de contratación de servicios.*

Este documento será empleado para acusar recibo de los documentos - que se presentan en la caja general para revisión.

El original será entregado al acreedor, indicándole el día y hora en que la compañía liquidará su adeudo.

El duplicado será anexado a la documentación recibida para enviarse al departamento de contabilidad para su revisión.

Cuando la cuenta del acreedor sea liquidada, deberá recogerse a éste el original del contra-recibo.

"X", S.A.

MEXICO, D.F., A _____ DE _____ 198 _____

CONTRA-RECIBO

RECIBIMOS DE: _____

LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS PARA SU REVISION Y PAGO (EN CASO QUE PROCEDA)

FACTURA NO. _____ DE FECHA _____ \$ _____

FACTURA NO. _____ DE FECHA _____ \$ _____

FACTURA NO. _____ DE FECHA _____ \$ _____

DIA DE PAGO _____

CED. EMPAD.
R.F.C.

NOTA: ESTE RECIBO NO SIGNIFICA EN NINGUN SENTIDO
CONFIRMACION RESPECTO A LOS DOCUMENTOS.

"X", S.A.

F-12 Pedido de boletaje

Original Compañía de Aviación

Duplicado Contabilidad

Será preparado por la Gerencia de Servicios al observar que la existencia de boletos está próxima a agotarse.

El mínimo de existencia será determinado de acuerdo con la experiencia en cuanto a demanda del boletaje.

El original se enviará a la empresa que deba proveer a la Agencia - del boletaje requerido.

El duplicado será turnado al departamento de contabilidad anexando el duplicado de la nota de remisión firmado y sellado por la cajera.

"X" S.A.

PEDIDO DE BOLETAJE

No. _____

Compañía _____ México D.F. a ____ de 1984

Domicilio _____ Nota de remisión No. _____

Cantidad	Tipo Boletos	OBSERVACIONES

Preparado por _____

Autorizado _____

Recibido por _____

F-13 Póliza de ingresos

OriginalContabilidad
DuplicadoConsecutivo

Este documento es empleado para contabilizar los ingresos recibidos por la Agencia de Viajes.

Es preparada auxiliándose de los informes diarios de ingresos que contiene adjuntos los recibos de caja y las fichas de depósito bancario respectivas.

F-14 Póliza de egresos o cheque póliza

Original Contabilidad
Duplicado Consecutivo

Este documento, copia fiel del título de crédito librado, es empleado para controlar y contabilizar todos aquellos egresos que se realicen.

El original de la póliza de egresos o cheque póliza, contiene adjuntos los comprobantes liquidados, los cuales dieron origen a su expedición.

El duplicado es archivado en el departamento de contabilidad.

CHEQUE POLIZA	CORA DEL CHEQUE
---------------	-----------------

CONCEPTO DEL PAGO	FIRMA CHEQUE RECIBIDO
-------------------	-----------------------

LIBRATA	SUB-CUENTA	NOMBRE	PARCIAL	DEBE	HABER
SUMAS IGUALES					
HECHO POR	REVISADO	AUTORIZADO	AUXILIARES	DIARIO	POLIZA No.

F-15 Póliza de diario

Original Contabilidad

Duplicado Consecutivo

Es empleada para contabilizar aquellas operaciones en las que no interviene movimiento de efectivo.

El original contiene adjuntos los documentos que la originaron, así como un concepto bien detallado de la operación.

F-16 Vale provisional de caja

Original Contabilidad

Este documento es expedido para recibir de la caja, en forma provisional, cierta cantidad de dinero para realizar gastos sujetos a comprobación.

Este es elaborado por la persona que recibirá el dinero, para que una vez autorizado, pueda hacerlo efectivo en la caja de la compañía.

El empleado cuya firma aparece en el vale, comprobará los gastos para lo cual se le proporcionó el dinero, rescatando en ese momento el vale firmado.

Los vales no deben permanecer en forma indefinida como parte del fondo fijo.

" X " S.A.

