

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría



**IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE
CUENTAS POR COBRAR DE AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA,
S.A.**

(Tesis de Licenciatura)

Gonzalo Marroquín Tecún

Guatemala, octubre 2016

**IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE
CUENTAS POR COBRAR DE AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA,
S.A.**

(Tesis de Licenciatura)

Gonzalo Marroquín Tecún

MA. Licda. Verónica Matta R. (**Asesora**)

Licda. Dina Noemí Pérez Mejía (**Revisora**)

Guatemala, octubre 2016

Autoridades Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus
Rector

Dra. Alba Aracely Rodriguez de Gonzalez
Vicerrectora Académica

M.A. César Augusto Custodio Cobar
Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque
Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano

Licda. Miriam Lucrecia Cardoza Bermúdez
Coordinadora



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.ACCA.CPA.A02-PS.079.2016

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 01 DE SEPTIEMBRE DE 2016
ORDEN DE IMPRESIÓN**

Tutor: Licenciada Verónica Matta Ríos

Revisor: Licenciada Dina Pérez Mejía

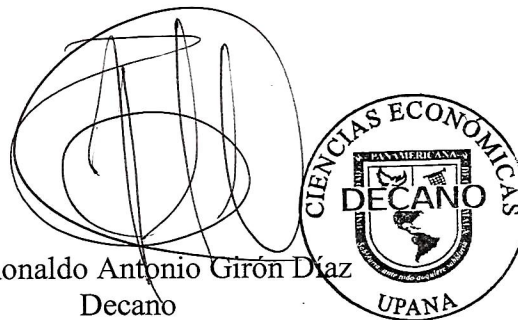
Carrera: Programa de Actualización de Competencias y Cierre Académico de
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Tesis titulada: "Implementación del control interno en el área de cuentas por cobrar
de agencia de viajes mayorista, S.A."

Presentada por: Gonzalo Marroquín Tecún

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado.



M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

M.A. Verónica Matta R.
Av. Reforma 1-64 zona 9, Oficina 505
Tel. 23 31 77 62. 23 31 7678
Ciudad.

Guatemala, 15 de julio 2016

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

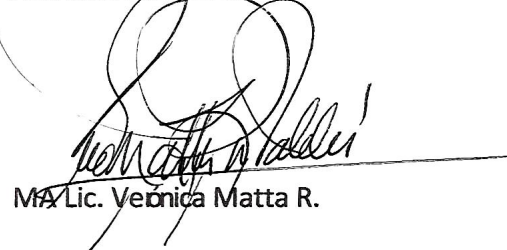
Estimados señores:

Con relación al trabajo de Tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida (PED), del tema, "IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE CUENTAS POR COBRAR DE UNA AGENCIA DE VIAJES MAYORISTA", carne No.201506923, alumno Gonzalo Marroquín Tecun de la Carrera de Licenciatura Contaduría Pública y Auditoría, he Procedido a la tutoría del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que cumple con los requisitos establecidos por la Universidad.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes,

Atentamente,



M.A. Lic. Verónica Matta R.

Lic. Verónica Matta de Valdez
Contador Público y Auditor
Colegiado No. 785

DINA NOEMÍ PÉREZ MEJÍA
Licda. en Pedagogía y Administración Educativa

Guatemala, 01 de agosto del 2016

Licenciada:
Miriam Lucrecia Cardoza Bermúdez
Universidad Panamericana
Ciudad de Guatemala.

En relación al trabajo de Informe Final de Tesis del tema **“Implementación del control interno en el área de cuentas por cobrar de agencia de viajes mayorista, S.A.”** realizado por Gonzalo Marroquín Tecún, carné No. 201506923, estudiante de la Carrera de Contador Público y Auditor.

Se ha procedido a la revisión de la misma y se hace constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana. Por lo tanto, doy el dictamen de aprobado para ser sometido al Examen Competencia Profesional –ECP-.

Me suscribo de usted, deferentemente


Licda. Dina Noemí Pérez Mejía.
Colegiada No. 14820

Dedicatoria

- A Dios:** Por permitirme concluir una etapa muy importante en mi vida, por ser la inspiración, la fuente salud y energía.
- A mis padres:** German Marroquin Muz y Maria Tecún Rodriguez, por darme la vida y valores enseñados.
- A mi esposa:** Ana Patricia Hernandez, por brindarme su apoyo, amor y comprensión.
- A mis hijas:** Maria Fernanda, Jennifer Andrea, por ser mi inspiración para seguir adelante.
- A mis hermanas:** Cristina, Agustina, Telma, Teresa y Olga por el apoyo incondicional que me brindaron.
- A mi abuela:** Juana Rodriguez (Q.E.P.D) por sus consejos brindados y el apoyo en mi etapa estudiantil.
- A mis tíos:** Pedro Tecún, Faustina Tecún y Roderico Muñoz (Q.E.P.D) por sus consejos y apoyo.
- A mis amigos:** Por su amistad y esfuerzos compartidos, por los buenos y malos momentos que pasamos juntos.
- A mi centro educativo:** Universidad Panamericana por darme los conocimientos necesarios que me sirvieron para concretar esta etapa de mi carrera.

Contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Marco Contextual	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Misión	1
1.1.2 Visión	2
1.1.3 Información comercial	2
1.1.4 Estructura organizacional	2
1.1.5 Diagnostico especifico	4
1.2 Planteamiento del problema	4
1.2.1 Diagrama de Causa y efecto	5
1.3 Pregunta de investigación	6
1.4 Justificación de la investigación	6
1.5 Objetivos de la investigación	7
1.5.1 Objetivo general	7
1.5.2 Objetivos específicos	7
1.6 Alcances y límites de la investigación	7
1.6.1 Alcances	7
1.6.2 Limites	8
Capítulo 2	9
Marco Teórico	9

2.1.	Control interno	9
2.2	Objetivos del control interno	11
2.3.	Componentes del control interno	11
2.4.	Política Crediticia	12
2.4.1.	Principales características de la política crediticia	13
2.4.2.	Clases de política crediticia	13
2.4.3.	Límites de crédito	13
2.5.	Cuentas por cobrar	14
2.5.1.	Cartera de clientes	14
2.5.2.	Clientes	15
	Capítulo 3	16
	Marco Metodológico	16
3.1.	Metodología	16
3.2.	Sujetos de la investigación	16
3.3.	Instrumentos de medición	17
3.4.	Diseño de la investigación	17
3.5.	Cronograma de actividades	18
	Capítulo 4	19
	Resultado de la Investigación	19
4.1.	Muestreo	19
4.1.1.	Sujetos	19
4.1.2.	Población muestra	19
4.2.	Presentación de resultados	20
4.2.1.	Control interno de la empresa	21
4.2.2.	Planeación de la empresa	21

4.2.3. Ventas	22
4.2.4. Estructura financiera	22
4.2.5. Integración de ventas	23
4.2.6. Antigüedad de saldos	24
4.3. Análisis de resultados	25
4.3.1. Estado de situación de la empresa	28
4.3.1.1 Análisis horizontal	28
4.3.1.2 Análisis vertical	29
4.3.2. Estado de resultados	30
4.3.2.1 Análisis horizontal	30
4.3.2.2 Análisis vertical del estado de resultados	31
4.3.3. Índices financieros presentados a IATA	32
4.3.3.1 Índices de liquidez	32
4.3.3.2 Periodo medio de cobro	32
4.3.3.3 Índice de deuda del activo	33
4.3.3.4 Índice de flujo de efectivo	33
4.3.3.5 Capital de trabajo	33
4.3.4. Aspecto fiscal	34
4.3.4.1 Código de Comercio	34
4.3.4.2 Código Tributario	34
4.3.4.3 Impuesto Sobre la Renta	35
4.3.4.4 Impuesto al Valor Agregado	36
4.3.4.5 Impuesto de Solidaridad	37
4.3.4.6 Otros Impuestos	38
4.3.5. Aspectos de auditoría	39

4.3.5.1	Objetivos de la auditoría	40
4.3.5.2	Procedimientos de la auditoría de cuentas por cobrar	41
4.4.	Conclusiones de la investigación	42
Capítulo 5		43
Propuesta de solución a la problemática		43
5.1.	Introducción	43
5.2.	Justificación	43
5.3.	Objetivos de la empresa	44
5.3.1.	Objetivo general	44
5.3.2.	Objetivo específico	44
5.4.	Propuesta	44
5.4.1.	Políticas y procedimientos	44
5.5.	Resultados esperados	52
5.6.	Presupuesto de la propuesta	53
Referencias		54
Anexos		

Lista de anexos

Base Legal de la Empresa	1
Estudio del Entono	2
Estudio del objetivo	3
Estudio de la planeación	4
Estudio de la organización	5
Estudio del control	6
Estudio sobre el personal	7
Estudio sobre compras	8
Estudio sobre ventas	9
Estructura financiera	10

Resumen

La presente investigación se llevó a cabo en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. quien tiene como objetivo principal apoyar a las agencias de viajes ofreciendo diferentes paquetes vacacionales los cuales incluyen boletos aéreos, renta de autos, hoteles, cruceros, asistencia de viajes, a cualquier destino del mundo.

El estudio se enfocó en las deficiencias del control interno del área financieras de la empresa, fundamentalmente en la administración de las cuentas por cobrar, a través del diagrama de causa y efecto.

Debido al giro normal de la empresa la mayoría de los pagos que se realizan a los proveedores son de contado, por lo que es necesario que la recuperación de las cuentas por cobrar se realice de forma efectiva para minimizar el costo financiero.

En el marco teórico se presentan los diferentes conceptos relacionados con el tema que fueron indagados para fundamentar lo relacionado sobre el control interno, cuentas por cobrar y políticas crediticias.

Se incluye los anexos de los cuestionarios realizados a las personas, así como la auditoría de cuentas por cobrar practicada a la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. para obtener la evidencia respectiva sobre los montos que integran la antigüedad de saldos de la cartera de clientes con los que cuenta la Compañía al 31 de diciembre del 2015.

En la propuesta se presenta una serie de cambios con lo que se espera mejorar la eficiencia de la recuperación de los créditos otorgados a los clientes de Empresa de Viajes Mayorista, S.A. con los cuales se estará implementando los procedimientos de cobro y los controles internos que van a permitir dar seguimiento efectivo a las cuentas por cobrar.

Introducción

En Guatemala, la industria del turismo juega un papel muy importante ya que el volumen de operaciones es de gran escala debido a que las personas andan en busca de visitar y conocer lugares fuera del territorio nacional.

Es de esta forma en el año dos mil cuatro se constituye la empresa de Viajes Mayorista, Sociedad Anónima, con la idea de contribuir en el desarrollo de Guatemala, esto provoca un crecimiento importante en sus ventas a las agencias de viajes constituidas en el País. Sus operaciones originalmente de ventas se realizaban al contado sin embargo la competitividad con otros operadores que ofrecen a sus clientes en ventas al crédito, se determinó otorgar un crédito no mayor a quince días a sus clientes.

Por lo anteriormente expuesto al realizar el diagnóstico integral a la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se estableció que debe darse mayor importancia al área de cuentas por cobrar, por lo que se deben de tomar en cuenta los problemas que se presentan regularmente, entre los que se encuentran la falta de un manual de procedimientos para el puesto de créditos y cobros, cartera de clientes con una antigüedad de saldos mayor a ciento veinte días, el descontrol en la facturación la cual se origina en el departamento de ventas.

Bajo este contexto se desarrolló el presente trabajo denominado **IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE CUENTAS POR COBRAR DE EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.** El cual tiene como propósito la recuperación efectiva que garantice la liquidez de la empresa, para alcanzar el objetivo planteado. El presente trabajo consta de cinco capítulos.

En el capítulo uno, se describe los antecedentes históricos de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A y su entorno legal, así como los objetivos generales y específicos.

El capítulo dos, se detalla el marco teórico el cual consta de estudios realizados en el área de control interno, cuentas por cobrar, utilizando libros, documentos etc. Sobre el problema que se está planteando, en este capítulo nos ayuda a documentar nuestra investigación.

El capítulo tres, se describe sobre el marco metodológico, la metodología a realizar así como los sujetos de la investigación, los instrumentos de medición que se utilizan en el presente trabajo de investigación.

El capítulo cuatro, se presentan los resultados de la investigación el cual incluye muestreo, presentación de resultados, análisis de resultados y conclusiones de investigación.

El capítulo cinco, en el que se presenta la propuesta de solución a la problemática encontrada, en base al diagnóstico realizado, en el que se presentan políticas y procedimientos para mejorar el control interno.

Además se agregan referencias y anexos.

Capítulo 1

Marco Contextual

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La Empresa de Viajes Mayorista Sociedad Anónima, forma parte de un grupo el cual su casa matriz se encuentra en la República de El Salvador, que a su vez se han ido extendiendo a Honduras y Costa Rica.

Con la idea de invertir en Guatemala se realiza la constitución de la Empresa en octubre del año dos mil cuatro según consta en escritura de constitución trescientos catorce (314) ante el notario Jorge Rodolfo Boch. Desde entonces se ha convertido en líder en el mercado siendo uno de los más grandes mayoristas de viajes la oficina se encuentra ubicada en la 16 calle 8-28 zona 10, Guatemala, Guatemala.

La finalidad de la empresa es cualquier actividad relacionada con la industria del turismo, agencia de viajes, hotelería en general, se empezó con dos empleados los cuales tenían a su cargo la emisión de reservas, así como la administración de la misma, sin embargo al día de hoy la Empresa cuenta con veintidós personas divididas en el área administrativa y ventas.

En la actualidad la Empresa se ha extendido en ofrecer turismo receptivo el cual tiene como objeto dar a conocer todos los lugares turísticos con los que cuenta Guatemala, mostrarlos en otros países y así aumentar el ingreso de turistas a nuestro país.

1.1.1 MISIÓN

Brindar la mejor experiencia en compra de productos turísticos los cuales cumplen sueños, conectan familias, concretar negocios a través de colaboradores comprometidos, construyendo una empresa estable.

1.1.2 VISIÓN

Ser el mayor comercializador de productos turísticos en Centroamérica, consolidándose como referente de la industria.

1.1.3 INFORMACIÓN COMERCIAL

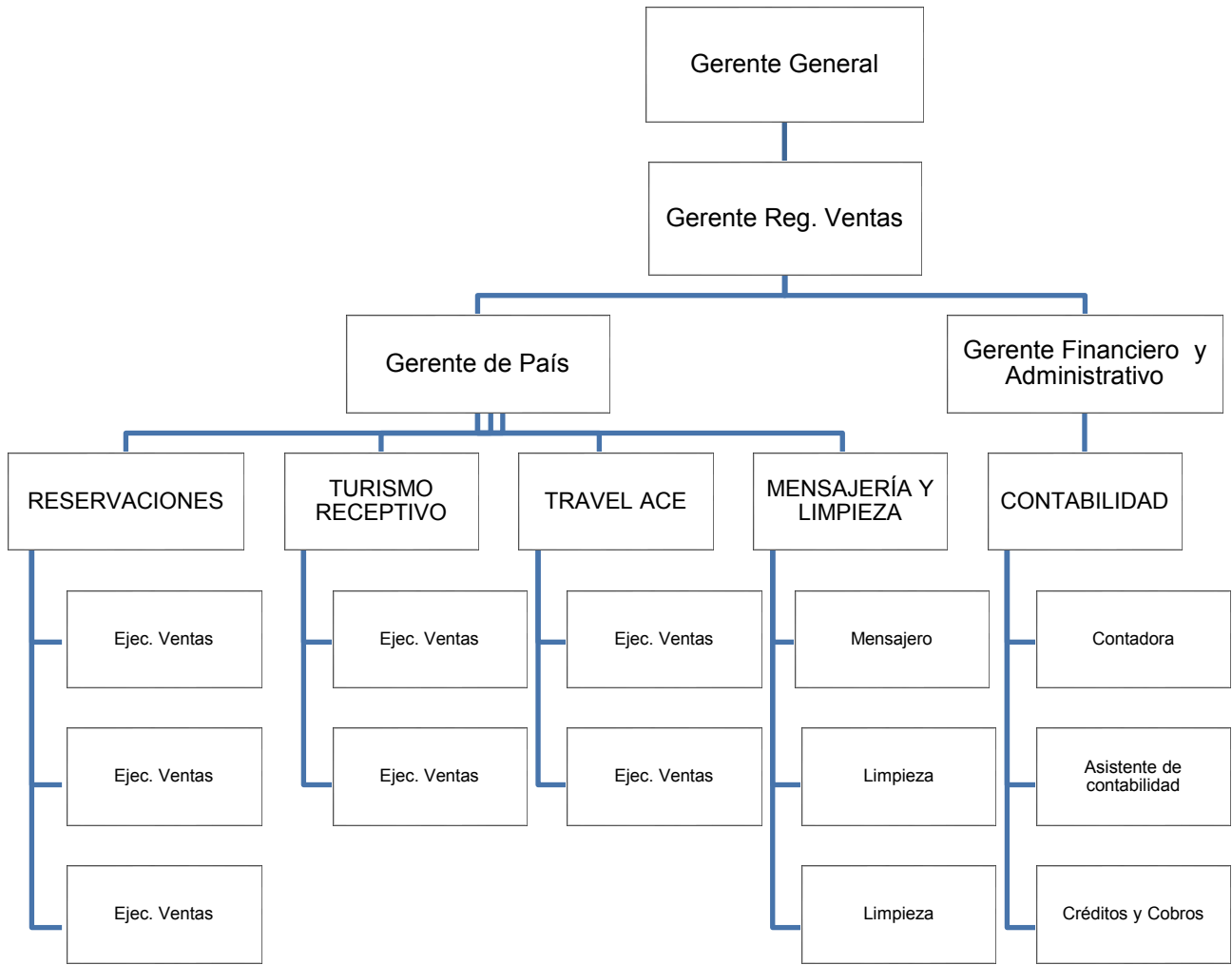
La Empresa de Viajes Mayorista, S.A. busca apoyar de forma integral a las agencias de viajes para que estas puedan satisfacer las necesidades de los viajeros más exigentes, por lo cual ofrece en el mercado lo siguiente:

1. Operador mayorista de Avianca Tours
2. Paquetes a Europa, América,
3. Operador receptivo en Guatemala
4. Servicio de Hoteles, traslados a cualquier parte del mundo

1.1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Como toda empresa requiere de una estructura organizacional para que funcione correctamente, independientemente del número de personas que la conforman, la estructura describe los puestos de trabajo, responsabilidades de cada persona, así como establece las relaciones de autoridad. La Empresa de Viajes Mayorista, S.A. su estructura está basada en las relaciones de mando verticales descendentes, según el organigrama de la página siguiente.

