

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DEL PLATA
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Licenciatura en Turismo
Monografía de Graduación

Desarrollo de un sistema administrativo-contable para agencias de viajes.



Vera Facundo Marcos Matricula 13.371
Tutor: Contador Público Juan Enrique Cunill Cabre

Índice

	Página.
• Por qué la elección del tema propuesto	-3-
• Introducción	-4-
• Capítulo I: Sistema administrativo.	
1. Análisis estructural.	-7-
2. Análisis de procedimientos.	-10-
3. Análisis de los recursos humanos.	-20-
• Capítulo II : Sistema contable.	
1. Modelo contable.	-29-
2. Plan de cuentas.	-31-
3. Manual de cuentas.	-37-
4. Operaciones realizadas por la agencia	-47-
5. Libro Diario.	-51-
6. Libro Mayor.	-59-
7. Balance de sumas y saldos.	-65-
8. Estado de Situación Patrimonial.	-67-
9. Estado de Resultados.	-68-
10. Presupuestos y herramientas para el control de gestión.	-69-
11. Control de la gestión a partir de la información obtenida.	-77-
• Conclusión.	-82-
• Bibliografía.	-84-

Por qué la elección del tema propuesto.

- A partir de la orientación contable administrativa que tiene la carrera de Licenciatura de Turismo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales pretendo desarrollar un modelo de sistema administrativo-contable que se adapte a las características específicas del funcionamiento de las agencias de viaje.
- Como consecuencia de la inexistencia de material bibliográfico sobre el tema, es necesario la recopilación, adaptación e integración de información de las diversas ramas de la administración y la contabilidad realizando un aporte al área de turismo.
- Si bien se han realizado diversas monografías y tesis sobre las agencias de viajes, ninguna ha tratado sobre sus características administrativo - contables.
- Demostrar la importancia de los sistemas administrativos y contables para el correcto desarrollo y dirección de una agencia de viajes debido a sus múltiples y diversas actividades.
- La creación de un trabajo que reúna la información en forma integral y que sea de interés para futuros estudiantes de la licenciatura en turismo que deseen ampliar sus conocimientos sobre las agencias de viajes.

Introducción

El siguiente trabajo consistirá en el desarrollo de un modelo de sistema administrativo contable para una agencia de viajes. Es obvio que el modelo depende de las características que tenga el tipo de agencia elegida. Por lo tanto es importante que como primer paso defina cuales son las características de la agencia para la cual voy a desarrollar el modelo de sistema:

- La agencia posee las características de una PYME .
- Se dedica a la intermediación en la venta de paquetes turísticos todo incluido armados por mayoristas y a la venta de paquetes turísticos propios.
- También se dedica a la intermediación en la venta de pasajes en ómnibus de diversas empresas de transporte terrestre.
- Al ser una pequeña empresa de turismo, la actitud del dueño en cuanto a la amplitud de mercado que se apunta es más bien conservadora, prefiriendo el desarrollo de la agencia en el turismo interno principalmente.
- A pesar de ser una pequeña agencia de viajes, aplican diversas herramientas administrativas y contables que les permiten un mejor desarrollo y control de la empresa y sus negocios.

A partir de la descripción del tipo de agencia con la cual se va a trabajar, paso a describir la estructura de la monografía de graduación. La misma está compuesta por dos capítulos, el primero describe el funcionamiento administrativo de la agencia, desarrollando tres puntos principales, análisis estructural, análisis de procedimientos y análisis de los recursos humanos. El segundo capítulo abarca los principales puntos contables, modelo contable, plan de cuentas, manual de cuentas, libro diario, libro mayor, balance de sumas y saldos, estado de situación patrimonial, estado de resultados, presupuestos y herramientas para el control de la gestión y control de la gestión a partir de la información obtenida.

El objetivo de la monografía no es el desarrollo en profundidad de cada tema tratado, sino que lo que se busca es enriquecerse mediante el desarrollo en forma conjunta de una gran amplitud de temas administrativos y contables que hacen al desempeño de la agencia de viajes. Lo que pretendo lograr es una visión holística de la agencia de viajes en un solo trabajo.

La agencia “Free Travel” es el nombre que utilizaré para desarrollar el modelo, el cual es un nombre ficticio, al igual que los nombres de las distintas personas que trabajan en la agencia. Dichos nombres como también las distintas especificaciones que tendrán lugar en

el desarrollo de este trabajo son simplemente para facilitar las ejemplificaciones y lograr que las mismas sean más visuales para los lectores.

Dichas ejemplificaciones no pretenden establecer un límite estrictamente condicionante en cuanto al tipo de agencia a la cual establecer el modelo, sino que son utilizadas para mostrar la esencia que se pretende alcanzar en el uso de las distintas herramientas administrativas y contables en el desarrollo de la actividad comercial de las agencias de viajes.