Bueno por \$ _____

VALOR PROVISIONAL DE CAJA

Saldo de la caja de "X" S.A. :

cantidad de \$ (_____

por concepto de _____

México D.F. a ____ de ____ de 19 ____

Visto Bueno

Firma

F-17 Tarjeta de asistencia

Original Departamento de Personal

Esta tarjeta se emplea para el control de asistencia de los trabajadores así como para la preparación de la nómina de sueldos quincenal.

Este documento abarca generalmente el mismo período que el de la elaboración de nómina de sueldos.

Con el objeto de facilitar su localización por parte de los empleados, se colocan en un tarjetero junto al reloj marcador.

A cada trabajador se le asigna un número que aparece invariablemente en cada una de sus tarjetas.

'X', S.A.

TARJETA DE ASISTENCIA NUMERO _____

POR EL PERIODO DEL _____ EL _____ DEL _____ 198 _____

NOMBRE DEL EMPLEADO _____

NUMERO _____

ASCRITO AL DPTO. DE _____

DIA	MAÑANA		TARDE		OBSERVACIONES
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA	

Firma del empleado _____

117

F-18 Nómina de sueldos

Original Departamento de Personal
Duplicado Contabilidad

Este documento es preparado en el departamento de personal para el pago de sueldos, auxiliándose de las tarjetas de asistencia, al igual que de las notas de crédito en caso de préstamos u obligaciones de los trabajadores.

Preparada la nómina de sueldos, se turna la copia al departamento de contabilidad para que una vez revisada y autorizada por el jefe del departamento se prepare el cheque para cubrir los sueldos.

F-19 Recibo de sueldo

Original Empleado

Duplicado Departamento de Personal

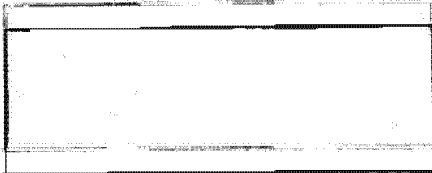
Este documento es expedido por el departamento de personal al momento de liquidar al empleado su sueldo, es realizado en base a la nómina autorizada.

En este se describe el detalle del ingreso percibido así como los descuentos y sus conceptos efectuados.

El empleado deberá firmar de aceptado y recibido el duplicado el cual se quedará archivado.

RECIBO DE SUELDO.

NOMBRE	NUMERO DEL TRABAJADOR	DIAS	NOR-MALES	EX-TRAS	NORMAL	EXTRA	TOTAL	CUOTA INSS.	I.S.R.	ANTICIPOS	TOTAL	PAGO NETO
					SUELDO O SALARIO							
			HORAS		PERCEPCIONES			DEDUCCIONES				



RECIBI DE "X", S.A. LA CANTIDAD DE _____
 POR CONCEPTO DE MI SUELDO, QUE INCLUYE ADEMAS EL IN-
 PORTE TOTAL DE LAS HAS. EXTRAS TRABAJADAS Y DEMAS PRES-
 TACIONES CORRESPONDIENTES AL PERIODO QUE PERLAINO HOY,
 SIN QUE A LA FECHA SE ME ADEUDE NINGUNO CANTIDAD, HABIENDO
 SEHE HECHA LAS DEDUC. DE LEY, COMO LOS DE CARACTER PERIODO.

FIRMA DEL EMPLEADO

F-20 Control telefónico de larga distancia

Original Contabilidad
 Duplicado Departamento que originó la llamada.

Cuando algún empleado realice una llamada de larga distancia se elaborará este control con la siguiente información:

1. Fecha
2. Nombre del empleado
3. Nombre de la persona con quien desea hablar
4. Lugar a donde se hablará
5. Hora de inicio
6. Hora de terminación
7. Tiempo y costo
8. Número de la orden de cobro que absorbe el costo

Al finalizar el día el original se remite a Contraloría para su autorización, el duplicado se envía al encargado del departamento donde se originó la llamada.