ORGANIGRAMA



Fuente: Proporcionado por la gerencia general de la empresa.

1.1.5 DIAGNÓSTICO ESPECÍFICO

De acuerdo con el estudio realizado en las áreas de ventas y financiera se pudo contactar los siguientes hallazgos negativos:

1. No se factura diariamente los servicios solicitados por los clientes por lo que atrasa en la recuperación del efectivo.
2. No fueron capacitados en el sistema de reservas
3. No hay un manual de procedimientos
4. No se presentan estados financieros oportunamente, debido a la falta de procedimientos claros.
5. Los cheques son elaborados manualmente
6. Conciliaciones bancarias no están actualizadas
7. No se cuenta con manual de procedimientos en cada puesto
8. El sistema contable no genera los reportes esperados
9. Se encuentra una cartera de clientes con una antigüedad de saldos a más 120 días, considerando que la empresa el tiempo que otorga es de 15 días de crédito.
10. Reclamos a contabilidad por la duplicidad en los cobros
11. No se lleva el control de las operaciones del departamento de ventas que afectan en la recuperación de cartera de clientes

El área que necesita atención se encuentra dentro del área financiera específicamente CUENTAS POR COBRAR, dentro de toda empresa significa una herramienta importante ya que tiene relación con el Departamento de ventas representa 65% con respecto al activo fijo de la empresa por lo que si tiene una importancia relativa

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como resultado del estudio realizado en la Empresa De Viajes Mayorista, S.A. se ha podido identificar la necesidad de elaborar un manual de procedimientos con los cuales se pueda mejorar de una forma óptima la recuperación de las cuentas por cobrar.

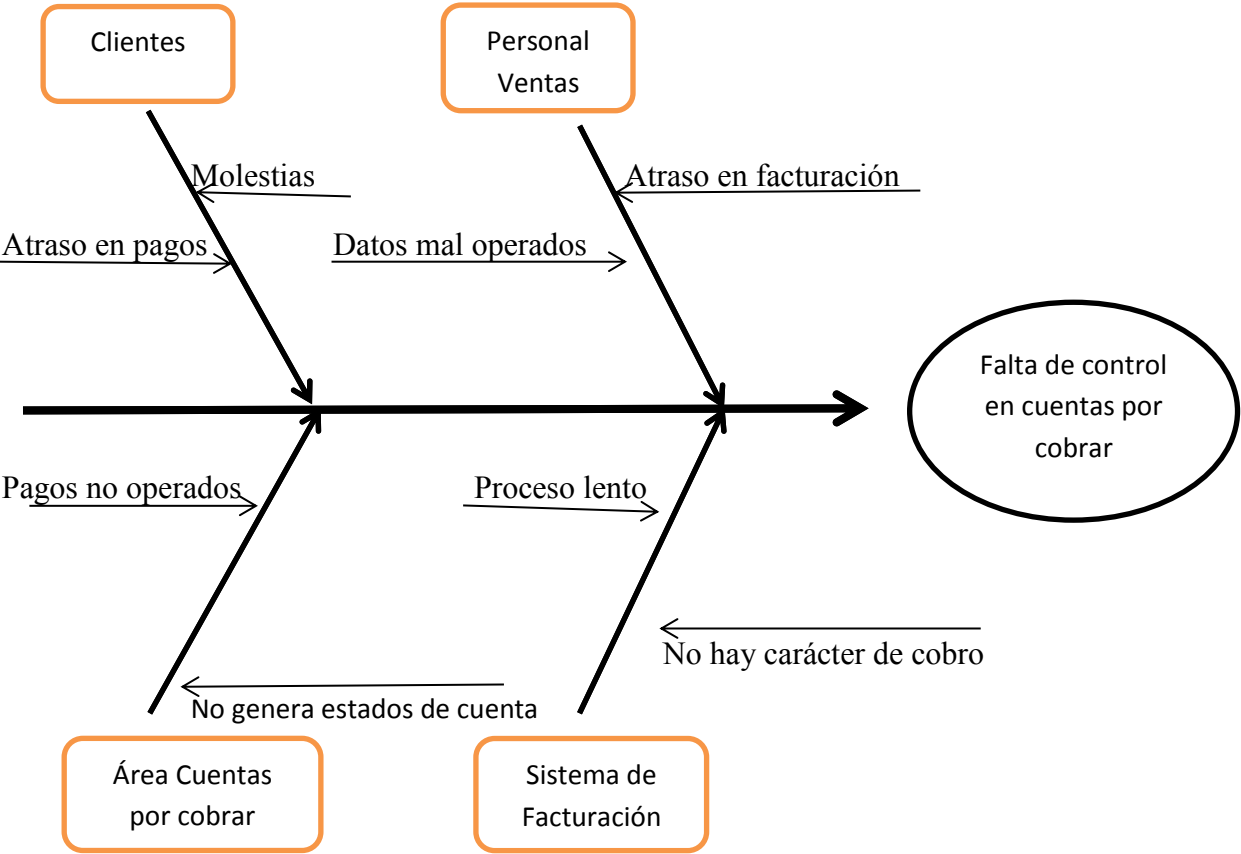
Sin embargo hay que recalcar que el problema surge en el momento que el departamento de ventas realiza las reservas en el sistema electrónico que cuenta la empresa.

El atraso en ingresar la información al sistema de facturación se debe a que el procedimiento se vuelve lento y esto debido a que el sistema que utiliza el servidor se encuentra ubicado en Amazon. Esto trae como consecuencia lo siguiente:

- 1. Atraso en el ingreso de información
- 2. Descontrol de los días de crédito otorgado a los clientes
- 3. Descontrol en la recuperación de las cuentas por cobrar
- 4. Falta de flujo de efectivo para la operación diaria de la empresa.
- 5. Duplicidad en el cobros a los clientes por no llevar al día la aplicación de los cobros realizados
- 6. Malestar de los clientes

1.2.1. DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO

El presente diagrama representa la relación del efecto (problema) y las posibles causas que lo ocasionan en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A.



1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo puede la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. lograr la recuperación efectiva de la cartera crediticia a través de la política crediticia?

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las grandes empresas en Guatemala se hacen más competitivas dentro de su ramo y cada vez adoptan los cambios necesarios para mejorar y facilitar la recuperación de una área importante como lo son las cuentas por cobrar.

Para la Empresa de Viajes Mayorista, S.A resulta importante solucionar el problema con el área de las cuentas por cobrar debido a que la falta de liquidez ha llevado a que no se cumplan con los pagos a los diferentes operadores (proveedores) en el exterior.

Este manual ayudará a tener una mejor comunicación con el departamento de ventas quienes forman parte del primer filtro para ingresar la información al sistema ya que son ellos los que tienen la comunicación directa con los clientes, pactan los precios de ventas, descuentos e incentivos.

Con un manual de procedimientos para el control interno en las cuentas por cobrar permite a los usuarios tener con claridad lo siguiente:

1. Procedimiento para la utilización del sistema de facturación
2. Requisitos que hay que cumplir en el envío de estados de cuentas a los clientes
3. Facilitar a cualquier persona que lleve a ocupar el puesto en el área, y no tener que estar inventando cosas que pongan en riesgo la recuperación.
4. Satisfacción del cliente externo conforme a un correcto requerimiento de cobro
5. Evitar reclamos e inconformidad por parte de los clientes
6. Satisfacción del cliente interno

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Objetivo General

Implementación del control interno en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. Para poder brindar apoyo en la toma de decisiones como función primordial del control de Cartera para lograr su recuperación rápida, segura y económica.

1.5.2 Objetivos específicos

Para lograr una recuperación efectiva en el área de cuentas por cobrar es necesario lo siguiente:

1. Diseñar un manual de cuentas por cobrar para lograr su recuperación rápida y segura
2. Implementar políticas de cobros a los clientes de forma ágil para evitar una cartera con morosidad.
3. Proporcionar una herramienta a la empresa para ser más efectiva con el objeto de tener una cartera sana.

1.6 ALCANCES Y LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el alcance de la investigación se pretende llegar a dar una solución al problema planteado anteriormente, sin embargo existen límites los cuales se deben de respetar.

1.6.1 ALCANCES

Con el proyecto de implementación de control interno en el área de cuentas por cobrar en una Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se espera alcanzar la creación de un diseño de un manual de normas y procedimientos para definir el proceso de créditos y cobros, con el que se logra agilizar el cobro a los clientes así como definir los pasos a seguir al momento de otorgar un crédito nuevo.

1. Ahorrar tiempo y trabajo el cual se puede utilizar para otros deberes dentro del entorno del departamento.
2. Evitar seguir utilizando el método antiguo lo que ha generado el descontrol de las cuentas por cobrar ya que no se le da un seguimiento a las facturas cuando estas vencen.

3. La empresa puede mirar hacia otros horizontes debido a la agilización de su sistema.

1.6.2 LÍMITES

El estudio se realizó en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. la cual se encuentra ubicada en zona 10, de la ciudad de Guatemala, a solicitud de la misma, no se utiliza el nombre real de la sociedad.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 CONTROL INTERNO

El control interno en las cuentas por cobrar es una herramienta que se va a utilizar para mejorar la recuperación de la misma.

En la definición de cuentas por cobrar el autor Granados en el libro fundamentos, principios e introducción a la contabilidad dice:

Representa un derecho de la empresa originado por ventas a crédito, préstamos a empleados en definitiva por el cumplimiento de su objeto social. Se debita cuando se adquiere el derecho o por las notas de débito emitidas por la propia compañía, se acredita cuando los clientes hacen pagos parciales o totales, cuando se hacen notas de crédito por la propia compañía cuando nos devuelven mercadería o cuando se da de baja por dificultad en el recaudo (P177).

El Control Interno es un proceso que lleva a cabo la Alta Dirección de una organización y que debe estar diseñado para dar una seguridad razonable, en relación con el logro de los objetivos previamente establecidos en los siguientes aspectos básicos: Efectividad y eficiencia de las operaciones; confiabilidad de los reportes financieros y cumplimiento de leyes, normas y regulaciones, que enmarcan la actuación administrativa.

El señor Catacora (2000) define el control interno como:

Es la base sobre el cual descansa la confiabilidad de un sistema contable, el grado de fortaleza determina si existe una seguridad razonable de las operaciones reflejadas en los estados financieros. Una debilidad importante del control interno, o un sistema de control interno poco confiable, representa un aspecto negativo dentro del sistema contable, (p.238)

Lo que el autor menciona y hace énfasis es que el control interno dentro de una organización sirve como una herramienta confiable para los socios de las empresas.

Otra definición dice:

“El control interno es una función que tiene por objeto salvaguardar y preservar los bienes de la empresa, evitar desembolsos indebidos de fondos y ofrecer la seguridad de que no se contraerán obligaciones sin autorización” http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040115082454-14_.html

Los autores Horngreen, Sundem y Elliot (200) indican lo siguiente

“El control interno sistema de comprobaciones y balances que garantiza que todas las actividades que se llevan a cabo dentro de la compañía son compatibles con los objetivos organizacionales, (p.89)”

Otro concepto de los autores

“métodos y procedimientos gracias a los cuales se autorizan las transacciones se salvaguardan los activos y se garantiza la exactitud de los registros financieros”

Según la guía para los estándares internacionales de auditoría en la PYMES, Auditoría Financiera de Pymes, (2007) ISA 315 define el control interno como:

Un proceso diseñado y efectuado por quienes tienen el cargo el gobierno, la administración y otro personal y, que tiene la intención de dar seguridad razonable sobre el logro de los objetivos de la entidad con relación a la confiabilidad de la información financiera, la efectividad y la eficiencia de las operaciones, y el cumplimiento con las leyes y regulaciones aplicables (p43).

2.2 OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO

El Control Interno tiene como objetivo fundamental establecer las acciones, las políticas, los métodos, procedimientos y mecanismos de prevención, control, evaluación y de mejoramiento continuo de la entidad para garantizar una función administrativa transparente, eficiente.

Entre los objetivos del control interno se encuentran:

1. Proteger los activos de la organización evitando pérdidas por fraudes o negligencias.
2. Asegurar la exactitud y veracidad de los datos contables y extracontables, los cuales son utilizados por la dirección para la toma de decisiones.
3. Promover la eficiencia de la explotación.
4. Estimular el seguimiento de las prácticas ordenadas por la gerencia.
5. Promover y evaluar la seguridad, la calidad y la mejora continua.

2.3 COMPONENTES DEL CONTROL INTERNO

Dentro del proceso de control que las organizaciones deben tener en cuenta se identifican cinco elementos de control interno que se relacionan entre sí y son inherentes al estilo de gestión de la empresa que los crea para su cumplimiento.

Los componentes del control interno son el cuerpo del sistema y existen por las funciones que desarrollan cada uno de ellos. Proporcionan un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de los objetivos dentro de las siguientes categorías:

1. Eficacia y eficiencia de las operaciones
2. Fiabilidad de la información financiera
3. Cumplimiento de las leyes y normas aplicables

2.4 POLÍTICA CREDITICIA

La Política Crediticia se define como:

Conjunto de criterios, lineamientos y directrices utilizados por las autoridades monetarias para determinar el destino de los recursos financieros dirigidos a los diferentes agentes económicos en forma de créditos, induciendo el desarrollo de áreas o sectores económicos prioritarios y estratégicos, mediante el uso de instrumentos y mecanismos como la tasa de interés, tasa de acceso al redescuento, encaje legal y algunos otros de carácter normativo, <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/43/politicas.htm>

Dentro del contexto macroeconómico, en la página electrónica sobre economía dice lo siguiente:

conjunto de medidas que tienen como consecuencia una variación en la cantidad de recursos disponibles para el crédito y en las condiciones para la disposición de éste, por lo que esta política está estrechamente relacionada con la política monetaria e incluso puede ser considerada como parte de él. <http://www.economia48.com/spa/d/politica-crediticia/politica-crediticia.htm>

La política de crédito de una empresa da la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no debe solo ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito.

2.4.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA POLÍTICA CREDITICIA

¿Que la directriz o política debe transmitir la alta gerencia al gerente de crédito?, depende de varios factores como necesidades de, efectivo, volumen de ventas, condiciones de mercado, sector empresarial, etc, pero siempre debe buscar lo que más beneficie a la empresa,

<http://www.unilibre.edu.co/CienciasEconomicas/Webcontaduria/estudie/Carte/CarteraCrediticia/dipoli.htm#>

Según esta página dice las características inherentes a esta directriz básica son:

- Evitar riesgos irrazonables e innecesarios
- Ejercer una vigilancia constante sobre las cuentas por pagar.
- Empezar rápidos y eficaces esfuerzos de cobro y reaccionar rápidamente ante los indicios de peligro, que señalan la posibilidad de la pérdida de una cuenta.

En general, estos deben ser los principales aspectos, que debe contener.

2.4.2 CLASES DE POLÍTICAS CREDITICIAS

Pueden ser políticas duras o blandas, aunque hay organizaciones que las conocen con el nombre de estrictas o amplias, también conservadores o liberales, o restringidas o abiertas.

En el primer caso se trata de créditos que para ser otorgados se exigen requisitos difíciles y que se otorgan bajo condiciones exigentes. En el segundo caso, se trata de políticas blandas.

2.4.3 LÍMITES DE CRÉDITO

El límite de crédito según la página electrónica geocities dije el siguiente contexto “Es el monto máximo de crédito que el cliente puede contraer para pagar puntualmente”

<http://www.geocities.com/paconta/carte/cartera.htm>

Cómo se fija el límite de crédito: se encuentran diversas fórmulas: el mismo cupo más alto otorgado por proveedores de la misma línea; un porcentaje (5, 10,15%) del patrimonio; dividir el patrimonio por el número de proveedores del cliente, etc. Todos no son sino aproximaciones a la realidad.

La más acertada es la basada en las necesidades del cliente y en su capacidad de pago, pues una cosa es cuánto necesita el cliente otra cuánto puede pagar. Por esto es necesario averiguar bien estos dos aspectos.