Capítulo I: Sistema administrativo.

El sistema administrativo elaborado para la agencia involucrará el desarrollo de los siguientes aspectos:

1. Análisis estructural.
2. Análisis de procedimientos.
3. Análisis de los recursos humanos.

1. Análisis Estructural de la agencia de viajes¹:

Al analizar la estructura de una organización se realiza una distinción entre estructura formal e informal. La formal es la estructura explícita y oficialmente reconocida por la empresa. La estructura informal es la resultante de la filosofía de conducción y del poder relativo de los individuos que componen la organización, no en función de su ubicación en la estructura formal, sino en función de su poder de influencia sobre otros miembros.

En la figura 1-1 observamos el organigrama formal de nuestra agencia de viajes, el cual muestra gráficamente las relaciones existentes en la estructura formal de la misma. Nos permite mostrar las áreas de actividades que la componen, visualizar la ubicación relativa de los miembros de la entidad y facilitar una mejor distribución de las responsabilidades de los miembros.

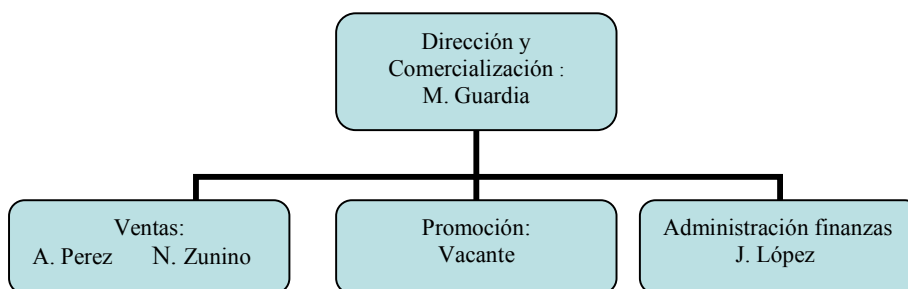


Figura 1-1 organigrama formal de la agencia de viajes.

Del organigrama se deduce lo sencillo de su estructura, debido básicamente a que se trata de una agencia de viajes minoristas y que los recursos humanos que se desenvuelven en la misma son relativamente reducidos.

-
- ¹ Técnicas de organización, sistemas y métodos- Lardent. Echaren. Loro- Editorial Club de Estudio- 1993 Buenos Aires.
 - Cap. 3- Estructura organizativa.
 - Cap. 4- Representaciones gráficas.
 - Cap. 12- Entrenamiento en análisis de sistemas administrativos.

 - Agencias de viajes. Organización y operación. Miguel Ángel Acerenza- Editorial Trillas. 1997 México.
 - Cap. 4- Principales características organizacionales.

Su estructura organizativa se sustentan en dos procesos:

- I. Delegación: por la cual un miembro de una organización transfiere o pasa una o más funciones a otro miembro.
- II. Departamentalización: consiste en agrupar tareas o funciones en conjuntos homogéneos, especializados en el cumplimiento de cierto tipo de actividades.(especialización más división de trabajo)

I. Como se puede observar toda la delegación de las funciones surge desde la dirección, que está a cargo del propietario de la agencia. Debido al reducido tamaño de la organización es el dueño quien se encarga de supervisar, controlar, evaluar y en determinados casos autorizar las distintas funciones o tareas realizadas por los otros departamentos. También se encarga de establecer los objetivos, determinar la filosofía que enmarcara todas las actividades. En cuanto a la función de comercialización que también esta a cargo del dueño, es el encargado y responsable de los negocios que se realicen en la agencia.

II. La agencia consta actualmente de dos departamentos, administración y finanzas y ventas, pretendiéndose adicionar en el futuro un tercer departamento, promoción.

- Administración y finanzas: desarrolla todas las tareas y funciones relacionadas con las finanzas de la agencia, se encarga de los créditos otorgados a los clientes como el seguimiento de las cuentas proveedores, lleva a cabo los pagos de los servicios e impuestos necesarios y se encarga de ordenar la información necesaria para el sistema contable.
- Ventas: se encarga de vender los servicios a los clientes realizando todas las tareas necesarias para lograrlo, la atención personal con los clientes, el seguimiento del proceso con cada uno de ellos, realizar las reservas, etc.
- El departamento de promoción será creado ante la necesidad de promocionar los distintos servicios de la agencia, tanto a los clientes cautivos como a los potenciales; la persona asignada a dicho departamento será elegida mediante un proceso de selección de personal que se desarrollara en el apartado dedicado a los recursos humanos.

La figura 1-2 describe el organigrama informal de la agencia de viajes. Dicho organigrama permite observar el poder relativo y el estatus de los individuos que componen la organización.