"X", S.A. CONTROL TELEFONICO DE LARGA DISTANCIA		No. _____
FECHA _____		
LLAMADA A _____		
A LA CD. DE _____		
CON _____		
SOLICITADA POR _____		
DEL DEPTO. _____		
CON CARGO A _____		
TIEMPO _____ UNTS _____ IMPORTE \$ _____		
_____ OPERADOR		_____ AUTORIZO

*F-21 Reporte diario de Órdenes de cobro y Órdenes de servicio**Original Contabilidad**Duplicado Gerencia de Ventas*

Este reporte es preparado por los Departamentos de Turismo Nacional e Internacional con la finalidad de informar de las operaciones realizadas durante el día, amparadas por Órdenes de cobro y Órdenes de servicio.

El original es enviado al departamento de contabilidad anexando los originales de las Órdenes de cobro y servicios respectivas.

El duplicado se entrega a la Gerencia de Ventas conteniendo la información del contador, la cual se firma como señal de conformidad.

F-22 Reporte de boletaje expedido

Original Contabilidad

Duplicado Consecutivo

Este reporte contiene información que se utiliza para el control - del boletaje, determinación de utilidades, registro de obligaciones, creación y liquidación de pasivos.

Es preparado en el departamento de contabilidad en atención al boletaje expedido durante el día.

A este se anexa los duplicados o talones del boletaje expedido y - los originales de los vales de boletaje para establecer los pasivos a favor de la empresa propietaria con cargo a la cuenta de - contratación de servicios.

El duplicado se archiva en orden progresivo, indicando el número - de la orden de cobro.

"X", S.A.

DIRECCION
TELEFONO

No. _____

Reporte de GASTOS EXPENDIDO

MEXICO, D.F., a _____ DE _____ DE 19__

Moneda SOLITO o ORDEN DE PAGOS	PROPIEDAD DE	CON CARGO A LA ORDEN DE CARGO.	TRANSPORTACION						HOSPITAL		PASAJES, ENTRADAS, CANTAS, OTROS.	
			AVIACION		AUTOMOV.		OTROS					
TOTALS												

PAGADO

RECIBIO

112

F-23 Informe diario de ingresos por aplicar

Original Contraloría
 Duplicado Contabilidad
 Triplicado Consecutivo

Este informe es preparado diariamente por el Contador General con el objeto de reportar la totalidad de los ingresos percibidos.

El original es turnado a la Contraloría con fin informativo.

El triplicado junto con una copia de la ficha de depósito, contienen la firma del contralor como señal de recibido.

El estado de posición y situación de fondos en las diferentes cuentas bancarias, ubicado en la parte inferior se elabora auxiliándose del reporte diario de ingresos, de los cheques póliza y los diversos avisos bancarios.

"X", S.A.
 DOMICILIO
 TELEFONO

No. _____

INFORME DIARIO DE INTERES POR APLICAR Mexico, D.F., a _____ DE _____ 198 _____

NUMERO DEL RECIBO DE CASH	REFERENCIA	IMPORTE TOTAL P. DE CASH																
TOTAL DE INTERES																		

DEPOSITOS	DOLARES	MONEDA NAL.
CTA. NO. _____	_____	_____
CTA. NO. _____	_____	_____
CTA. NO. _____	_____	_____
CTA. NO. _____	_____	_____
CTA. NO. _____	_____	_____
TOTAL DEPOSITADO	[]	[]

EXISTENCIA ANTERIOR
 DEPOSITO EN EL DIA
 CREDITOS BANCARIOS
 SUBTOTAL
 MENOS
 CHEQUES IMPROBIDOS
 CARGOS BANCARIOS
 EXISTENCIA ACTUAL

FDO. DE POSICION Y SITUACION DE FONDOS			
CTA. NO.	CTA. NO.	CTA. NO.	CTA. NO.
[]	[]	[]	[]

F-24 Reporte diario de créditos concedidos

Original Contraloría
Duplicado Contabilidad
Triplicado Consecutivo

Este reporte es preparado por el departamento de Contabilidad en -
atención a los créditos concedidos durante el día, enviando el ori-
ginal a la Contraloría; el duplicado junto con los recibos de crédi-
to a Contabilidad y el triplicado archivado conteniendo la firma -
del Contador y Contralor.