2.5 CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar representan los activos adquiridos por la empresa a través de letras, pagarés u otros documentos por cobrar proveniente de las operaciones comerciales de ventas de bienes o servicios y también provenientes de otros conceptos. Por lo tanto, la empresa debe registrar de una manera adecuada todos los movimientos referidos a estos documentos, ya que constituyen parte de su activo, y sobretodo debe controlar que éstos no pierdan su formalidad para convertirse en dinero.

Las cuentas a cargo de compañías, subsidiarias, afiliadas y asociadas deben presentarse en renglón por separado dentro del grupo Cuentas por Cobrar, debido a que frecuentemente tienen características especiales en cuanto a su exigibilidad. Se considera que estas cuentas no son exigibles de inmediato y que sus saldos más bien tienen el carácter de inversiones por parte de la entidad, deberán clasificarse en capítulo especial del activo no circulante, como por ejemplo: Cuentas por cobrar a afiliadas

2.5.1 CARTERA DE CLIENTES

Podemos definir en la cartera de clientes según el autor Orellana (2007) dice

Conjunto de documentos emitidos a favor de la empresa que los tiene, los cuales son títulos de crédito que incorporan un derecho literal y autónomo cuyo ejercicio o transferencia es imposible independientemente del título, los cuales tienen la calidad de

bienes muebles, tales como letras de cambio, pagares, cheques, obligaciones de las sociedades deben tures, certificados de depósitos, facturas cambiarias. Orellana, A. Términos contables.

La idea general de la cartera de clientes dentro de las empresas, es que todas las personas que compraron un producto alguna vez, son clientes que van a comprar de nuevo.

2.5.2 CLIENTES

En toda organización empresarial, el cliente es una figura que siempre está presente, es quien demanda los productos y servicios que las empresas ofrecen y por lo que consiguen consolidarse en el mercado y obtienen los ingresos y rendimientos para posicionarse y sobrevivir.

El cliente es el protagonista de la acción comercial, ya que ellos significan, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de las empresas.

Capítulo 3

Marco Metodológico

El Marco Metodológico se puede definir como El apartado del trabajo que dará el giro a la investigación, es donde se expone la manera como se va a realizar el estudio, los pasos para realizarlo, su método.

En esta sección se exponen de forma precisa el tipo de datos que se requiere indagar para el logro de los objetivos de la investigación, así como la descripción de los distintos métodos y las técnicas que posibilitan obtener la información necesaria.

3.1 METODOLOGÍA

Todo método está compuesto por una serie de pasos para alcanzar una meta. De este modo los métodos de investigación describirían los pasos para alcanzar el fin de la investigación.

Para esta investigación se aplican procesos metodológicos entre ellos: hipótesis, variables e indicadores, instrumentos, diseño, interpretación y análisis. Con el propósito de cumplir con los objetivos planteados y así poder determinar la efectividad en la evaluación del control interno en la política de créditos.

Una vez que sean recopilados los datos por los instrumentos diseñados será necesario procesarlos, es decir elaborar cuadros estadísticos y matemáticos, ya que la cuantificación permiten tener respuesta a la hipótesis planteada.

3.2 SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

La empresa donde se realiza el proyecto de investigación será una Empresa de Viajes Mayorista, S.A. La cual cuenta con diez años de estar en el mercado de turismo y se encuentra ubicada en la zona diez de la ciudad capital. Las áreas que se consideran en el presente estudio, son, personal administrativo de la empresa, que está conformado por la Gerencia Financiera y personal del departamento de Créditos y Cobros.

El número de personas que comprende la administración de la organización donde se realiza la investigación es de cinco (5) quienes están relacionadas directamente con las cuentas por cobrar de la empresa.

El Departamento de ventas que cuenta con doce personas y un gerente de país quienes tienen a su cargo la alimentación del programa directamente en reservas, que consiste en crear un servicio el cual a su vez genera un pagare, documento que sirve como referencia para el departamento de créditos y cobros.

3.3 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Para la investigación se utiliza un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, dirigidos a las personas que conforman el departamento financiero así como al departamento de créditos y cobros con el propósito de la evaluación del control interno en la política de créditos para la recuperación efectiva de la cartera de clientes.

Con el cuestionario se verifica en qué grado se cumplen los objetivos de la Institución, los cuales deben de estar relacionados con los fijados por la Dirección de la Empresa (Anexos).

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Al diseñar la investigación se decidió aplicar el método científico en las siguientes etapas: la primera etapa se utilizó la observación documental que es un examen crítico y cuidadoso de los fenómenos, notando y analizando los diferentes factores y circunstancias que parecen afectarlos.

La segunda etapa consistió en la Hipótesis o teoría la cual propuso explicaciones tentativas, que debieron ser probadas mediante experimentos, en donde se formula la pregunta de investigación donde se definen los objetivos y se delimitan las variables e indicadores que sirven para elaborar las preguntas del cuestionario.

La tercera etapa consiste en la verificación y análisis del tema con relación a la teoría expuesta por diferentes autores, debido a que es más estructurada y proporciona sentido de comprensión del tema

3.4.1 CRONOGRAMA

El cronograma es la presentación gráfica y ordenada de las funciones y tareas de la presente investigación, para que se lleven a cabo en el tiempo estipulado y bajo las condiciones que garanticen la optimización del tiempo

No.	Actividad	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Correcciones al plan de muestreo a tutor		■																						
2	Devolución informe del tutor			■																					
3	Recopilación y análisis de datos, alumnos				■	■	■	■	■																
4	Entrega de informe tutores y correcciones									■															
5	Presentación de resultados										■	■	■												
6	Entrega de informe tutores y correcciones													■											
7	Entrega final segundo modulo														■										
8	Propuesta y discusión de resultados																		■						
9	Entrega de informe tutores y correcciones																			■					
10	Presentación de informe final																				■				
11	Asignación de revisores																					■			
12	Dictamen de revisor																								■

Capítulo 4

Resultado de la investigación

4.1. Muestro

4.1.1. Sujetos

En el proyecto de evaluación de la cartera de créditos de la Empresa de Viajes Mayorista S.A. se divide el objeto de estudio en el análisis del control interno en general de la empresa, adicionalmente se analiza la estructura financiera de la cartera de créditos que esta conformada por 70 clientes o agencias.

4.1.2. POBLACIÓN MUESTRA

Para la evaluación de control interno se involucró a las personas que intervienen directamente en los procesos, tanto a nivel de mando, como a nivel de ejecución.

CUADRO No. 1.

POBLACIÓN	
Departamento	No. De Personas
Ventas	12
Gerente de País	1
Administración	1
Financiero	4
TOTAL	18

Como población para el análisis, se el total de clientes con los que cuenta la empresa, los cuales ascienden que ascienden a la cantidad de Setenta, (70), por medio de la siguiente fórmula estadística se determinó el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N\sigma^2 z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 z^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error maestral.

$$n = \frac{70 * 0.50^2 * 1.96^2}{0.05^2(70 - 1) + 0.50^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{70 * 0.25 * 3.8416}{0.0025(69) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{67.23}{0.1725 + 0.9604}$$

$$n = \frac{67.23}{1.1329}$$

$$\underline{n = 59.34}$$

Para tener un intervalo de confianza aceptable se revisaron un total de cincuenta y nueve (59) saldos de clientes no importando su morosidad para verificar la razonabilidad de estructura de la cartera de créditos.

4.2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos durante el proceso de investigación en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A.

4.2.1. CONTROL INTERNO DE LA EMPRESA

Se realizó una evaluación a las dieciocho personas que formaron el universo de la población de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

CUADRO No. 2		
CONTROL INTERNO DE LA EMPRESA		
	Si	No
Conoce el objetivo de la empresa	2	16
Cuentan con manual de procedimientos	3	15
Cuentan con base de datos de clientes	14	4
Se tienen metas específicas en Dpto Ventas	14	4
Se revisan precios del mercado	14	4
Se manejan estadísticas de ventas	15	3
Se Presentan Estados financieros oportunamente	1	17

El resultado obtenido reflejo que dentro de la corporación existe deficiencia en el control interno dentro de la corporación, esto se ve reflejado en el resultado de la empresa al momento de la entrega de reportes.

4.2.2. PLANEACIÓN DE LA EMPRESA

Esta evaluación fue de gran importancia ya que se evaluó el plan de negocios de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. y como plan maestro relacionado con la misión, requisito indispensable para el equipo de valuación.

CUADRO No. 3		
PLANEACIÓN DE LA EMPRESA		
	Si	No
Cuentan con un plan de negocios	4	14
Existe departamento de mercadeo	0	18
Existen políticas internas	2	16
Conoce la misión, visión	2	16

El resultado indica en general, que la empresa sigue con un plan de negocios los cuales son establecidos por la casa matriz, por lo que por medio de la implementación del control interno, se puede dar a conocer lo que persigue para alcanzar los resultados.

4.2.3. VENTAS

En este departamento tiene como objetivo de aumentar el comercio en especial la demanda. Para los cual es necesario utilizar diferentes técnicas para lograr una venta efectiva, este departamento es crucial para funcionamiento de la empresa.

CUADRO No. 4 VENTAS		
	Si	No
Tienen manual de ventas	1	17
Existe planeación en ventas	1	17
Existe un presupuesto de ventas	15	3
Se recibe capacitación constantemente	15	3
Se maneja un archivo de historial de ventas	4	14
Se incentiva al departamento para cumplir su meta	14	4
Existe manual de descuentos	1	17

El resultado del cuestionario refleja que se incentiva al personal, lo más importante es que se realizan capacitaciones constantemente fuera de la República de Guatemala, para poder conocer los destinos que ofrecen a las agencias de viajes.

4.2.4. ESTRUCTURA FINANCIERA

En todas las evaluaciones es necesaria analizar la situación financiera de la empresa, por lo que a continuación se presenta un cuestionario realizado, para analizar cómo está conformada los recursos financieros de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. por lo que la evaluación se realizó solo con el personal encargado de los resultados económicos de la empresa.

CUADRO No. 5 ESTRUCTURA FINANCIERA		
	Si	No
Se preparan oportunamente los estados financieros	2	3
Existe manual de procedimiento contable	0	5
Se llevan los registros adecuados a las leyes del país	5	0
Están definidas las atribuciones contables	1	4
Existe programa contable	5	0
Se maneja efectivo en la empresa	5	0
Los pagos recibidos se depositan el mismo día	4	1
Se envían oportunamente los estados de cuenta	4	1
Se concilia depósitos contra recibos de caja	4	1
Existen políticas de créditos a los clientes	1	4
Se estudian los antecedentes de los clientes	1	4

Existe una gran debilidad dentro de la estructura financiera de la empresa, ya que los resultados de las operaciones mensuales no son entregados a tiempo según el resultado de la evaluación realizada, esto afecta en el resultado que la empresa no pueda cumplir con el objetivo de entrega de informes oportunamente a la junta directiva.

4.2.5. INTEGRACIÓN DE VENTAS

Debido al giro normal de las Agencias de Viajes, los pagos de sus clientes normalmente se realizan de contado, sin embargo para darle financiamiento a las agencias de viajes, la empresa proporciona un crédito no mayor de quince días a partir de la fecha en la que se genera la reserva, por lo que a continuación se presenta el reporte de ventas que corresponde del 01 de enero al 31 de diciembre del 2015.

CUADRO No. 6			
EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.			
REPORTE DE VENTAS REALIZADAS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2015			
Cifras expresada en Quetzales			
PERIODO	2015	CONTADO	CRÉDITO
ENERO	982,638.60	147,395.79	835,242.81
FEBRERO	2,634,973.51	395,246.03	2,239,727.48
MARZO	3,206,870.64	481,030.60	2,725,840.05
ABRIL	2,173,078.90	325,961.83	1,847,117.06
MAYO	2,034,607.32	305,191.10	1,729,416.23
JUNIO	2,924,317.43	438,647.61	2,485,669.82
JULIO	2,763,566.35	414,534.95	2,349,031.40
AGOSTO	2,509,102.75	476,729.52	2,032,373.22
SEPTIEMBRE	2,806,744.54	421,011.68	2,385,732.86
OCTUBRE	2,966,512.09	444,976.81	2,521,535.28
NOVIEMBRE	3,175,551.58	444,577.22	2,730,974.36
DICIEMBRE	2,532,870.62	481,245.42	2,051,625.20
TOTALES	30,710,834.32	4,776,548.57	25,934,285.75
PORCENTAJE	100%	16%	84%

Fuente: proporcionado por la gerencia financiera de la empresa.

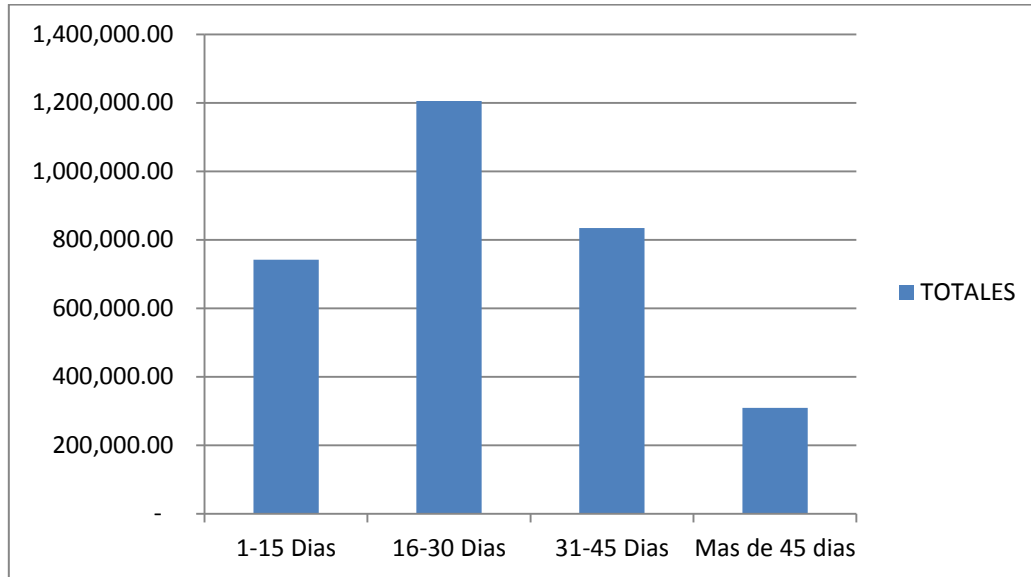
Con base en el cuadro se pudo establecer que un 16% del valor total de las ventas se realizan al contado, el 84% son ventas al crédito, por lo que este valor es de importancia relativa para el análisis de la investigación.

4.2.6. ANTIGÜEDAD DE SALDOS

La administración proporcionó los saldos de los clientes al 31 de diciembre del año 2015, por lo que a continuación se presentan como están integrados dichos saldos, estas cifras están integradas en el balance dentro del rubro de cuentas por cobrar.

CUADRO No. 7					
EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.					
ANTIGÜEDAD DE SALDOS AL 31 DE DICIEMBRE 2015					
Cifras expresada en Quetzales					
CLIENTES	TOTAL	1-15 Días	16-30 Días	31-45 Días	Más de 45 días
TOTALES	3,068,354.21	736,405.01	1,196,658.14	828,455.64	306,835.42
PORCENTAJE	100%	24%	39%	27%	10%

GRÁFICA No. 1
ANTIGÜEDAD DE SALDOS DE CLIENTES
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015



Debido a que el crédito que la empresa concede a los clientes es aproximado de quince días, según los datos que se presentan, se estableció que la barra más alta está entre dieciséis a treinta días que ocupa un 39%, las otras dos suman un 66% por lo que es necesario la implementación del control interno en las cuentas por cobrar para lograr una recuperación más efectiva, con el objeto que la empresa pueda tener mayor liquidez en el flujo de efectivo.

4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para la presente investigación se desarrollaron diversas actividades que conllevan a la implementación del control interno en el área de cuentas por cobrar de una Empresa de Viajes Mayorista, S.A. con una población total de 18 personas, distribuidas en las áreas de ventas, administración y financiera.

En el control interno de la empresa se pudo establecer que existe una debilidad la cual afecta directamente en el resultado que la empresa, ya que al no contar con un manual de

procedimientos, no se logran detectar los errores cometidos al momento de registrar las operaciones de la empresa.

En la planeación de la empresa, no se cuenta con un departamento de mercadeo que pueda apoyar al crecimiento interno dentro de la empresa, algo muy importante es que la mayoría desconoce la misión y visión de la empresa y se pudo corroborar que si existen, sin embargo no están en un lugar visible en el cual todas las personas, puedan conocer los objetivos que sigue la empresa.

En el área de ventas se capacita al personal responsable del área, las cuales consta de conocer lugares turísticos fuera del territorio de Guatemala, los cuales se pueden ofrecer a las agencias de viajes, sin embargo no existe un manual de procedimientos donde indique los descuentos, incentivos, comisiones que se otorgan a las agencias (clientes), cada vendedor cuenta con una meta asignada la cual al momento de cumplirla reciben un bono adicional.

Dentro de la estructura financiera los estados financieros se entregan después de los quince días del mes siguiente, sin embargo no existen definidas las atribuciones principales del área contable para mejorar el resultado en la entrega de la información a la gerencia general.

Debido al giro de la empresa, normalmente las ventas deberían ser directamente al contado ya que el pago a operadores del exterior (proveedores) se realizan al contado, esto para evitar que los pasajeros tengan que realizar pagos adicionales al país que visitan, sin embargo a las agencias de viajes se les da facilidad de que los pagos los puedan realizar ocho días después de haber recibido su estado de cuenta.