Su estructura está fijada básicamente por la antigüedad de los individuos, la cual determina el poder y el estatus de sus integrantes. A diferencia del organigrama formal se puede observar que J. López está en un nivel superior a los miembros de venta, esto se

debe a que López se encuentra trabajando desde el inicio de actividad de la agencia por lo tanto su antigüedad hace que este relativamente más cercano al director que al resto de los miembros de la organización. El ocupante del cargo de Administración y finanzas, goza de la total confianza del director y es su diestra en el desarrollo de los negocios de la agencia, en ausencia momentánea del dueño es esta persona quien se responsabiliza por el correcto desarrollo de las actividades

Por el mismo motivo el individuo que ocupe el cargo vacante se encontrara en el último nivel del organigrama.

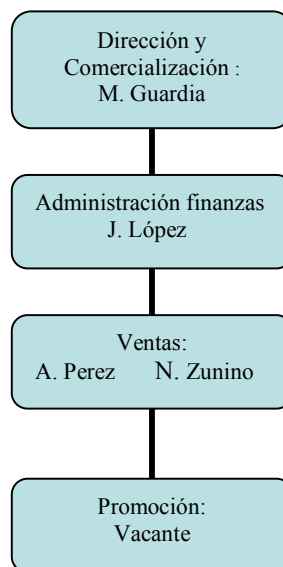


Figura 1-2 organigrama informal de la agencia de viajes.

2. Análisis de procedimientos²:

La calidad del diseño de los procedimientos administrativos y su aplicación práctica adquirirá una importancia significativa frente a la necesidad de lograr la más eficiente combinación de las operaciones que integran esos procedimientos. Las organizaciones deben ser cada vez más eficientes y efectivas. El nivel de efectividad se mide a través del grado de cumplimiento de los objetivos que persigue la organización. La eficiencia de la organización se evalúa a través del conjunto de recursos que emplea para alcanzar o producir una unidad. El análisis de los procedimientos abarcará los siguientes puntos clave:

a. Tecnología actualizada³.

La agencia debe ser lo suficientemente permeable para asimilar los cambios que se producen en el contexto en que actúa y no perder la eficiencia operativa para mantener condiciones de competencia. Tecnologías como Internet, correo electrónico y programas especiales de computación han posibilitado enormes avances en la actividad turística, dando un vuelco a la operatoria de la agencia y facilitando el desarrollo de sus principales tareas. Pero como contrapartida, en cierto punto según determinados profesionales han puesto en riesgo la existencia de las mismas, ya que la oferta de los servicios está al alcance de cualquier usuario medianamente conocedor del uso de Internet.

Por lo tanto es esencial que la agencia adopte las distintas tecnologías que han de surgir para facilitar sus tareas (reservas, promoción, publicidad, medio de comunicación, etc.) y acompañe la evolución tecnológica con un oportuno desarrollo y capacitación de sus recursos humanos que será el motivo principal por el cual la tecnología por sí sola no reemplazara a las agencias de viajes.

-
- ² Dirección de operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios.- José Domínguez Machuca, María José Álvarez Gil, Santiago García Gonzáles, Miguel Ángel Domínguez Machuca, Antonio Ruiz Jiménez- Editorial Mc Graw-Hill- Madrid España 1999.
 - Cap. 3- La estrategia de operaciones.
 - Cap. 5- La selección y diseño del proceso.

 - Técnicas de organización, sistemas y métodos- Lardent. Echaren. Loro- Editorial Club de Estudio- 1993 Buenos Aires.
 - Cap. 12- Entrenamiento en análisis de sistemas administrativos.

 - ³ Las agencias de viajes frente a las nuevas tecnologías de distribución turística. Braulio Tamayo.
 - Cap. 5- Nuevos problemas y nuevas soluciones para el siglo XXI

b. Archivos sistematizados⁴.

Se presume que la documentación se archiva con el propósito de poder recurrir a ella en el momento en que sea requerida, de ahí la necesidad de un ordenamiento adecuado de los elementos archivados.

La sistematización de los archivos va a ser funcional a la dirección y a cada departamento, a sus usos y necesidades. Por lo tanto se desarrollan las siguientes sistematizaciones de la información:

1. Dirección:

- Archivar y ordenar los acuerdos y contratos firmados con los proveedores para estar informado en todo momento sobre las pautas de los mismos, también para poder conocer cuales serán las bases a superar en futuras negociaciones.
- Realizar una sistematización de los ingresos producidos en la agencia al igual que los egresos, permitiendo sus análisis para la posterior toma de decisiones.
- A partir de la información financiera y contable elaborar esquemas de proyección a futuro y control de lo realizado.
- Realizar una sistematización sobre las evaluaciones realizadas al personal para poder analizar cual es la evolución en el desempeño de éste.