"X", S.A.
DOMICILIO
TELÉFONO

REPORTE DIARIO DE CREDITOS CONCEDIDOS

FECHA _____

NOTA DE DEBITO SIDO DE CREDITO	A CARGO DE	IMPORTE DEL RECIBO DE CREDITO	PAGADO CON RECIBO DE CAJA NO.

PREPARO

RECIBIO

F-25 Reporte de reposición de caja

Original Contabilidad

Es preparado por el cajero como forma de solicitar la reposición -
del fondo de caja en atención a los pagos y gastos realizados.

El monto de dicho informe es igual a la suma de los comprobantes -
que se adjuntan, entendiéndose que al reponer dicho monto, el fondo
fijo alcanza su importe original.

El original y los comprobantes, deben anexarse a la póliza cheque -
respectiva.

"X", S.A.
DOMICILIO
TELEFONO

Reporte de Exposición de Caja

DEL _____ DE _____ AL _____ DE _____ 198 _____

Fecha del Comprobante	Pagado a	Concepto del Comprobante	Importe	
		TOTAL		

Reservados con cheque no. _____

_____ Aprobado

F-26 Reporte de liquidación de gastos

Original Contabilidad
Duplicado Empleado que presenta el re-
porte.

Este documento es empleado para reportar a la Contraloría los gastos realizados por algún trabajador.

Al original se le adjuntan los comprobantes autorizados.

El duplicado junto con el acuse de recibo, queda en manos de la persona que presentó el reporte.

F-27 Reporte diario de cobranza

Original Contabilidad
 Duplicado Contraloría
 Triplicado Cobrador

La relación de cobranza es preparada con el objeto de informar y controlar las cuentas por cobrar entregadas al cobrador para su cobro.

En el triplicado se anexa una copia de los valores.

El original con el acuse de recibo del cobrador, permanece en el departamento de Contabilidad para su registro en caso de cobro.

El duplicado con el fin de informar se turna a la Contraloría.

Diariamente se entregará al Contador aquellas cuentas que han quedado saldadas con el objeto (en su caso) evitar el cobro de intereses moratorios.

"X", S.A.

Reporte diario de cobranzas

No. _____

Fecha _____

No. de recibos de credito.	A cargo de	Importe del recibo de credito.	No. de recibos de caja.	Observaciones

Preparado

Recibido

3.2.5. Libros y Registros

Como toda sociedad, la Agencia de Viajes debe llevar legal y fiscalmente los siguientes libros autorizados por la Oficina Federal de Hacienda que le corresponda, de acuerdo con su domicilio social.

1. Libros de actas de consejo
2. Libros de actas de asamblea de accionistas
3. Libro mayor
4. Libro de inventarios y balances
5. Libro diario general

Por lo que se refiere a los registros auxiliares de contabilidad que deben llevar, se encuentran los siguientes:

1. Registro de pólizas de diario
2. Registro de pólizas de ingresos
3. Registro de pólizas de egresos

Estos libros deben estar encuadernados y foliados; se llevan en el idioma español, por orden progresivo, con claridad y deben presentarse en la oficina de Hacienda correspondiente para su autorización, al mismo tiempo que el aviso de iniciación de operaciones.

El diario general, es un libro en el que se anotan las operaciones a medida que se van efectuando, asentadas por concentraciones mensuales.

El libro mayor es aquel en el que se registran las operaciones del diario general pero en cuentas separadas de igual naturalidad, con el objeto de determinar el movimiento y el saldo que ha tenido en un período.

En el libro de inventarios y balances, como su nombre lo indica, se registran los inventarios y los balances con sus relaciones al cierre de operaciones.

Libro de actas, en nuestra legislación se obliga a llevar un libro de esta naturaleza, en el que se anotan todos los acuerdos emanados de las juntas de los asociados.

El registro de pólizas de ingreso es de rayado tabular en donde se anotan, como su nombre lo dice, las pólizas de esta naturaleza.

El registro de pólizas de egresos, es un diario en el que se registran los cheques pólizas. Adjunto a la póliza irán los comprobantes que generen la salida de efectivo.

El registro de pólizas de diario, tiene columna de fecha, número de póliza concepto, importe total y registra las pólizas de este nombre.