Dentro del resultado reflejado al treinta y uno de diciembre del año dos mil quince las ventas ascendieron a Treinta millones setecientos diez mil ochocientos treinta y cuatro quetzales con 32/100 (Q. 30,710,834.32) que las mismas son distribuidas en un 16% al contado y un 84% se realizan al crédito.

Ejemplo de la venta de un paquete a una agencia de viajes

Paquete incluye: Boleto Aéreo, Asistencia de viajes, Hotel y Automóvil

Se entiende por venta el precio que se le da a la agencia de viajes, del cual normalmente se les otorga un 10% de comisión. Es de mencionar que estos son servicios, y se generan fuera del territorio de Guatemala, por lo que a continuación se presenta una forma de registrar una venta de \$ 1,000.00 realizando a una agencia X.

Precio de Venta	8,000.00	
(-)Comisión	<u>800.00</u>	
Cuenta por cobrar	7,200.00	Cuenta de Activo
(-) Pago a operador	<u>6,400.00</u>	Cuenta de Pasivo
Comisión ganada	800.00	Cuenta de Pasivo

El registro contable queda de la siguiente forma:

31/12/XX	Partida No. X	Debe	Haber
	Cuentas por cobrar	Q 7,200.00	
	Operadores por pagar		Q 6,400.00
	Comisiones ganadas operadores		Q 800.00
	Registro de venta de paquete agencia x	Q 7,200.00	Q 7,200.00

La utilidad generada se lleva a una cuenta de pasivo para que al finalizar el mes se emite una factura por el valor total de la utilidad generada, la cual esto corresponde a la comisión que la empresa recibe por un servicio del exterior, el registro contable queda de la siguiente forma:

31/12/XX	Partida No. X	Debe	Haber
	Cuenta por cobrar operadores	Q 800.00	
	Comisiones Ganadas (resultado)		Q 714.29
	IVA por Cobrar		Q 85.71
	Registro de comisiones ganadas en el mes XX	Q 800.00	Q 800.00

La Factura emitida para el operador del exterior (proveedores) por concepto de comisiones ganadas se liquida de la siguiente forma:

31/12/XX	Partida No. X	Debe	Haber
	Comisiones ganadas operadores	Q 800.00	
	Cuenta por cobrar operadores		Q 800.00
	Reclasificación de Fact. X por comisiones	Q 800.00	Q 800.00

4.3.1. ESTADO DE SITUACIÓN DE LA EMPRESA

4.3.1.1. ANÁLISIS HORIZONTAL

En el desarrollo de la investigación la administración de la empresa proporcionó el balance general de la empresa al 31 de diciembre del 2015, derivado de esto se realizó un análisis vertical y horizontal sobre el cual se determinó lo siguiente:

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
ANÁLISIS HORIZONTAL
BALANCE GENERAL COMPRENDIDO AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014
(cifras expresadas en Quetzales)

CUENTAS	2015	2014	Variación Absoluta	Variación Relativa
Caja y Bancos	590,729.17	923,359.30	-332,630.13	-36.02%
Cuentas por cobrar	3,285,084.30	1,230,730.62	2,054,353.68	166.92%
Propiedad Planta y Equipo	364,978.10	314,297.77	50,680.33	16.12%
(-) Depreciación Acumulada	-225,497.23	-200,740.50	-24,756.73	12.33%
Otros Activos	791,927.51	791,927.51	0.00	0.00%
Total Activo	4,807,221.85	3,059,574.70	1,747,647.15	57.12%
Cuentas y Documentos por pagar	3,356,253.96	1,604,175.23	1,752,078.73	109.22%
Préstamo a Largo Plazo	514,958.20	514,958.20	0.00	0.00%
Total Pasivo	3,871,212.16	2,119,133.43	1,752,078.73	82.68%
Capital Pagado	100,000.00	100,000.00	0.00	0.00%
Reservas de Capital	2,537.70	2,537.70	0.00	0.00%
Resultado de ejercicios anteriores	707,285.76	755,719.38	-48,433.62	-6.41%
Resultado del Ejercicio	126,186.23	82,184.19	44,002.04	53.54%
Total Patrimonio	936,009.69	940,441.27	-4,431.58	-0.47%
Total Pasivo y Patrimonio	4,807,221.85	3,059,574.70	1,747,647.15	57.12%

El análisis horizontal en la situación financiera de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. lo que busca es determinar las variaciones absolutas o relativas que sufrieron las diferentes cuentas

contables de la nomenclatura de un periodo a otro (años 2014 y 2015), por lo que trata de determinar cual fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta contable, por lo que este análisis se puede resumir en las dos cuentas principales:

El Activo de la empresa aumentó a un 57% con respecto al año anterior esto significa crecimiento de la industria del turismo.

Por consiguiente el pasivo aumento a un 82.68% comparado con el año anterior, esta variación va relacionada con las cuentas de activo por el pago a los operadores.

4.3.1.2. ANÁLISIS VERTICAL

El objetivo principal es determinar que tanto porcentual representa cada cuenta del activo o pasivo dentro de la estructura del Balance General.

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.		
ANÁLISIS VERTICAL		
BALANCE GENERAL COMPRENDIDO AL 31 DE DICIEMBRE 2015		
(cifras expresadas en Quetzales)		
CUENTAS	2015	Análisis Vertical
Caja y Bancos	590,729.17	12.29%
Cuentas por cobrar	3,285,084.30	68.34%
Propiedad Planta y Equipo	364,978.10	7.59%
(-) Depreciación Acumulada	-225,497.23	-4.69%
Otros Activos	791,927.51	16.47%
Total Activo	4,807,221.85	100.00%
Cuentas y Documentos por pagar	3,356,253.96	69.82%
Préstamo a Largo Plazo	514,958.20	10.71%
Total Pasivo	3,871,212.16	80.53%
Capital Pagado	100,000.00	2.08%
Reservas de Capital	2,537.70	0.05%
Resultado de ejercicios anteriores	707,285.76	14.71%
Resultado del Ejercicio	126,186.23	2.62%
Total Patrimonio	936,009.69	19.47%
Total Pasivo y Patrimonio	4,807,221.85	100.00%

Como se puede observar en el análisis vertical del estado de situación financiera de la Empresa de Viajes Mayorista S.A, es que permite identificar con claridad cómo está compuesto ya que cada rubro se puede evaluar individualmente.

Por lo que las cuentas más importantes dentro de las cuentas del Activo el rubro de las cuentas por cobrar representan el 68.34% del activo total de la empresa, esto implica que la empresa este otorgando mayor financiamiento a las ventas realizadas a las agencias de viajes, en el rubro del Pasivo, las cuentas y documentos por pagar representan el 69.82% esto debido a que los operadores (proveedores) otorgan crédito a la agencias de viajes de 30 días, a partir del momento que se realiza la reserva.

4.3.2. ESTADO DE RESULTADOS

4.3.2.1. ANÁLISIS HORIZONTAL

En el siguiente cuadro se presenta el estado de resultado integral de los periodos terminados en el año 2014 y 2015, en el cual muestra el comportamiento de los ingresos y gastos que la empresa generados.

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA S.A.
ANÁLISIS HORIZONTAL
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y 2014
(cifras expresadas en Quetzales)

CUENTAS	2015	2014	Variación Absoluta	Variación Relativa
Servicios Prestados	5,013,499.70	4,076,915.63	936,584.07	22.97%
Costo por Servicios	2,534,522.13	1,753,712.15	780,809.98	44.52%
Utilidad Bruta en Ventas	2,478,977.57	2,323,203.48	155,774.09	6.71%
Gastos de Venta	1,250,906.81	1,321,162.52	-70,255.71	-5.32%
Gastos de Administración	1,033,213.91	799,753.27	233,460.64	29.19%
Ganancia (Pérdida) en Operación	194,856.85	202,287.69	-7,430.84	-3.67%
Intereses Bancarios Ganados	185.76	966.47	-780.71	-80.78%
Otros Ingresos	45,759.32	6,610.91	39,148.41	592.18%
Intereses Tarjeta de Crédito	1,578.32	-	1,578.32	0.00%
Gastos y Comisiones Bancarias	63,107.63	67,770.88	-4,663.25	-6.88%
Arrendamientos Financieros	49,929.75	59,910.00	-9,980.25	-16.66%
Ganancias (Pérdida) del Ejercicio	126,186.23	82,184.19	44,002.04	53.54%

En este análisis se puede observar el incremento del costo de servicios, esto se debe al incremento del precio que los hoteles y renta de autos realizaron en año dos mil quince, esto tuvo un impacto del 44% con respecto al año anterior, el incremento de ingresos fue del 23% equivalente a Q 936,500.00.

Los gastos de operación incrementaron también del 23% en forma relativa siendo la variación absoluta de Q. 163,000.00.

4.3.2.2. ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS

En el siguiente cuadro se presenta el análisis del estado de resultados del periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2015.

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA S.A.
ANÁLISIS VERTICAL
ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2015
(cifras expresadas en Quetzales)

CUENTAS	2015	Variación Relativa
Servicios Prestados	5,013,499.70	100.00%
Costo por Servicios	2,534,522.13	50.55%
Utilidad Bruta en Ventas	2,478,977.57	49.45%
Gastos de Venta	1,250,906.81	24.95%
Gastos de Administración	1,033,213.91	20.61%
Ganancia (Pérdida) en Operación	194,856.85	3.89%
Intereses Bancarios Ganados	185.76	0.00%
Otros Ingresos	45,759.32	0.91%
Intereses Tarjeta de Crédito	1,578.32	0.03%
Gastos y Comisiones Bancarias	63,107.63	1.26%
Arrendamientos Financieros	49,929.75	1.00%
Ganancias (Perdida) del Ejercicio	126,186.23	2.52%

El análisis vertical realizado a la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se observa que los gastos de operación representan para la Compañía el 45% del total de los ingresos obtenidos en el periodo terminado en el año 2015.

4.3.3. ÍNDICES FINANCIEROS PRESENTADOS A “IATA”

4.3.3.1. ÍNDICE DE LIQUIDEZ

Este nos indica la capacidad que tiene la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo tomando como base el Balance General al 31 de diciembre del año 2015

Activo Circulante

Pasivo Circulante

Q 3,875,813.47

Q 3,356,253.96 Resultado 1.1548

Este índice indica que por cada Q. 2.00 que tenga de deuda, solo puede pagar Q. 1.15, le falta por cubrir Q. 0.85. El parámetro estándar de medición es de Q. 2.00

4.3.3.2. PERÍODO MEDIO DE COBRO

Este nos indica el número de días en promedio que tardan en pagar los clientes de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. o de otra forma los días que se están financiando a las agencias.

Datos:

Cuentas por cobrar Q. 3,285,084.30

Saldo por cobrar a Clientes Q. 156,366.32

Venta de Boletos Aéreos Q 2,117,052.63

Reservaciones en Hoteles Q 735,906.85

Total en Ventas Q 2,852,959.58

Cuentas por cobrar X 365

Ventas

Cuentas por cobrar Q. 156,366.32

Total de Ventas Q. 2,852,959.58 = 0.0548

0.0548 x 365= 20.00

El promedio de cobro es de veinte días que las agencias tardan en realizar el pago a la empresa, la política establecida de crédito a los clientes es de ocho días para realizar el pago esto debido a que los pagos que se realizan a las aerolíneas por conceptos de boletos aéreos es de contado.

4.3.3.3. ÍNDICE DE DEUDA DEL ACTIVO

Permite determinar el nivel de autonomía financiera

Total de Pasivo/Total Activo

$$\begin{aligned} \text{Total Pasivo} & \text{ Q } \underline{3,871,212.16} \\ \text{Total Activo} & \text{ Q } 4,807,221.85 \text{ Resultado} = 0.8052 \end{aligned}$$

El resultado indica que la empresa cuenta con un grado de independencia frente a sus acreedores, esto significa el total de activos financiados mediante contratación de o adquisición de deudas

4.3.3.4. ÍNDICE DE FLUJO DE EFECTIVO

Índice de rentabilidad para cubrir deudas a largo plazo

Utilidades después de los impuestos / pasivo a largo plazo

$$\begin{aligned} \text{Total de Ganancia} & \text{ Q } 126,186.23 \\ \text{ISR} = 25\% & \text{ Q. } 31,546.56 \\ \text{Ganancias después de Impuesto} & = \text{Q } 94,639.67 \\ \text{Pasivo a largo plazo} & \text{ Q } 514,958.20 \\ \text{Q. } \underline{94,639.67} & \\ \text{Q. } 514,958.20 & = 0.1837 \end{aligned}$$

Esto indica que por cada Q.1.00 la empresa cuenta con Q. 0.1837 para cubrir la deuda a largo plazo.

4.3.3.5. CAPITAL DE TRABAJO

Es la inversión de dinero que realiza la empresa para llevar a efectos su gestión económica

Activo Circulante (-) Pasivo Circulante

$$\text{Q } 3,875,813.47 \text{ (-) Q. } 3,356,253.96 = \text{Q } 519,559.51$$

Quiere decir que los activos circulantes pueden cubrir las obligaciones a corto plazo de la Compañía y cuenta con Q 519,559.51 para las operaciones normales de la empresa.

4.3.4. ASPECTO FISCAL

La Empresa de Viajes Mayorista, S.A. esta afecta a los siguientes impuestos:

1. Impuesto Sobre la Renta (ISR)
2. Impuesto al Valor Agregado (IVA)
3. Impuesto de Solidaridad (ISO)

4.3.4.1. CÓDIGO DE COMERCIO

La venta de bienes y servicios por parte de la empresa es una actividad mercantil la cual es regulada por el Código de Comercio. El aspecto que más interesa es sobre la facturación. Con relación a los títulos de crédito el artículo 385 indica que son (títulos de crédito los documentos que incorporan un derecho literal y autónomo, cuyo ejercicio o transferencia es imposible e independientemente del título. Los títulos de crédito tiene la calidad de bienes muebles).

4.3.4.2. CÓDIGO TRIBUTARIO

Las operaciones mercantiles están vinculadas a actos gravados por diversos impuestos, el Código Tributario define esta relación con el ente fiscalizador y las sanciones que puedan presentarse al omitir aspectos formales de estos tributos. A continuación se mencionan algunos artículos que están relacionados con las ventas y por lo tanto con las cuentas por cobrar.

Sujeto pasivo de la obligación tributaria, es el obligado al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o de responsable. Adicionalmente también está el hecho generador de la obligación tributaria, hecho generador o hecho imponible es el presupuesto establecido por la ley, para tipificar el tributo y cuya realización origina el nacimiento de la obligación tributaria.

4.3.4.3. IMPUESTO SOBRE LA RENTA

La Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se encuentra registrada bajo el régimen sobre utilidades, del cual la forma de pago se realiza con pagos trimestrales sobre ventas, con declaración jurada anual, a continuación se presentan las declaraciones trimestrales:

CUADRO NO. 8						
EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.						
INTEGRACIÓN DE ISR TRIMESTRAL AÑO 2015						
TRIMESTRE	BASE	ISR DETERMINADO	(-) ACRED. ISO	IMPUESTO PAGADO	FECHA	
Enero a marzo	Q 1,039,149.70	Q 22,831.57	Q 22,831.57	Q -	30/04/2015	
Abril a Junio	Q 965,364.00	Q 19,307.28	Q 19,307.28	Q -	31/07/2015	
Julio a Septiembre	Q 1,573,602.00	Q 31,472.04	Q 503.05	Q 30,968.99	03/11/2015	
Renta Bruta acumulada	Q 3,578,115.70	Q 73,610.89	Q 42,641.90	Q 30,968.99		
Octubre a Diciembre	Q 1,435,384.00					
TOTAL DE VENTAS	Q 5,013,499.70					

Este cuadro represente solo pagos trimestrales realizados en el periodo es por esto que el cuarto trimestre se realiza en la liquidación final del Impuesto.

Hay que considerar que dentro de las cuentas por cobrar generadas por las ventas al crédito, existe el riesgo de tener un porcentaje que no podrá ser recuperado, originando las "cuentas incobrables".

Fiscalmente, cuando se identifica una cuenta incobrable, nos interesa revertir esos ingresos, considerados anteriormente como tal, para reportar una pérdida, y poder restar el monto de esa pérdida a la renta imponible, sobre la cual pagamos impuestos.

A continuación, se detallan los puntos que fiscalmente se deben cumplir para que las cuentas incobrables sean consideradas deducibles de los ingresos en la determinación del ISR:

1. Que se originen por operaciones del giro habitual del negocio al que están dedicados.
2. Únicamente por operaciones con sus clientes.

3. No incluyen créditos fiscales y, préstamos a funcionarios y empleados, o a terceros.
4. Que no se encuentren con garantía prendaria o hipotecaria.

La empresa fiscalmente cumple con los requisitos que la ley establece, ya que se verificaron las declaraciones presentadas trimestralmente y la base del cálculo, tomando en consideración la facturación realizada durante el periodo fiscal.

4.3.4.4. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

En cuanto al pago del impuesto, la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. está afecta al Régimen General obligadas a reportar mensualmente el IVA pagado en sus compras y cobrado en sus ventas.

La tasa general del IVA es del doce por ciento del valor de cada producto o servicio y está siempre incluido en los precios de los paquetes que se venden, es de tomar en cuenta que los servicios que se prestan son ofrecidos fuera de Guatemala, por lo que lo que se realiza es un cobro por cuenta ajena ya que su renta la generan fuera de nuestro país.

En la siguiente página se presentan la declaraciones realizadas mensualmente durante el periodo dos mil quince:

CUADRO No. 9							
EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.							
INTEGRACIÓN DE IVA MENSUAL AÑO 2015							
MES	MONTO DE VENTAS	IVA	IVA CREDITO	EXENCIONES	CONS. RET.	IMPUESTO PAGADO	FECHA
ENERO	Q 119,201.00	Q 14,304.12	Q 15,404.00	Q 1,632.00	Q 30.00	Q -	02/03/2015
FEBRERO	Q 364,334.00	Q 43,720.08	Q 32,612.00	Q 1,107.00	Q 257.00	Q 6,982.20	31/03/2015
MARZO	Q 555,614.70	Q 66,673.76	Q 43,463.00	Q 228.00	Q 599.00	Q 22,383.76	30/04/2015
ABRIL	Q 351,615.00	Q 42,193.80	Q 23,831.00	Q 497.00	Q 1,583.00	Q 16,282.80	01/06/2015
MAYO	Q 297,560.00	Q 35,707.20	Q 38,150.00	Q 254.00	Q 106.00	Q -	01/07/2015
JUNIO	Q 316,189.00	Q 37,942.68	Q 22,702.00	Q 444.00	Q 198.00	Q 11,795.88	31/07/2015
JULIO	Q 589,838.00	Q 70,780.56	Q 44,084.00	Q 363.00	Q 403.00	Q 25,930.56	31/08/2015
AGOSTO	Q 357,981.00	Q 42,957.72	Q 27,591.00	Q 1,536.00	Q 731.00	Q 13,099.72	30/09/2015
SEPTIEMBRE	Q 625,783.00	Q 75,093.96	Q 65,882.00		Q 1,906.00	Q 7,305.96	03/11/2015
OCTUBRE	Q 561,957.00	Q 67,434.84	Q 62,284.00		Q 1,020.00	Q 4,130.84	30/11/2015
NOVIEMBRE	Q 421,422.00	Q 50,570.64	Q 53,324.00	Q 1,220.00	Q 1,676.00	Q (5,649.36)	04/01/2016
DICIEMBRE	Q 452,005.00	Q 54,240.60	Q 28,860.00	Q 902.00	Q 1,251.00	Q 23,227.60	01/02/2016
TOTAL	Q 5,013,499.70	Q 601,619.96	Q 458,187.00	Q 8,183.00	Q 9,760.00	Q 125,489.96	

Con lo que respecta al Impuesto al Valor Agregado se revisaron las declaraciones presentadas mensualmente junto con los libros de compras y ventas que la empresa posee, se verificaron las constancias de exención junto con las facturas que aplican dicho documento.

4.3.4.5. IMPUESTO DE SOLIDARIDAD

El hecho generador de este impuesto se genera por la realización de actividades mercantiles o agropecuarias en el territorio nacional, por lo que la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se encuentra afecta a este impuesto, bajo el régimen acreditable al Impuesto Sobre la Renta, de los cuales su forma de pago se realiza trimestralmente.

El porcentaje establecido en la ley es del 1% sobre la base imponible la cual puede ser cuarta parte del activo neto o cuarta parte de los ingresos brutos, el cual sea mayor de las dos opciones que da la ley.

A continuación se presentan declaraciones presentadas

CUADRO No. 10			
EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.			
INTEGRACIÓN DE ISO TRIMESTRAL AÑO 2015			
TRIMESTRE	FECHA DE PAGO	SALDO ISO	SALDO ISO
OCTUBRE A DICIEMBRE 2014	02/02/2015	Q 10,211.33	
ENERO A MARZO 2015	30/04/2015	Q 12,648.61	
ABRIL A JUNIO 2015	31/07/2015	Q 12,648.61	
JULIO A SEPTIEMBRE 2015	03/11/2015	Q 12,648.61	
SALDO FINAL AL 31/12/15		Q 48,157.16	Q 48,157.16
SALDO ISO 2014			Q 42,641.90
ISR TRIMETRAL ENERO A MARZO 2015			Q (22,831.57)
ISR TRIMETRAL ABRIL A JUNIO 2015			Q (19,307.28)
ISR TRIMESTRAL JULIO A SEPTIEMBRE 2015			Q (503.05)
SALDO FINAL			Q 48,157.16

Se verificó el estado financiero de la empresa del periodo dos mil catorce el cual se utilizó como base para el cálculo del periodo dos mil quince presentado.

4.3.4.6. OTROS IMPUESTOS

A) Impuesto de Salida del País.

Según lo establece el Decreto Número 1701 (Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo) y sus reformas, todas las personas que salgan del país por vía aérea deben pagar un impuesto cuyo monto es el equivalente en quetzales a treinta dólares de los Estados Unidos (US\$30.00) y del equivalente a diez dólares de Estados Unidos de América (US\$10.00) por cada persona que viaje por vía marítima.

La recaudación de este tributo está a cargo de las empresas de aviación o marítimas y de sus agencias.

Razón por la cual la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. es intermediaria con la línea aérea ya que al momento de emitir el boleto, la aerolínea automáticamente hace el cobro de dicho impuesto a

los pasajeros que realizan su compra respectiva, hay que tomar en cuenta que estos impuestos no están afectos a los demás impuestos.

B) Impuesto a la Ocupación Hotelera

Según el Decreto 1701 del Instituto Guatemalteco de Turismo, menciona que todas las empresas que se dedican a brindar el servicio de hospedaje están afectas a un impuesto del 10% sobre el precio que el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) sugiere para cada habitación. Es decir que si el hospedaje durante una noche en un hotel cuesta Q100, se deben pagar Q10.00 de impuesto a la ocupación hotelera, adicionalmente el IVA (12%).

Por lo que al momento de que un pasajero realiza la reservación de hotel dentro de la República de Guatemala, se le incluye el respectivo impuesto

4.3.5. ASPECTOS DE AUDITORÍA

De acuerdo con los aspectos de auditoría la evaluación se basó en las siguientes normas

1. NIA 300 Planeación de Auditoría de estados financieros
2. NIA 310 Conocimiento del negocio
3. NIA 320 Importancia relativa o materialidad en la planificación y ejecución de la auditoría.
4. NIA 400 Evaluación de riesgos y control interno
5. NIA 505 Confirmaciones externas

Con base en la Norma 320 sobre importancia relativa, se presenta el siguiente cuadro para saber el grado de materialidad de base a la muestra seleccionada que dio como resultado examinar cincuenta y nueve expedientes (59) del total de clientes con los que cuenta la empresa.

Materialidad Total		
Tipo de empresa	Privada	Se toma como referencia del 5%, este porcentaje es a criterio de la persona que realiza la auditoría con base en el conocimiento del cliente
Componente crítico	Cuentas por cobrar	
% de referencia para la materialidad	5%	
Monto de cartera	Q3,090,721.37	
Materialidad seleccionada	Q144,536.12	

Con base en el estado de situación de la empresa al 31 de diciembre del año 2015, a continuación se presenta la forma que se encuentra integrada las cuentas por cobrar, tomando como referencia el tipo de cambio de Q. 7.70 por US\$1.00

Integración de cuentas por cobrar		
Saldo por cobrar agencias de viajes	Q	3,068,354.21
Impuestos por acreditar	Q	48,157.16
Depósitos en garantía	Q	36,997.20
Cuentas por cobrar entre compañías	Q	131,270.86
Otras cuentas por cobrar	Q	304.87
TOTAL	Q	3,285,084.30

Anexo papeles de trabajo

4.3.5.1. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR

Las cuentas por cobrar representan para la empresa un grado de importancia demasiado alto es por esto que a continuación se presentan los objetivos principales:

1. Comprobar si las cuentas por cobrar son auténticas y si tienen origen en operaciones de ventas.
2. Comprobar si los valores registrados son realizables en forma efectiva, es decir que su cobro sea en Quetzales.

3. Comprobar si estos valores corresponden a transacciones si no existen devoluciones de descuentos o cualquier otro elemento que se tiene que considerar.
4. Comprobar si hay una valuación permanente respecto de intereses y reajustes del monto de las cuentas por cobrar para efectos del balance.
5. Verificar la existencia de deudores incobrables y su método de cálculo contable.

4.3.5.2.PROCEDIMIENTOS DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR:

El análisis de crédito se dedica a la recopilación y evaluación de información de crédito de los solicitantes para determinar si estos están a la altura de los estándares de crédito de la empresa, por lo que a continuación se presentan algunos aspectos a considerar.

1. Verificar la existencia y aplicación de una política para el manejo de las cuentas por cobrar.
2. Determinar la eficiencia de la política para el manejo de las cuentas por cobrar.
3. Verificar que los soportes de las cuentas por cobrar se encuentren en orden y de acuerdo a las disposiciones legales.
4. Observar si los movimientos en las cuentas por cobrar se registran adecuadamente.
5. Revisar que exista un completo sistema de control de las cuentas por cobrar actualizado y adecuado a las condiciones de la empresa.
6. Comprobar que las modificaciones de las cuentas por cobrar sean correctamente autorizadas por quien corresponda.
7. Verificar que las cuentas por cobrar estén adecuadamente respaldadas.
8. Controlar el efectivo recibido de clientes.

4.4. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Las cuentas por cobrar representan un valor importante dentro de la empresa que representa un 65%, por lo que es de importancia relativa
2. El manejo adecuado y eficiente en el área de cuentas por cobrar proporciona a la organización flujos de efectivo necesarios para su operación, lo que permite generar la rentabilidad financiera de la empresa los cuales se tienen que ajustar a los intereses de la empresa establecidos.
3. Las estrategias que se proponen integran un plan de mejora el cual pretende aprovechar las áreas de oportunidad y minimizar las debilidades, de tal manera que se incremente la eficiencia y productividad de la empresa.
4. Las cuentas por cobrar se originan por la prestación de servicios o venta de bienes al crédito, a un plazo determinado, otorgándole al cliente una forma de pago distinta que no sea al contado. Por lo anterior, la empresa debe cuidar cada detalle en la administración de sus cuentas por cobrar, implementando estrategias y sistemas de gestión de cobro, para la recuperación del dinero.
5. Mientras el dinero por esos servicios y ventas al crédito no se reciba, se estará financiando la operación de quien compró. Si no se tiene una adecuada y eficaz administración de las ventas al crédito, se puede llegar a sufrir falta de liquidez, o en el peor de los casos, una pérdida de capital.

Capítulo 5

Propuesta de la solución a la problemática

5.1. INTRODUCCIÓN

El manejo adecuado y eficiente en la cartera de cuentas por cobrar provee a la Empresa de Viajes Mayorista, S.A los flujos de efectivo necesarios para su operación y rotación de capital de trabajo que permiten generar la rentabilidad financiera que se ajuste a los objetivos de la organización previamente establecidos.

En la siguiente propuesta se presenta una serie de cambios con lo que se espera mejorar la eficiencia de la recuperación de los créditos otorgados a los clientes de Empresa de Viajes Mayorista, S.A. con los cuales se estará implementando los procedimientos de cobro y los controles internos que van a permitir dar seguimiento efectivo a las cuentas por cobrar.

La falta de una política de crédito con las agencias de viajes que conforman el grupo de clientes, permite que las cuentas por cobrar de la empresa se encuentren pendientes de cobro en un porcentaje mayor al 50% en el rango a más de veinte días, tomando en consideración que todos los pagos deben de ser al contado o a más de ocho días, por lo que en esta situación se determinó la necesidad de la **Implementación del control interno en el área de cuentas por cobrar de Agencia de Viajes Mayorista, S.A.**

5.2. JUSTIFICACIÓN

Debido a la falta de liquidez en la empresa, se presenta la siguiente propuesta, debido a que faltan procedimientos y controles, lo cual tiene como consecuencia que la recuperación de la cartera sea muy lenta lo cual trae como resultados problemas financieros, por lo que es necesario la implementación de control interno, que permita a la gerencia financiera la recuperación de las cuentas por cobrar de una forma efectiva oportuna para que la empresa tenga liquidez y así evitar el financiamiento externo.

5.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una política de cobros a las agencias de viajes, que son los clientes de la empresa, que permita recuperar de una forma efectiva y oportuna la cartera de cuentas por cobrar. El cual brinda apoyo en la toma de decisiones.

5.3.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

Implementación de control interno en el área de cuentas por cobrar que permita fortalecer el proceso administrativo en la cartera de clientes y así lograr una mejor liquidez para la empresa.

5.4. PROPUESTA

Dar una inducción adecuada al personal de ventas sobre el sistema de facturación que se utiliza actualmente y darle seguimiento a la información que es ingresada , haciendo énfasis en el beneficio que trae a la empresa con un control y organización adecuada.

Las estrategias integran un plan de mejora el cual pretende aprovechar las áreas de oportunidad y minimizar las debilidades, de tal manera que se incremente la eficiencia y productividad de la empresa que pueda tener una mayor liquidez en su flujo de efectivo.

La propuesta consiste en presentar el diseño de políticas y normas de procedimientos para definir el proceso de créditos y cobros en la Empresa de Viajes Mayorista, S.A., que logren mejorar la eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar.

5.4.1. POLÍTICAS Y PROCEDMIENTOS

A continuación se presentan las políticas para lograr el control interno dentro de la empresa:

POLÍTICA No.	01-2016
TÍTULO DE SECCIÓN:	Política Plazos de Crédito otorgada a los clientes
APLICACIÓN:	La aplicación de esta política es de estricto cumplimiento para la Empresa de Viajes Mayorista, S.A
RESPONSABLE:	Gerente de País, Personal de Ventas
AUTORIZACIÓN:	Gerente Financiero y/o Gerente General

No. 1.1 ALCANCE

En la administración de la cartera de clientes es de suma importancia que el departamento financiero de la empresa conozca con exactitud las políticas y plazos de crédito que se otorgan a las agencias de viajes, de lo contrario la recuperación de las cuentas por cobrar será irregular y con resultados poco satisfactorios.

No. 1.2 POLÍTICA

Toda solicitud de línea de crédito comercial deberá ser recibida por el Gerente de País de la empresa quien indica los pasos a seguir para otorgar el crédito respectivo.

Requisitos de solicitud de crédito para una empresa jurídica:

Para establecer una relación comercial con línea de crédito el solicitante debe presentar la siguiente documentación:

1. Copia reciente de RTU de la empresa
2. Copia de DPI del Representante Legal de la empresa
3. Copia de Patente de Comercio de Empresa y de Sociedad
4. Formulario de solicitud

Con base a la documentación entregada por parte del cliente se analiza el monto de crédito a autorizar.

- De existir duda con la documentación entregada las personas responsables de la autorización solicitan la firma de un pagaré por la cantidad que crean conveniente.
- El plazo del tiempo de crédito no puede exceder de los quince días, empezando a contar desde el momento que se realiza la reservación.
- Cuando una venta amerite un crédito mayor de quince días, el vendedor deberá solicitar autorización a la gerencia financiera para otorgar los días de crédito extendido sobre la reserva en particular, siempre con el consentimiento del Gerente de País.

POLÍTICA No.	02-2016
TÍTULO DE SECCION:	Política de Aceptación de pagos con tarjeta de crédito
APLICACIÓN:	La aplicación de esta política es de estricto cumplimiento para la Empresa de Viajes Mayorista, S.A.
RESPONSABLE:	Personal de Ventas, encargado (a) de cuentas por cobrar, contador general
AUTORIZACIÓN:	Gerente Financiero y/o Gerente de País

No. 2.1 ALCANCE

Esta política establece los lineamientos para normar o regular todo tipo de pagos recibidos por clientes en la compra de servicio aéreos y/o terrestres.

No. 2.2. POLÍTICA

Todo pago realizado por los clientes en la empresa de viajes, se deben de cumplir con los siguientes procedimientos.

1. Solicitar al cliente, documento de identificación (DPI)
2. Realizar el cargo de tarjeta de crédito en el POS, siempre confirmar con la persona de ventas el monto correcto, realizar el cargo respectivo por uso de tarjeta de crédito.
3. Después de procesada la transacción en el POS se debe asegurar que la impresión del nombre del tarjetahabiente sea la misma que la del plástico.
4. Solicitar firma del tarjetahabiente, la cual debe coincidir con la registrada en el DPI.
5. Las transacciones con tarjetas no presenciales no están autorizadas por la empresa ya que constituye una forma riesgosa de estafa, salvo autorización de gerencia financiera puede ser aceptada siempre y cuando haya un registro de antigüedad, confianza y autorización por parte del cliente.

POLÍTICA No.	03-2016
TÍTULO DE SECCIÓN:	Política de cobros a los clientes
APLICACIÓN:	La aplicación de esta política es de estricto cumplimiento para la Empresa de Viajes Mayorista, S.A.
RESPONSABLE:	Encargado (a) de cuentas por cobrar, supervisado por el contador general
AUTORIZACIÓN:	Gerente Financiero y/o Gerente de País

No. 3.1 ALCANCE

El financiamiento de la empresa depende del cobro efectivo que se realice en el departamento de créditos y cobros de la empresa de viajes, esto para evitar un financiamiento bancario y un costo elevado en pago de intereses.