3.3. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros, son aquellos que presentan de una manera cuantificada y global la situación de la agencia de viajes a una fecha determinada o de un período.

Existen dos clases de estados financieros, que son: los principales y los auxiliares o secundarios.

PRINCIPALES.- Son aquellos que por su naturaleza se realizan con una periodicidad determinada (trimestral, semestral, anual, etc..) de carácter obligarotio y son:

- Estado de Situación Financiera (Balance General).
- Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias).
- Estado de Cambios al Capital Contable.
- Estado de Origen y Aplicación de Recursos.

AUXILIARES.- Son aquellos que se preparan solo a solicitud de algún funcionario de la agencia de viajes con el propósito de conocer, confirmar o reafirmar alguna situación de tipo contable o financiera. Estos estados se realizan sin período determinado y son:

- *Estado de Situación actual de boletaje*
- *Estado de rendimiento por paquete*
- *Estado de pérdidas y ganancias analítico internacional y nacional .*

A continuación se presenta un ejemplo del formato de un Estado de Situación Financiera y uno de Estado de Resultados.

"X" S.A.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL _____ DE _____ DE 198_

A C T I V O		P A S I V O	
CIRCULANTE		A CORTO PLAZO	
Fondo Fijo		Acreedores Diversos	
Bancos		Documentos por Pagar	
Cuentas por Cobrar		Impuestos por Pagar	
Existencia en Boletaje		Anticipo de Clientes	
Ordenes de Cobro			
Deudores Diversos		A LARGO PLAZO	
Documentos por cobrar		Créditos Bancarios	_____
IVA Acreditable			
Pagos Anticipados	_____	SUMA PASIVOS	-----
		CAPITAL CONTABLE	
FIJO		Capital Social	
Edificio (Neto)		Reserva Legal	
Moviliario y Equipo de Oficina (Neto)		Resultado de Ejercicios Anteriores	
Equipo de Transporte	_____	Resultado del Ejercicio	_____
DIRERIDO		SUMA CAPITAL	-----
Gastos Pre-operativos			
Gastos de instalación	_____		
SUMA ACTIVOS	\$ _____	SUMA PASIVO Y CAPITAL	\$ _____

" X " S.A.

ESTADO DE RESULTADOS

DEL _____ DE _____ AL DE _____ DE 198 _____

INGRESOS

Ingresos por servicios contratados

\$

Comisiones ganadas sobre contratación

SUMA DE INGRESOS

EGRESOS

Costo por servicios contratados

UTILIDAD BRUTA

GASTOS DE OPERACION

Gastos de Administración

Gastos y productos financieros

UTILIDAD ANTES DE ISR Y PTU

\$

MARCO LEGAL.

Las Agencias de Viajes son Sociedades Anónimas, que al ser constituídas como tal, contraen obligaciones formativas y de tributación: Al tener su campo de operación dentro del ramo del turismo, están reguladas en su funcionamiento por una serie de leyes y reglamentos especiales.

Basado en lo anterior, se desprende que toda Agencia de Viajes es enmarcada por dos tipos de leyes:

1. *Generales:* Son aquellas que en forma generalizada, enmarcan la formación y tributación de toda sociedad creada en nuestro país, sin importar giro, actividad, ni objetivo, siendo estas:
 - 1.1. Ley General de Sociedades Mercantiles
 - 1.2. Ley del Impuesto Sobre la Renta
 - 1.3. Ley del Impuesto al Valor Agregado
 - 1.4. Código Fiscal de la Federación
 - 1.5. Otras de carácter laboral
2. *Particulares:* Estas por el contrario solo enmarcan aquellas sociedades que se dedican a una actividad específica y cuyo fin es de regular y dirigir las operaciones de estas a los fines sociales previamente establecidos, estas leyes son:
 - 2.1. Ley Federal de Turismo
 - 2.2. Reglamento de Agencias de Viaje

4.1. LEYES GENERALES

4.1.1. Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM)

Para que una Agencia de Viajes pueda operar, es necesario - que esté debidamente constituida de acuerdo a lo establecido dentro de la LGSM, la cual se encarga de legislar acerca

de todo lo concerniente a la formación de organismos, grupos o sociedades.