No. 3.2 POLÍTICA

El cobro a las agencias de viajes se realiza de forma electrónica por lo que es necesario controlar de forma efectiva la recuperación de las cuentas por cobrar, a continuación se presentan los siguientes procedimientos:

1. Los estados de cuenta serán enviados de forma electrónica a todos los clientes (agencias de viajes), esto para que el día viernes se pueda obtener el pago de los mismos.
2. Las agencias que solicitan boletos aéreos se les estará entregando sus facturas electrónicas a quienes se les solicita la contraseña para el cobro respectivo.
3. Las contraseñas serán archivadas y se les adjunta el detalle de servicios prestados al cliente, los mismos serán custodiados por la persona encargada de las cuentas por cobrar de la empresa y supervisados por el contador general.

4. Todos los lunes la persona responsable de cobros realizará un reporte de antigüedad con base en el sistema de cómputo, el cual servirá de base a la gerencia financiera para la proyección de ingreso de la semana con el objetivo de cumplir con el pago a los diferentes proveedores.
5. La ruta del mensajero-cobrador debe prepararse por la persona encargada de cuentas por cobrar, con base en las confirmaciones recibidas de los clientes, quien le entregara correlativo de recibos de pago, contraseñas etc.
6. En caso de no recibir confirmación de pago por parte de los clientes, se debe anotar en el reporte de la antigüedad el motivo de la falta de pago, llamadas realizadas, persona que informó que el pago no será realizado.
7. Los cobros confirmados se trasladan a la ruta diaria planificada del cobrador para su respectivo retiro del cheque o efectivo, que a su vez emite recibo de caja numerado donde indica lo siguiente:
 - a) Fecha de la elaboración del recibo
 - b) El Valor del cheque, si es Dólares o Quetzales
 - c) Que reservas está pagando
 - d) Número del cheque,
 - e) Banco emisor
 - f) Y valor del mismo.

Por efectos de seguridad el cobrador realiza el depósito respectivo anotando en el depósito el nombre del cliente al que corresponde el cheque depositado.

8. Al concluir la ruta, el cobrador debe de entregar a la persona encargada de cuentas por cobrar, los cheques, efectivo o depósitos realizados, junto con los recibos de caja emitidos en correlativo, incluyendo los anulados.

POLÍTICA No.	04-2016
TÍTULO DE SECCIÓN:	Archivo de Facturas, Recibos de caja y Contraseñas de pago
APLICACIÓN:	La aplicación de esta política es de estricto cumplimiento para la Empresa de Viajes Mayorista, S.A.
RESPONSABLE:	Encargado (a) de cuentas por cobrar, auxiliar de contabilidad, supervisados por el contador general
AUTORIZACIÓN:	Gerente Financiero y/o Gerente de País

4.1 ALCANCE

El correlativo de facturas, recibos de caja tienen que ser custodiados de una forma ordenada para su control y de igual forma su registro contable. Las contraseñas entregadas por los clientes representan un documento que respalda la entrega de documentos y poder exigir el cobro respectivo.

4.2 POLÍTICA

Archivo de Facturas, Contraseñas de Pago y Recibos de Caja en forma ordenada de acuerdo con el número y fecha de registro para el cobro respectivo

1. Toda contraseña de cobro debe ser archivada de acuerdo con la fecha de pago y deben ser custodiadas por la persona encargada de las cuentas por cobrar, con supervisión del contador general de la empresa.
2. Cuando las agencias no poseen contraseñas, deben firmar, sellar y colocar fecha de entrega, las cuales deben ser archivadas junto con las contraseñas para su cobro respectivo, cuando ha sido pagada en su totalidad debe archivar en el correlativo de copia de facturas.

3. La custodia de los recibos de caja emitidos por pagos recibidos, es responsabilidad del encargado de cuentas por cobrar, los cuales deben estar en un lugar seguro y disponible para eventuales arquezos de auditoría interna o externa para facilitar la gestión de los cobros.

4. Los depósitos realizados y operados en el sistema contable deben ser archivados junto con los recibos de caja para facilitar su ubicación al momento de existir una diferencia cuando se realice la conciliación bancaria o reclamos que los clientes realicen.

5.5 RESULTADOS ESPERADOS

La **Implementación del control interno en el área de cuentas por cobrar de una Empresa de Viajes Mayorista, S.A.** dará como resultado una mejora notable para las siguientes áreas.

1. Políticas y plazos de crédito actualizados y comunicados adecuadamente al personal a cargo de la gerencia financiera.
2. Procedimientos de cobro adecuados que permitan la recuperación oportuna de los créditos otorgados, permitiendo un flujo de efectivo que satisfaga las necesidades financieras de la organización.
3. Control Interno periódico y seguimiento a las cuentas de los clientes para promover un crecimiento controlado y una cartera de créditos sana.
4. Archivo de documentos actualizado y exacto que permita gestionar el cobro de manera ágil y sencilla que además respalde los saldos que figuran en la cartera de créditos.
5. Archivo de expedientes de clientes actualizados con la información que permita la correcta toma de decisiones en la autorización de créditos y que facilite la gestión de un eventual cobro judicial

5.6. PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA

Para la Implementación del control interno se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recursos económicos que determinen el alcance del resultado esperado.

Item	Concepto	Costo	
1	Equipo de Servidor de Computación	Q	9,000.00
2	Computadora de escritorio	Q	4,000.00
3	2 UPS	Q	800.00
4	Licencias de computación	Q	1,000.00
5	Mejoras en el sistema informático	Q	2,000.00
6	Papelería y útiles (impresiones)	Q	600.00
7	Teléfono	Q	100.00
8	Ingeniero de informática (soporte)	Q	4,850.00
	TOTAL	Q	22,350.00

Referencias

1. Auditoría Financiera de Pymes, Guía para usar los Estandares Internacionales de Auditoría en la Pymes, IFAC, 2007.
2. Catácora, F. (1996). Sistemas y Procedimientos Contables. Primera Edición. Editorial McGraw/Hill Pagina 238
3. Charles T. Horngreh, Gary L. Sundem y John Elliot, (2000)
Introducción a la contabilidad financiera, recuperado de <https://books.google.com.gt/books?id=-BJyun6IDP8C&pg=PA189&dq=objctivos+del+control+interno>
4. Congreso de la República de Guatemala (2012) Ley del Impuesto Sobre la Renta Decreto 10-2012
5. Contabilidad, Cuentas por cobrar, Sin autor EUNED,ISBN 997764859X, Recuperado de https://books.google.com.gt/books?id=FdcD5qOwcMcC&dq=que+son+las++cuentas+por+cobrar&hl=es&source=gbs_navlinks_s
6. Franklin F, Enrique Benjamin, (2001) Auditoría Administrativa, Mcgrawil-Hill Interamericana Editores, S.A de C.V. México
7. Granados I. (2000) Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad, Universidad Nacional de Colombia.
https://books.google.com.gt/books?id=ZFYsRjK_xOgC&pg=PA159&dq=DEFINICION+DE+C UENTAS+POR+COBRAR&hl=
8. Nuñez Dubon & Asociados, Artículo de la Ley del Impuesto Sobre La Renta.
<http://www.nunezdubonyasociados.com>
9. Ruiz Orellana, Alfredo Enrique, Año 2007, Diccionario de Términos Contables
10. Richard L. Scheaffer, William Mendehall III y R. Lyman Ott, año 2007, Elementos del muestreo, sexta edición.

<https://books.google.com.gt/books?id=o50w1T7hceoC&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+MUESTREO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjhzdSdvqXJAhVEJiYKHxSCfoQ6AEIHZAB#v=onepage&q=QUE%20ES%20MUESTREO&f=false>

11. <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/43/políticas.htm>

12. <http://www.economia48.com/spa/d/política-crediticia/política-crediticia.htm>

13. <http://www.geocities.com/paconta/carte/cartera.htm>

ANEXOS

Anexo No. 1

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIO A REALIZAR BASE LEGAL DE LA EMPRESA:

Es el documento donde se analiza la escritura de constitución de la empresa y se determina su finalidad, actual en relación con el tiempo y momento en el que opera, su vigencia y la de sus reglamentos y contratos.

- **ENTREVISTA**

1. Número de Escritura de Constitución de la Empresa:

2. Fecha de Constitución de la Sociedad

3. Abogado que elabora la Escritura de constitución

4. Tipo de Sociedad inscrita

5. Breve Descripción del giro normal de la empresa

6. Números de Patentes de Comercio de Empresa y de Sociedad

7. Tienen libros de actas de consejo de administración

Anexo No. 2

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIO DEL ENTORNO DE LA EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.:

Es un análisis de los factores del medio que rigen a la empresa

CUESTIONARIO

1. ¿Con cuanto clientes cuenta actualmente?
2. ¿Conoce las amenazas para la empresa?
Si _____ No _____
3. ¿Qué oportunidades de crecimiento en el mercado tiene la empresa?
4. ¿La empresa ha sido afectada por la crisis que afecta a la República de Guatemala?
5. Principales competidores que tiene la empresa a nivel mayorista de viajes
6. A cuantas personas asciende su fuerza de ventas

Anexo No. 3

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

ESTUDIO DE LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

El estudio de los objetivos de una empresa y el grado de su cumplimiento es indispensable para los resultados de la evaluación integral.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es el objetivo de la empresa?
2. ¿Cuentan con manual de procedimientos para cada departamento?
Si _____ No _____
3. ¿Se cuenta con una base de datos de los clientes?
Si _____ No _____
4. ¿Se tienen metas específicas en el departamento de ventas?
Si _____ No _____
5. ¿Se revisan constantemente los precios del mercado?
Si _____ No _____
6. ¿Se manejan estadísticas de ventas?
Si _____ No _____
7. ¿Tiene Inversiones la empresa? Si _____ No _____
8. ¿Se presentan estados financieros oportunamente?
Si _____ No _____

Anexo No. 4

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS DE PLANEACIÓN DE LA EMPRESA

En esta etapa es de gran importancia para la empresa ya que aquí se evalúa el plan de negocios de la empresa y como cumplimiento el plan maestro relacionado.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuántas personas toman las decisiones en la empresa?

2. ¿Cuentan con un plan negocios a largo plazo?
Si _____ No _____

3. ¿Cuentan con un departamento de mercadeo?
Si _____ No _____

4. ¿Cuentan con políticas internas dentro de la empresa?
Si _____ No _____

5. ¿El Personal conoce cuál es la misión y visión de la empresa?

6. ¿Cuáles son los posibles riesgos dentro del mercado del turismo?

7. ¿Se definen con claridad los resultados finales de la empresa?

Si _____ No _____

8. ¿Se tienen diversas etapas que faciliten la mediación de los resultados?
9. Propósitos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

Anexo No. 5

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIO SOBRE LA ORGANIZACIÓN

Se analiza la organización general de la empresa y la de cada área, las formas de medir los avances en los programas

CUESTIONARIO

1. ¿Cuenta con organigrama?
Si _____ No _____
2. ¿se cuenta con una manual de procedimientos?
Si _____ No _____
3. ¿El personal conoce cuáles son sus atribuciones de trabajo?
Si _____ No _____
4. ¿Se cuenta con un manual de políticas y procedimientos
Si _____ No _____
5. Con cuantos departamentos de trabajo cuenta la empresa
6. ¿Se cuenta con un manual para la contratación de personal?
Si _____ No _____
7. ¿Se cuenta con un plan estratégico de comercialización?
Si _____ No _____

8. ¿Cómo se mide el control de los avances de los programas establecidos?

Si _____ No _____

9. ¿El personal conoce las líneas de autoridad?

Si _____ No _____

10. ¿Los gerentes conocen sus atribuciones específicas?

Si _____ No _____

11. ¿Cuentan con un archivo de la documentación debidamente organizado?

Si _____ No _____

12. ¿Se lleva un expediente que contenga el historial del empleado?

Si _____ No _____

Anexo No. 6

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS SOBRE EL CONTROL

Es considerado un medio para dar eficiencia a la operación, así como para proteger los bienes de la empresa, por lo que es necesario.

CUESTIONARIO

1. ¿Existe control interno dentro de la empresa?

Si _____ No _____

2. ¿Tiene el cliente conocimiento sobre la estructura de la empresa?

Si _____ No _____

3. ¿Existe un manual de procedimientos administrativos y contables?

Si _____ No _____

4. ¿Se tiene claro cuáles son los objetivos y medios de control?

Si _____ No _____

Anexo No. 7

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS SOBRE PERSONAL

Analizar los sistemas implementados en los procesos de reclutamiento, selección, contratación, inducción y desarrollo.

CUESTIONARIO

1. ¿Con cuanto personal cuenta la empresa?
2. ¿Se cuenta con contratos individuales de trabajo?
Si _____ No _____
3. ¿Los aumentos de sueldos, cambio de condiciones son autorizadas por escrito?
Si _____ No _____
4. ¿Las Nóminas son autorizadas previo a realizar el pago de los sueldos?
Si _____ No _____
5. ¿Se entregan recibos de pago al personal, donde se detallan sus ingresos y sus egresos?
6. ¿Existen archivo de expedientes de personal con documentación completa?
Si _____ No _____
7. ¿Existen normas y procedimientos sobre la función de personal?
Si _____ No _____
8. ¿De quién depende el sector del personal?

9. La función dentro de la empresa esta:
Centralizada _____
Descentralizada _____
10. ¿Existen normas sobre los controles a realizarse?
Si _____ No _____
11. Quien es el responsable del control de funciones
12. De qué forma se realiza el pago de sueldos

Anexo No. 8

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS SOBRE COMPRAS

Se trata de examinar los procedimientos que son utilizados para la realización de las compras.

CUESTIONARIO

1. ¿Existen normas y procedimientos para realizar compras?
Si _____ No _____
2. ¿Existe un monto mínimo para solicitar autorización de las compras?
Si _____ No _____
3. ¿Se solicitan cotizaciones a diferentes proveedores?
4. ¿Se preparan órdenes de compra?
5. Quien autoriza las órdenes de compra

Anexo No. 9

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS SOBRE VENTAS

La venta de productos o servicios constituye la base de las operaciones de las empresas a través de las ventas las compañías obtienen ingresos

CUESTIONARIO

1. ¿La Empresa tiene establecido un manual de ventas?
Si _____ No _____
2. ¿Existe una planeación de ventas?
Si _____ No _____
3. ¿Existe un presupuesto de ventas?
Si _____ No _____
4. ¿Existe una capacitación continua al departamento de ventas?
Si _____ No _____
5. ¿Existe un programa que facilite el ingreso de ventas?
Si _____ No _____
6. Como se evalúa el desempeño del departamento de ventas
7. Se lleva un archivo del historial de ventar por vendedor
Si _____ No _____
8. Existen reclamos de ventas
Muchos _____ Pocos _____ Nada _____
9. ¿Cómo se incentiva a los vendedores para cumplir con sus metas?
Viajes _____ Dinero _____ Otros _____

10. ¿Se tiene clara la competencia que existe en el mercado?

11. ¿Cómo se determina el grado de satisfacción de los clientes?

Visita_____ Llamada Telefónica _____ Correo_____ Otro_____

12. Como se dan a conocer las ofertas de la empresa

Internet_____ Prensa o TV_____ Otro

13. ¿Existe un manual de procedimientos para los descuentos?

Si_____ No_____

14. ¿Quién es el responsable de los descuentos en ventas?

15. ¿Existe un seguimos a clientes que solo compra una o dos veces al año?

Si_____ - No_____

Anexo No. 10

Nombre del Entrevistador: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto: _____

ESTUDIOS SOBRE ESTRUCTURA FINANCIERA

En todas las evaluaciones es necesaria la participación de un experto que analice la situación financiera de la empresa.

1. ¿Cómo está establecida la estructura financiera de la empresa?
2. ¿Se preparan oportunamente los estados financieros?
3. ¿Existe un manual de procedimientos para el departamento contable?
4. ¿Se llevan los registros adecuados a las leyes del país?
5. ¿Están definidas las atribuciones del departamento contable?
6. ¿Existe un programa contable que facilite el ingreso contable?
7. ¿Existe un archivo específico para la documentación?

DEPARTAMENTO DE TESORERÍA

8. Están claramente definidas las líneas de área de responsabilidad
9. Existen manuales de funciones y procedimientos
10. Hay normas e instrucciones por escrito

11. Cuantas cuentas bancarias cuenta la empresa
12. Donde y como se recibe el efectivo
13. Como se maneja el ingreso del efectivo
14. Los pagos que se reciben de los clientes son depositados en el mismo día
15. Se preparan recibos de caja por todos los cobros realizados por la empresa
16. Se envían oportunamente los estados de cuentas a los clientes
17. Se concilia depósitos contra recibos de caja
18. Existen políticas de créditos a los clientes
19. Se estudian los antecedentes de los clientes

ANEXO 11

AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR

ÍNDICE

1. INFORMACIÓN GENERAL
 - 1.1. BREVE HISTORIA Y OPERACIONES
 - 1.2. POLÍTICAS CONTABLES
 - 1.2.1. MÉTODO CONTABLE
 - 1.2.2. BASE CONTABLE
 - 1.2.3. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
 - 1.2.3.1. PRESTACIONES LABORALES
2. FUNDAMENTO DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR
3. OBJETIVO DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR
4. ALCANCE DE LA AUDITORÍA
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
 - 5.1. CONCLUSIONES
 - 5.2. RECOMENDACIONES
6. PAPELES DE TRABAJO

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Breve Historia y operaciones

La empresa de Viajes Mayorista S.A. fue organizada bajo las leyes de la República de Guatemala, como una Sociedad Anónima el 05 de octubre del año 2004, por un periodo indefinido. Su objetivo principal es la actividad relacionada con la industria del turismo, agencia de viajes, hotelería en general, operadores de turismo, turismo receptivo, exportaciones de turismo, líneas aéreas, emisión de boletos y pasajes aéreos.

1.2. Políticas Contables

Un resumen de políticas contables aplicada por la empresa para la contabilización de sus operaciones y en la presentación de su información financiera se presenta a continuación:

1.2.1. Método Contable

La Empresa utiliza para el registro de sus operaciones el sistema contable de lo devengado

1.2.2. Base Contable

La práctica contable se basa en las disposiciones de la Ley del Impuesto Sobre La Renta Decreto 10-2012 del Congreso de la República de Guatemala vigente en el país, ha optado por el Régimen sobre utilidades de actividades lucrativas.

1.2.3. Propiedad Planta y Equipo

Estos activos se valúan al costo de adquisición se deprecia por el método de línea recta a los porcentajes fijados en las leyes tributarias vigentes en el país, de acuerdo con la vida útil estimada de los bienes. Los gastos normales de mantenimiento, reparaciones y mejoras que no incrementan la vida útil de los activos se cargan a resultados de operación en el periodo que se incurren.

1.2.3.1. Prestaciones Laborales

De acuerdo con las disposiciones del Código de Trabajo de Guatemala, las compensaciones que van acumulándose a favor de los empleados pueden llegar a serles pagadas en casos de despido injustificado o de muerte a razón de un mes de sueldo por cada año ininterrumpido de servicio, la empresa no provisiona el pago de indemnización y al momento de efectuarlos los registra directamente a resultados.

2. FUNDAMENTO DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR

De acuerdo con los aspectos de auditoría la evaluación se basó en las siguientes normas

1. NIA 300 Planeación de Auditoría de Estados financieros
2. NIA 310 Conocimiento del Negocio
3. NIA 320 Importancia relativa o materialidad en la planificación y ejecución de la auditoría.
4. NIA 400 Evaluación de riesgos y control interno
5. NIA 505 Confirmaciones externas

3. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS POR COBRAR

1. Comprobar si las cuentas por cobrar son auténticas y si tienen origen en operaciones de ventas.
2. Comprobar si los valores registrados son realizables en forma efectiva, cobrables en Dólares de los Estados Unidos de América o Quetzales.
3. Comprobar si estos valores corresponden a transacciones si no existen devoluciones de descuentos o cualquier otro elemento que se tiene que considerar.
4. Comprobar si hay una valuación permanente respecto de intereses y reajustes del monto de las cuentas por cobrar para efectos del balance.
5. Verificar la existencia de deudores incobrables y su método de cálculo contable.

4. ALCANCE DE LA AUDITORÍA

El examen alcanzó la evaluación, revisión de las operaciones, registros y documentación de lo que comprende el área de cuentas por cobrar de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. en el periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre del 2015.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. Las empresas que su giro normal es orientado a ofrecer paquetes vacacionales, Hoteles, Boletos aéreos, renta de autos, están siempre en la búsqueda de mejorar sus operaciones con la única finalidad de incrementar sus utilidades.
2. El rubro de cuentas por cobrar dentro de la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. es uno de los rubros más importantes dentro del activo, por lo que el volumen de movimientos lo convierte con facilidad en una cuenta de riesgo, con importancia relativa.
3. Se realizó la verificación de documentos proporcionados por la administración de la empresa correspondiente del 01 de enero al 31 de diciembre del año 2015, que la misma se encuentra completa por lo que razonable practicar el examen de auditoría.
4. Se verificó la antigüedad de saldos de toda la cuenta por cobrar que posee la Empresa de Viajes Mayorista, S.A. se revisaron los procedimientos que actualmente, sin embargo no hay una política establecida con respecto al crédito establecido a las agencias de viajes.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Es necesario que el departamento de cuentas por cobrar realice mensualmente las regularizaciones de aquellos saldos que afectan diferencial cambiario ya que de no hacerlo en el rubro los saldos no son razonables.
2. Se debe mejorar la comunicación entre la persona encargada de cuentas por cobrar y el departamento de ventas, para que ambos sean apoyo para solucionar la inconformidad con los clientes.
3. Con los tres principales clientes que posee la empresa se debe mejorar la comunicación para que no exista un atraso considerable en la recuperación de las cuentas por cobrar, por lo que es importante realizar visitas por si existiera inconformidad por los servicios prestados a los pasajeros.

6. PAPELES DE TRABAJO

A continuación se presentan las cédulas y documentos que fueron elaborados en el transcurso de cada una de las fases del examen realizado, los cuales representan la evidencia de los análisis, comprobaciones verificaciones realizadas en el rubro de las cuentas por cobrar.

	<i>PT</i>	PA	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Programa de Auditoría
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

PROGRAMA DE AUDITORÍA
OBJETIVOS
Comprobar si las cuentas por cobrar son autenticas
Comprobar si los valores registrados son realizables en forma efectiva cobrables en Dólares o Quetzales
Comprobar si los valores corresponden a transacciones y si no tienen descuentos que hay que considerar
Verificar la existencia de cuentas incobrables y su método de cálculo contable
PROCEDIMIENTOS
En Base a la materialidad y a la antigüedad de saldos, deberá seleccionar la muestra a auditar
Ejecutar la circularización y confirmación de saldos de clientes
Realizar la antigüedad de saldos
Realizar el análisis de rotación de cuentas por cobrar
Verificar los depósitos en garantía

	<i>PT</i>	CM	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA DE MARCAS
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>
Suma Vertical	▲
Confirmado	©
Verificado contra documentos	▼

		<i>PT</i>	CI
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Cuestionario de Control Interno en cuenta por cobrar
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

<u>No.</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<i>Respuestas</i>	
		SI	NO
1	Existe manual de procedimiento contable		X
2	La empresa recibe pagos en efectivo	X	
3	Los pagos recibidos por parte de los clientes se depositan diariamente	X	
4	Se envían oportunamente los estados de cuentas a los clientes	X	
5	Existen políticas de créditos para los clientes		X
6	Existe alguna política de créditos y cobros		X
7	Existe control en contraseñas de pago a los clientes		X
8	Existe política sobre cheques rechazados		X
9	Se cumplen con los límites de crédito establecidos en los clientes	X	
10	Se regularizan los saldos que son productos de diferencial cambiario	X	

Conclusión: el resultado obtenido de la evaluación del control interno, da un punto de vista verdadero y aceptable aunque no se estén cumpliendo con ciertas políticas se cumple con lo básico de cuentas por cobrar

		<i>PT</i>	MU
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
MUESTREO
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

$$n = \frac{N\sigma^2 z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 z^2}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

e = Límite aceptable de error maestral.

$$n = \frac{70 * 0.50^2 * 1.96^2}{0.05^2(70 - 1) + 0.50^2 1.96^2}$$

$$n = \frac{70 * 0.25 * 3.8416}{0.0025(69) + 0.25 * 3.8416}$$

$$n = \frac{67.23}{0.1725 + 0.9604}$$

$$n = \frac{67.23}{1.1329}$$

$$n = 59.34$$

		PT	M
Hecho por	GM	Fecha:	31/01/2016
Revisado por		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
MATERIALIDAD
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

Materialidad Total		
Tipo de empresa	Mayorista de viajes	Se toma como referencia del 5%, este porcentaje es acriterio de la persona que realiza la auditoria con base al conocimiento del cliente
Componente critico	Cuentas por cobrar	
% de referencia para la materialidad	5%	
Monto de cartera	Q3,068,354.21	
Materialidad seleccionada	Q153,417.71	

Materialidad de Planeacion		
Materialidad Total	Q153,417.71	Se tomo el 75% de referencia, este porcentaje es a juicio del auditor con base al conocimiento del cliente auditado, expectativas de error, numero de ajustes esperados, el % puede oscilar entre el 25 y 50 % dependiendo del grado de confianza de controles
% de referencia para ajustes	Q115,063.28	
Materialidad de Planeacion	5%	

Nivel Mínimo de Registro		
Materialidad Total	Q153,417.71	Se tomo el 5% de referencia, este porcentaje es a juicio del auditor con base al conocimiento del cliente auditado, expectativas de error, numero de ajustes esperados, el % puede oscilar entre el 5 y 10 % dependiendo del grado de confianza de controles
% de referencia para ajustes	5%	
Ajustes menores	Q7,670.89	

	<i>PT</i>	BG	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA CENTRALIZADORA
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclassificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
<u>ACTIVO</u>					
Caja y Bancos		Q590,729.17	Q0.00	Q0.00	Q590,729.17
Cuentas por cobrar	B	Q3,285,084.30	Q0.00	Q0.00	Q3,285,084.30
Propiedad Planta y Equipo		Q364,978.10	Q0.00	Q0.00	Q364,978.10
(-) Depreciación Acumulada		-Q225,497.23	Q0.00	Q0.00	-Q225,497.23
Otros Activos		Q791,927.51	Q0.00	Q0.00	Q791,927.51
Total Activo		Q4,807,221.85	Q0.00	Q0.00	Q4,807,221.85
<u>PASIVO</u>					
Cuentas y Documentos por pagar		Q3,356,253.96	Q0.00	Q0.00	Q3,356,253.96
Préstamo a Largo Plazo		Q514,958.20	Q0.00	Q0.00	Q514,958.20
Total Pasivo		Q3,871,212.16	Q0.00	Q0.00	Q3,871,212.16
<u>PATRIMONIO</u>					
Capital Pagado		Q100,000.00	Q0.00	Q0.00	Q100,000.00
Reservas de Capital		Q2,537.70	Q0.00	Q0.00	Q2,537.70
Resultado de ejercicios anteriores		Q707,285.76	Q0.00	Q0.00	Q707,285.76
Resultado del Ejercicio		Q126,186.23	Q0.00	Q0.00	Q126,186.23
Total Patrimonio		Q936,009.69	Q0.00	Q0.00	Q936,009.69
Total Pasivo y Patrimonio		Q4,807,221.85	Q0.00	Q0.00	Q4,807,221.85
		^			^

	<i>PT</i>		B
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.

Sumaria cuentas por cobrar

Al 31 de diciembre del 2015

Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclasificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
<u>Cuentas por cobrar agencias</u>	B-1	Q3,068,354.21			Q3,068,354.21
<u>Impuestos por Acreditar</u>	B-2	Q48,157.16			Q48,157.16
<u>Depósitos en Garantía</u>	B-3	Q36,997.20			Q36,997.20
<u>Cuentas por cobrar entre compañías</u>	B-4	Q131,270.86			Q131,270.86
<u>Otras Cuentas por cobrar</u>	B-5	Q304.87			Q304.87
Suma cuentas por Cobrar		Q3,285,084.30	Q0.00	Q0.00	Q3,285,084.30
		^			^
Este rubro corresponde al presentado en el balance general					

		PT	B-1 1/2
Hecho por	GM	Fecha:	31/01/2016
Revisado por		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.

CÉDULA ANALÍTICA DE CLIENTES

Auditoria por el periodo terminado el 31-12-15

CÓDIGO	NOMBRE	SALDO PENDIENTE
VTI	VIAJES TIVOLI (VIAJES TIVOLI)	Q 969,550.51
MGA	MEGAVIAJES QUINTOS (MEGAVIAJES QUINTOS)	Q 890,051.73
RSA	RINSA EL SALVADOR. ()	Q 403,882.26
VCO	VIAJES CONCORDIA (VIAJES CONCORDIA)	Q 82,962.94
FTS	FANNYS TOURS (Fannys Tours.)	Q 59,484.53
PLA	Transportes Internacionales de Centroamericanos S (.)	Q 58,455.52
LAX	LAX TRAVEL (LAX TRAVEL)	Q 54,641.31
MXT	MAXIMA TRAVEL (MAXIMA TRAVEL)	Q 52,510.51
EXT	EXPRESS TOURS (EXPRESO VIAJES, S.A.)	Q 50,717.72
MTR	MundiTravel (Munditravel)	Q 35,046.15
ANN	ANNIE KAREN CABRERA (Annie Karen Cabrera)	Q 31,610.22
DEY	AIDA LINET MONZON	Q 30,364.00
GOT	Go Travel (0)	Q 25,748.19
VCS	VIAJES COMERCIO Y SERVICIOS (Viajes Comercio y Servicio)	Q 25,507.81
TKJ	TICKET JOVEN (TICKET JOVEN)	Q 17,372.40
PLT	PLANET TOURS (Planet Tours)	Q 15,830.88
191	AGENCIA 1910 (AGENCIA 1910)	Q 14,275.40
CBL	CEIBAL TOURS (CEIBAL TOURS)	Q 13,765.04
YTT	Yatai Travel (Ya Tai Travel & Service)	Q 13,499.81
HET	Home Express Travel (0)	Q 13,010.93
VIT	VIAJES INTERQUETZAL (Viajes Interquetzal)	Q 11,048.25
PEX	PROEXPORT EMBAJADA DE COLOMBIA (PROEXPORT EMBAJADA DE COLOMBIA)	Q 10,897.69
VPF	VIVIAN POZUELOS FREELANCE (Ovidio Eufragio)	Q 10,596.34
GRT	GRUPO TRAVEL (Grupo Travel HRG)	Q 10,552.39
SVT	SERVITUR (SERVITUR)	Q 9,760.84
CTY	CITY TRAVEL (CITY TRAVEL)	Q 9,684.91
RNL	AGENCIA DE VIAJES RONEL TOURS (RONEL TOURS)	Q 9,213.82
LAM	LAX TRAVEL AMÉRICAS (LAX TRAVEL AMÉRICAS)	Q 8,232.44
SPV	Super Viajes. ()	Q 7,950.72
ETO	E-TOURS (E-TOURS)	Q 7,877.55
NTS	NEW TRAVEL SERVICE. ()	Q 7,795.10
CST	Servitur Nicaragua. (Corporación de Servicios Turísticos, S.a.)	Q 7,388.51
LTS	Agencia de Viajes Santa Amelia (0)	Q 6,751.13
ART	ARTE EN REPRESENTACION ()	Q 6,603.87
MYL	MAYALAND (MAYALAND)	Q 5,931.82
TRV	TRANSVIAJES (TRANSVIAJES GUATEMALA)	Q 5,719.83
JUN	Corporacion Junior. (0)	Q 4,358.78
	SUBTOTAL VAN	Q 2,998,651.85

		PT	B-1 2/2
Hecho por	GM	Fecha:	31/01/2016
Revisado por		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANALÍTICA DE CLIENTES
Auditoria por el periodo terminado el 31-12-15

	VIENEN	Q	2,998,651.85
TUX	Turansa Xela. (0)	Q	4,346.97
XSL	Xela Sin Limites (Xela Sin Limites)	Q	4,337.39
LTR	Lax Travel Roosevelt L'alianXa (Lax Travel Roosevelt L'alianXa)	Q	4,323.35
ADV -	Agencia de Viajes Diseño de Viajes (0)	Q	4,129.37
JEX	JET EXPRESS (JET EXPRESS)	Q	3,810.46
STS	SETSA TRAVEL (Servicios Especializados de Turismo, S. A.)	Q	3,299.63
CRB	CARIBBEAN TOURS (CARIBBEAN TOURS)	Q	2,844.04
VAT	Viajes Atlas (0)	Q	2,690.64
CWT	Carlson Wagonlit Travel (RIME TOURS) (RIME TOURS, S.A.)	Q	2,618.15
MRT	MARDAN TRAVEL (MARDAN TRAVEL)	Q	2,562.78
SAB	SEGUROS ALBRAM (Seguros Albram)	Q	2,503.72
RCR	Rinsa Costa Rica (RINSA TOURS, S.A.)	Q	2,459.69
PMW	PROMUEVEWORLD (PROMUEVEWORLD)	Q	2,372.64
QTS	QUALITY TOURS. ()	Q	2,323.24
SHL	SH IIANG. (0)	Q	2,180.43
CTX	CARIBE TOURS XELA (CARIBE TOURS XELA)	Q	2,162.94
GLT	Global Tours (0)	Q	1,922.41
VCL	Viajes Coloniales (Viajes Coloniales s.a.)	Q	1,864.58
MUT	MUNDITOURS ()	Q	1,721.15
CDI	Cada Día. ()	Q	1,687.40
VPR	VIAJES PRIMAVERA Z.10 (VIAJES PRIMAVERA Z.10)	Q	1,626.81
CES	Claudia Escamilla (0)	Q	1,596.28
TRS	TRAVEL SHOP (TRAVEL SHOP)	Q	1,588.00
LSM	LAX SAN MIGUEL ()	Q	1,555.48
TUC	Turvisa Corporativa (Inversiones Representación y Desarrollo LAM)	Q	1,476.71
VOL	Volare (0)	Q	1,443.26
LTZ	LETS TRAVEL (LETS TRAVEL)	Q	1,256.96
LAA	LAX TRAVEL ANTIGUA (LAX TRAVEL ANTIGUA)	Q	659.62
TRA	Traveling (0)	Q	621.27
AMT	AMTOURS (AMTOURS)	Q	618.20
LTX	Lax Travel Xela. (0)	Q	549.40
TTP	VIAJES TOTAL PETEN (VIAJES TOTAL PETEN)	Q	293.99
LSA	Lax San Lucas (Lax San Lucas)	Q	255.41
	TOTALES -->	Q	3,068,354.20