4.1.2. Ley de Impuesto Sobre la Renta (ISR)

Las Agencias de Viajes como consecuencia de sus operaciones normales, crean y obtienen una utilidad determinada, la cual se ve disminuida por la obligación que tienen de pagar a las autoridades tributarias un impuesto.

Esta ley es la encargada de reglamentar todo lo relacionado con dicho impuesto, al igual que autorizar o rechazar los gastos y costos que presenten las sociedades como deducciones.

4.1.3. Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Como todas las sociedades mercantiles, las Agencias de Viajes tienen la obligación de trasladar un impuesto que grava a todas las "actividades" realizadas por éstas. La Ley del IVA, es la encargada de enmarcar el monto y forma de pago, de dicho impuesto, al igual que determina las obligaciones de los causantes y fechas para el cumplimiento de las mismas.

4.1.4. Código Fiscal de la Federación (CFF)

Las leyes mencionadas anteriormente, son las encargadas de fijar o determinar los impuestos a pagar, sin embargo, el CFF es la legislación que tiene por objeto el dar el carácter coersitivo a las anteriores. Así mismo, establece una serie de conceptos fiscales, los cuales aclaran en cualquier momento, determinadas situaciones de índole tributario.

4.1.5. Otras de carácter laboral.

Dentro de las Agencias de Viajes, existe personal que labora en forma permanente, por lo cual tiene derechos y obligacio-

nes que cumplir de acuerdo a la Ley del Trabajo, ya que ésta se encarga de regular la relación obrero-patronal.

Las Agencias de Viajes de acuerdo a sus obligaciones que -- les establece la Ley Federal del Trabajo para sus empleados, debe inscribirlos al Seguro Social para su protección y seguridad, pagando además por cuenta propia, un porcentaje de terminado para el Fondo Nacional para la Vivienda de los -- Trabajadores (INFONAVIT).

La Ley del Seguro Social y el reglamento del INFONAVIT, son los encargados de enmarcar las obligaciones de las sociedades, relacionadas con dichos supuestos.

4.2. LEYES PARTICULARES

4.2.1. Ley Federal de Turismo

Esta ley pertenece a las denominadas particulares, ya que -- sólo abarca a aquellas sociedades que de alguna manera se -- relacionan con el turismo.

La Ley Federal de Turismo, es la Ley suprema de todas las entidades relacionadas con el turismo, la cual en su artículo 3° menciona:

" Turismo es, el conjunto de actividades que se originan de aquellas personas que por voluntad propia viajan o se proponen viajar con el propósito de diversión, recreo, salud, -- descanso, cultura, trabajo, etc. ".

La Agencia de Viajes tiene que ver con esta Ley, en el sentido de que es prestadora de servicios dedicada a promover el turismo y así lo mencionan sus artículos 5° y 69°.

Art. 5°: "Son prestadores de servicios las personas físicas o morales que se dediquen a la prestación de algún servicio".

Art. 69° : "Son prestadores de servicios: . . . b) Agencias de Viajes".

Las Agencias de Viajes, tienen la obligación de prestar sus

servicios a cualquier gente que lo solicite, como lo menciona el artículo 8°:

"En la prestación de un servicio no habrá discriminación por raza, sexo, nacionalidad, credo o estado civil".

4.2.2. Reglamento de Agencias de Viajes.

Las Agencias de Viajes al ser un organismo fundamental para el turismo, tiene que estar reglamentado para su mejor control. Es decir, las Agencias de Viajes juegan un papel decisivo en la promoción del turismo, y de acuerdo a su potencial pueden ayudar o perjudicar a este, por lo cual el reglamento en su artículo 6° nos dice:

" Las actividades que debe desarrollar una Agencia de Viajes -

1. Elaborar proyectos e itinerarios turísticos.
2. Reservar espacios en los transportes, y elaborar boletaje.
3. Servir de intermediarios entre los turistas y los prestadores de servicios.
4. Reservar a los turistas habitaciones en los lugares de alojamiento.
5. Presentar a los turistas diversos espectáculos.
6. Prestar servicio por la facturación de su equipaje.
7. Sugerir a los turistas que adquieran pólizas de seguros.
8. Proporcionar información y propaganda de esta índole.
9. Vender por cuenta de terceros folletos de transportes de guías de turistas.
10. Alquilar útiles y material para el turismo deportivo.
11. Realizar actividades conexas.