B

^

		PT	B-1-1 1/2
Hecho por	GM	Fecha:	31/01/2016
Revisado por		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANTIGÜEDAD DE SALDOS
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

CODIGO	NOMBRE	De 0 a 15	De 16 a 30	De 31 a 45	Mas de 45	TOTAL
VTI	VIAJES TIVOLI (VIAJES TIVOLI)	193,910.10	484,775.26	230,672.10	60,193.05	969,550.51
MGA	MEGAVIAJES QUINTOS (MEGAVIAJES QUINTOS)	222,512.93	267,015.52	311,518.10	89,005.17	890,051.73
RSA	RINSA EL SALVADOR. ()	60,582.34	145,822.02	76,313.23	121,164.68	403,882.26
VCO	VIAJES CONCORDIA (VIAJES CONCORDIA)	41,481.47	41,481.47	-	-	82,962.94
FTS	FANNYS TOURS (Fannys Tours.)	59,484.53	-	-	-	59,484.53
PLA	Transportes Internacionales de Centroamericanos S (.)	14,029.33	12,797.65	25,782.99	5,845.55	58,455.52
LAX	LAX TRAVEL (LAX TRAVEL)	24,588.59	11,310.11	18,742.61	-	54,641.31
MXT	MAXIMA TRAVEL (MAXIMA TRAVEL)	13,127.63	21,004.20	18,378.68	-	52,510.51
EXT	EXPRESS TOURS (EXPRESO VIAJES, S.A.)	9,748.43	20,887.09	20,082.20	-	50,717.72
MTR	MundiTravel (Munditravel)	8,761.54	14,018.46	12,266.15	-	35,046.15
ANN	ANNIE KAREN CABRERA (Annie Karen Cabrera)	7,902.55	12,644.09	11,063.58	-	31,610.22
DEY	AIDA LINET MONZON	7,591.00	12,145.60	10,627.40	-	30,364.00
GOT	Go Travel (0)	6,437.05	10,299.28	9,011.87	-	25,748.19
VCS	VIAJES COMERCIO Y SERVICIOS (Viajes Comercio y Servi	6,376.95	10,203.12	8,927.73	-	25,507.81
TKJ	TICKET JOVEN (TICKET JOVEN)	4,343.10	6,948.96	6,080.34	-	17,372.40
PLT	PLANET TOURS (Planet Tours)	2,374.63	7,757.13	2,374.63	3,324.48	15,830.88
191	AGENCIA 1910 (AGENCIA 1910)	2,141.31	6,994.95	2,141.31	2,997.83	14,275.40
CBL	CEIBAL TOURS (CEIBAL TOURS)	2,064.76	6,744.87	2,064.76	2,890.66	13,765.04
YTT	Yatai Travel (Ya Tai Travel & Service)	2,024.97	6,614.91	2,024.97	2,834.96	13,499.81
HET	Home Express Travel (0)	1,951.64	6,375.35	1,951.64	2,732.29	13,010.93
VIT	VIAJES INTERQUETZAL (Viajes Interquetzal)	1,657.24	5,413.64	1,657.24	2,320.13	11,048.25
PEX	PROEXPORT EMBAJADA DE COLOMBIA (PROEXPORT	1,634.65	5,339.87	1,634.65	2,288.51	10,897.69
VPF	VIVIAN POZUELOS FREELANCE (Ovidio Eufragio)	2,649.08	4,238.53	3,708.72	-	10,596.34
GRT	GRUPO TRAVEL (Grupo Travel HRG)	1,582.86	5,170.67	1,582.86	2,216.00	10,552.39
SVT	SERVITUR (SERVITUR)	2,440.21	3,904.34	3,416.29	-	9,760.84
CTY	CITY TRAVEL (CITY TRAVEL)	2,421.23	3,873.96	3,389.72	-	9,684.91
RNL	AGENCIA DE VIAJES RONEL TOURS (RONEL TOURS)	2,303.45	3,685.53	3,224.84	-	9,213.82
LAM	LAX TRAVEL AMÉRICAS (LAX TRAVEL AMÉRICAS)	2,058.11	3,292.98	2,881.35	-	8,232.44
SPV	Super Viajes. ()	1,192.61	3,895.85	1,192.61	1,669.65	7,950.72
ETO	E-TOURS (E-TOURS)	1,969.39	3,151.02	2,757.14	-	7,877.55
NTS	NEW TRAVEL SERVICE. ()	1,169.26	3,819.60	1,169.26	1,636.97	7,795.10
CST	Servitur Nicaragua. (Corporación de Servicios Turísticos, S.a.)	1,847.13	2,955.40	2,585.98	-	7,388.51
LTS	Agencia de Viajes Santa Amelia (0)	1,687.78	2,700.45	2,362.90	-	6,751.13
ART	ARTE EN REPRESENTACION ()	1,650.97	2,641.55	2,311.35	-	6,603.87
MYL	MAYALAND (MAYALAND)	1,482.96	2,372.73	2,076.14	-	5,931.82
TRV	TRANSVIAJES (TRANSVIAJES GUATEMALA)	857.97	2,802.71	857.97	1,201.16	5,719.83
JUN	Corporacion Junior. (0)	653.82	2,135.80	653.82	915.34	4,358.78
	SUBTOTAL VAN	720,693.57	1,167,234.68	807,487.14	303,236.47	2,998,651.85

		PT	B-1-1 2/2
H. P.	GM	Fecha:	31/01/2016
R. P.		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.

CÉDULA ANTIGÜEDAD DE SALDOS

Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

CODIGO	NOMBRE	De 0 a 15	De 16 a 30	De 31 a 45	Mas de 45	TOTAL
	VIENEN	720,693.57	1,167,234.68	807,487.14	303,236.47	2,998,651.85
TUX	Turansa Xela. (0)	652.05	2,130.02	652.05	912.86	4,346.97
XSL	Xela Sin Limites (Xela Sin Limites)	650.61	2,125.32	650.61	910.85	4,337.39
LTR	Lax Travel Roosevelt L'alianXa (Lax Travel Roosevelt L'alianXa)	648.50	2,118.44	648.50	907.90	4,323.35
ADV -	Agencia de Viajes Diseño de Viajes (0)	619.41	2,023.39	619.41	867.17	4,129.37
JEX	JET EXPRESS (JET EXPRESS)	952.61	1,524.18	1,333.66	-	3,810.46
STS	SETSA TRAVEL (Servicios Especializados de Turismo, S. A.)	824.91	1,319.85	1,154.87	-	3,299.63
CRB	CARIBBEAN TOURS (CARIBBEAN TOURS)	711.01	1,137.61	995.41	-	2,844.04
VAT	Viajes Atlas (0)	672.66	1,076.25	941.72	-	2,690.64
CWT	Carlson Wagonlit Travel (RIME TOURS) (RIME TOURS, S.A.)	654.54	1,047.26	916.35	-	2,618.15
MRT	MARDAN TRAVEL (MARDAN TRAVEL)	640.69	1,025.11	896.97	-	2,562.78
SAB	SEGUROS ALBRAM (Seguros Albram)	625.93	1,001.49	876.30	-	2,503.72
RCR	Rinsa Costa Rica (RINSA TOURS, S.A.)	614.92	983.88	860.89	-	2,459.69
PMW	PROMUEVEWORLD (PROMUEVEWORLD)	593.16	949.06	830.42	-	2,372.64
QTS	QUALITY TOURS. ()	580.81	929.30	813.14	-	2,323.24
SHL	SH IIANG. (0)	545.11	872.17	763.15	-	2,180.43
CTX	CARIBE TOURS XELA (CARIBE TOURS XELA)	540.74	865.18	757.03	-	2,162.94
GLT	Global Tours (0)	480.60	768.96	672.84	-	1,922.41
VCL	Viajes Coloniales (Viajes Coloniales s.a.)	466.14	745.83	652.60	-	1,864.58
MUT	MUNDITOURS ()	430.29	688.46	602.40	-	1,721.15
CDI	Cada Día. ()	421.85	674.96	590.59	-	1,687.40
VPR	VIAJES PRIMAVERA Z.10 (VIAJES PRIMAVERA Z.10)	406.70	650.72	569.38	-	1,626.81
CES	Claudia Escamilla (0)	399.07	638.51	558.70	-	1,596.28
TRS	TRAVEL SHOP (TRAVEL SHOP)	397.00	635.20	555.80	-	1,588.00
LSM	LAX SAN MIGUEL ()	388.87	622.19	544.42	-	1,555.48
TUC	Turvisa Corporativa (Inversiones Representación y Desarrollo L	369.18	590.68	516.85	-	1,476.71
VOL	Volare (0)	360.82	577.31	505.14	-	1,443.26
LTZ	LETS TRAVEL (LETS TRAVEL)	314.24	502.78	439.94	-	1,256.96
LAA	LAX TRAVEL ANTIGUA (LAX TRAVEL ANTIGUA)	164.91	263.85	230.87	-	659.62
TRA	Traveling (0)	155.32	248.51	217.44	-	621.27
AMT	AMTOURS (AMTOURS)	154.55	247.28	216.37	-	618.20
LTX	Lax Travel Xela. (0)	137.35	219.76	192.29	-	549.40
TTP	VIAJES TOTAL PETEN (VIAJES TOTAL PETEN)	73.50	117.60	102.90	-	293.99
LSA	Lax San Lucas (Lax San Lucas)	63.85	102.16	89.39	-	255.41
	TOTALES -->	736,405.45	1,196,657.96	828,455.55	306,835.25	3,068,354.20

^ ^ ^ ^ B-1 <>

		PT	B-1-2
Hecho por	GM	Fecha:	31/01/2016
Revisado por		Fecha:	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Confirmación de saldos
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

<i>Descripción</i>	<i>Referencia</i>	<i>Conforme</i>	<i>No conforme</i>	<i>No Contestaron</i>	<i>No Confirmados</i>	<i>Saldo contabilidad</i>
CLIENTES						Q 3,068,354.20
VIAJES TIVOLI	B 1-2-1	Q 969,550.51				
MEGAVIAJES QUINTOS	B 1-2-2	Q 890,051.73				
RINSA EL SALVADOR.	B 1-2-3		Q 403,882.26			
VIAJES CONCORDIA	B 1-2-4	Q 82,962.94				
FANNYS TOURS	B 1-2-5			Q 59,484.53		
TRANSPORTES INTERNACIONALES DE CENTROAMERICA	B 1-2-6			Q 58,455.52		
LAX TRAVEL	B 1-2-7			Q 54,641.31		
MAXIMA TRAVEL	B 1-2-8			Q 52,510.51		
EXPRESS TOURS	B 1-2-9	Q 50,717.72				
CLIENTES MENORES					Q 446,097.17	
TOTALES		Q 1,993,282.90	Q 403,882.26	Q 225,091.87	Q 446,097.17	Q 3,068,354.20
PORCENTAJE DE IMPORTANCIA RELATIVA		65%	13%	7%	15%	100%
		©	©	©		B-1

1. Rinsa Salvador, no esta conforme debido a que hay reservas de clientes las cuales no fueron confirmadas, quedaron de enviar el dato completo
2. La importancia relativa es de Q 154,536.07, por lo que se circularizo solo nueve clientes, debido al grado de endeudamiento con la empresa
3. Los saldos de clientes menores acumulan el 15% del total de toda la cartera

		<i>PT</i>	B-1-2-5
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Circularización de Saldos
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

Guatemala 20 de enero 2016

Señor:
FANNYSTOURS
Guatemala, Ciudad

Saldo al: 31 de diciembre 2015

A nuestro cargo Q 59,484.53

La cantidad arriba mencionada corresponde al saldo que nos adeuda sobre facturación, según nuestros registros contables, en la fecha indicada.

Si este saldo es correcto, agradeceremos se sirvan firmar esta carta en el espacio estimado para el efecto y enviarla DIRECTAMENTE a nuestros Auditores, quienes están llevando a cabo la revisión de nuestros registros. Si el saldo no es correcto le solicitamos contestar DIRECTAMENTE A NUESTROS AUDITORES INTERNOS dando amplios detalles de la diferencia.

Nuestros saldos se muestran precisamente a la fecha indicada por lo que no debe tomarse en cuenta movimientos posteriores.

Toda correspondencia dirigida a nuestros auditores debe ser enviada a la dirección siguiente: **auditoria interna@mayoristav.com.gt**

Atentamente,

Gerente General

NOMBRE _____
FIRMA _____
PUESTO _____

Correcto _____ No Correcto _____
Observaciones _____

		<i>PT</i>	B-1-2-8
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Circularización de Saldos
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

Guatemala 20 de enero 2016

Señor:
MÁXIMA TRAVEL
Guatemala, Ciudad

Saldo al: 31 de diciembre 2015 A nuestro cargo Q 52,510.51

La cantidad arriba mencionada corresponde al saldo que nos adeuda sobre facturación, según nuestros registros contables, en la fecha indicada.

Si este saldo es correcto, agradeceremos se sirvan firmar esta carta en el espacio estimado para el efecto y enviarla DIRECTAMENTE a nuestros Auditores, quienes están llevando a cabo la revisión de nuestros registros. Si el saldo no es correcto le solicitamos contestar DIRECTAMENTE A NUESTROS AUDITORES INTERNOS dando amplios detalles de la diferencia.

Nuestros saldos se muestran precisamente a la fecha indicada por lo que no debe tomarse en cuenta movimientos posteriores.

Toda correspondencia dirigida a nuestros auditores debe ser enviada a la dirección siguiente: **auditoria interna@mayoristav.com.gt**

Atentamente,

Gerente General

NOMBRE _____
FIRMA _____
PUESTO _____

Correcto _____ No Correcto _____
Observaciones _____

		<i>PT</i>	B-1-2-9
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
Circularización de Saldos
Auditoría por el periodo terminado el 31-12-15

Guatemala 20 de enero 2016

Señor:
EXPRESS TOURS
Guatemala, Ciudad

Saldo al: 31 de diciembre 2015

A nuestro cargo Q 50,717.72

La cantidad arriba mencionada corresponde al saldo que nos adeuda sobre facturación, según nuestros registros contables, en la fecha indicada.

Si este saldo es correcto, agradeceremos se sirvan firmar esta carta en el espacio estimado para el efecto y enviarla DIRECTAMENTE a nuestros Auditores, quienes están llevando a cabo la revisión de nuestros registros. Si el saldo no es correcto le solicitamos contestar DIRECTAMENTE A NUESTROS AUDITORES INTERNOS dando amplios detalles de la diferencia.

Nuestros saldos se muestran precisamente a la fecha indicada por lo que no debe tomarse en cuenta movimientos posteriores.

Toda correspondencia dirigida a nuestros auditores debe ser enviada a la dirección siguiente: **auditoria interna@mayoristav.com.gt**

Atentamente,

Gerente General

NOMBRE _____
FIRMA _____
PUESTO _____

Correcto _____ No Correcto _____
Observaciones _____

	<i>PT</i>	B-2	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANALÍTICA DE IMPUESTOS POR ACREDITAR
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclasificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
Impuesto de Solidaridad		Q48,157.16			Q48,157.16
Suma cuentas por Cobrar		Q48,157.16	Q0.00	Q0.00	Q48,157.16
		^			^B
Observación; Este impuesto sera acreditado en pago de ISR en el periodo 2016					

	<i>PT</i>	B-3	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANALÍTICA DE DEPOSITOS EN GARANTIA
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclasificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
Claudia Castañeda	Deposito Casa	Q18,000.00			Q18,000.00
Crédito Hipotecario Nacional	Deposito de Fianza	Q18,997.20			Q18,997.20
Suma cuentas por Cobrar		Q36,997.20	Q0.00	Q0.00	Q36,997.20
		^			^B
Para el deposito de arrendamiento de la casa, existe escritura publica No. 312, realizada por el					
Abogado Victor Turcios					
El 31/03/2015 se solicito fianza de cumplimiento para IATA la cual tiene vencimiento el 30/04/2017					

	<i>PT</i>	B-4	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANALÍTICA DE CUENTA POR COBRAR ENTRE COMPAÑÍAS
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>Referencia</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclasificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
<u>Arte en Representaciones, S.A.</u>	34562	Q25,500.00			Q25,500.00
<u>Viajes Escamilla</u>	45634	Q76,450.00			Q76,450.00
<u>Innocom Guatemala</u>	45675	Q29,320.86			Q29,320.86
SUMA		Q131,270.86	Q0.00	Q0.00	Q131,270.86
		V			V
Se revisaron los números de pagares generados por el sistema de facturación					

	<i>PT</i>	B-5	
<i>Hecho por</i>	GM	<i>Fecha:</i>	31/01/2016
<i>Revisado por</i>		<i>Fecha:</i>	

EMPRESA DE VIAJES MAYORISTA, S.A.
CÉDULA ANALÍTICA DE OTRAS CUENTAS POR COBRAR
Al 31 de diciembre del 2015
Cifras en Quetzales

<i>Descripción</i>	<i>REF</i>	<i>Saldo contable</i>	<i>Ajustes / Reclasificaciones</i>		<i>Saldo Auditado</i>
			<i>Debe</i>	<i>Haber</i>	
Jorge Ramirez	11432	Q304.87			Q304.87
Suma cuentas por Cobrar		Q304.87	Q0.00	Q0.00	Q304.87
		v			v
La Factura No. 11432 del 30 de noviembre fue por venta de una Impresora de color al Señor					
Jorge Ramirez,					