CONCLUSIONES

Para que la actividad del turismo exista, se requiere la combinación de dos factores; el conjunto de personas que viajan y el medio capaz de proporcionar los servicios mínimos requeridos por los viajeros.

Estos dos factores a pesar de tener una relación directa por medio de la publicidad, se combinan la mayoría de las veces en forma indirecta, es decir, por un intermediario, el cual recibe el nombre de Agencia de Viajes.

Estas son las encargadas de hacer posible la unión entre oferentes (medios prestadores de servicios) y demandantes (viajeros), dentro de un mercado común (turismo).

El demandante al realizar un viaje, no solo utiliza un servicio, sino que requiere una serie de éstos para cumplir sus objetivos de viaje de la mejor forma. Las Agencias de Viajes toman un papel importante para el viajero, ya que gracias a sus contactos, logran dar a éste, todos los servicios necesarios; recarreando solo a ellas para satisfacer sus necesidades de viaje.

El oferente por su parte, requiere de la ayuda de un organismo -- capaz de atraer a un gran número de demandantes para lograr, los objetivos para los que fue creado, siendo las Agencias de Viajes las que forman dicho organismo.

Como consecuencia de esto, se puede observar la trascendencia -- que tienen éstas en la formación y desarrollo del turismo.

Las Agencias de Viajes a pesar de ser sociedades anónimas, tienen una característica que las diferencia de otras de su especie; su fuente generadora de ingresos no proviene de sus clientes, -- sino por el contrario, de los prestadores de servicios (oferentes), por lo que debe mantener un adecuado sistema contable-administrativo que le permita obtener ingresos y con esto lograr -- los fines para los que fue creada.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUILAR, S. Blanca. Organización Contable de una Agencia de Viajes. Tesis Profesional. UNAM México, 1976.
2. ALCANTAR, Cruz Miguel. Organización Contable de una Agencia de Viajes. Tesis Profesional. U.G.U., 1977.
3. CHIN, Velarde Pablo. Agentes de Viajes. Tesis Profesional. UNAM México, 1975.
4. COSSTO, Tejero Francisco. Sistema de Organización Administrativa y Contable de una Agencia de Viajes. Tesis Profesional. E.N.C.A., 1972.
5. CODIGO FISCAL DE LA FEDERACION. Dofiscal Editores, S.A., México, D.F., 1984.
6. DE LA TORRE, Francisco. Agencias de Viajes y Transportación. Editorial Trillas. México, 1980.
7. FERNANDEZ, Fuster Luis. Teoría y Técnica del Turismo. Editora Nacional, Tomo II. Madrid España, 1971.
8. GUERRERO, Verdejo Susana. Agentes de Viajes. Tesis Profesional. UNAM México, 1973.
9. HERNANDEZ, Zavala Luis. Agentes de Viajes. Tesis Profesional. UNAM México, 1965.
10. LUDERBERG, E. Donald. El Negocio del Turismo. Editorial Diana, México, 1978.

11. LEY FEDERAL DEL TURISMO, Editorial Porrúa, México D.F., 1984.
12. LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, Editorial Porrúa, México D.F., 1984.
13. LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA, Dofiscal Editores, S.A., México D.F., 1984.
14. LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, Dofiscal Editores, S.A., México D.F., 1984.
15. MEDINA, Haddad Carlos; La Organización Contable en las Agencias de Viajes, como elemento básico para su administración, - Tesis Profesional. ITAM México, 1977.
16. RIVERA, Azúa Victor M., Sistema Contable de una Agencia de Viajes. Tesis Profesional, U.A.T., 1976.
17. ROJAS, Villarreal Martha. Agentes de Viajes, Tesis Profesional. UNAM México, 1979.