2. Departamento de administración y finanzas:

- Se debe tener un orden de la información de los proveedores con los que se trabaja, sus vencimientos, las sumas adeudadas, las facilidades de pagos obtenidas, etc.
- Se deben llevar al día los vencimientos y sumas que se producirán en cuanto a impuestos, tasas, servicios contratados, etc.
- Se deben controlar los créditos otorgados a los clientes, los montos, sus vencimientos, facilidades de pago otorgadas, etc.

• ⁴ Diseño de sistemas de información. Teoría y práctica- Burch, Grudnitski- Limusa Noriega editores- 1999 México.

○ Cap. 4- Sistemas de información para funciones específicas.

- Debe llevar los registros contables con todos sus componentes y la información que suministran.

3. Departamento de ventas:

- Sistematizar las características de los distintos servicios ofrecidos por la agencia para el caso de que sea necesario realizar una rápida consulta.
- Realizar un listado de los clientes de la agencia describiendo y clasificándolos según los servicios consumidos, dicho listado será utilizado por el departamento de promoción.
- Realizar un relevamiento de los servicios más solicitados por los clientes, para luego de analizarlos saber cuales son los cambios de las modas turísticas y poder reaccionar a tiempo.
- Sistematizar las ventas efectuadas, para poder realizar en el futuro las respectivas reservas y obtener información que va a ser útil a la dirección.

4. Departamento de promoción:

- Ordenar y sistematizar los e-mail de importancia que se han enviado, guardando una copia.
- Debe eliminar todos los e-mail basura que llega la agencia.
- Ordenar y sistematizar los e-mail de importancia que se han recibido, guardando una copia.
- Obtener información y ordenarla sobre clientes potenciales, según los distintos servicios turísticos que la agencia este promocionando.
- Analizar y generar nuevos medios y formas de promoción.

c. Análisis de control interno.

Los procedimientos administrativos deben ser confiables por sí mismos y no en función de quien los opere. Se considera control interno al conjunto de directivas o instrucciones emanadas del dueño de la agencia de viajes para dirigir, coordinar y controlar a los componentes de la organización en la ejecución de sus tareas.

Debido a que la agencia posee un plantel relativamente pequeño de personal, el propietario de esta puede abarcar y controlar personalmente todas las funciones.

d. Flexibilidad.

Se refiere a la capacidad de responder ante el cambio, a la habilidad para hacer frente de forma más eficiente y eficaz a las circunstancias cambiantes. La flexibilidad del subsistema de operaciones puede ser definida como la habilidad para desplegar o replegar sus recursos de manera eficaz y eficiente en respuesta a las condiciones cambiantes del entorno

La flexibilidad y el permanecer permeable al contexto socioeconómico donde se mueve la agencia es fundamental para mantenerla competitiva en el mercado en el que desenvuelve su actividad. La flexibilidad abarca varios aspectos entre los que se pueden mencionar los siguientes:

- El avance de la tecnología en la informática y en los medios de comunicación. Ya comentada su importancia en el punto referido al tema.
- La situación socioeconómica en que se encuentra el país, ya que condicionara el tipo de producto turístico a consumir y el potencial de demanda.
- La estabilidad social y económica a nivel mundial. Con las recientes guerras y atentados ocurridos, el turismo a nivel internacional sufre una caída en el volumen de viajeros.
- El surgimiento de modas tanto a nivel turístico específicamente como a nivel social, son la base para desarrollar nuevos productos.

e. Calidad⁵.

Las normas ISO 9000, en norma 8402, define a la calidad como la totalidad de un proceso o producto que les confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas.

• ⁵ Sistema de costos- Ernesto Costa- Serie Costos y Gestión Empresarial- Quantam Gráfica- Mar del Plata Argentina 2000.

- Cap. 12- Administración de la Calidad Total.

Como el servicio es intangible, los clientes potenciales no pueden apreciar la calidad antes de que el mismo sea brindado. Por lo tanto en mi opinión la calidad del servicio a consumir tiene que establecerse a partir de la calidad de los recursos humanos de la agencia principalmente, por medio de un correcto trato al cliente, una cordial atención y esencialmente una capacitación acorde a los tiempos y requerimientos de los potenciales clientes. La primera impresión de lo que van a ser sus futuras vacaciones, lo percibe el cliente a través del trato con el personal de la agencia el cual debe estar preparado para brindar confianza, dar respuesta a los posibles interrogantes y facilitar los tramites relacionados con la contratación a realizar.

Otra forma de visualizar los servicios turísticos es a través de Internet, en función a la amplia gama de posibilidades que por sus característica nos brinda esta herramienta. Permite al usuario ver imágenes actualizadas del servicio a contratar y facilita una interacción directa mediante el correo electrónico que da respuesta a cualquier duda que surja en nuestro cliente.

Finalizando el proceso de contratación y venta del servicio turístico es importante que la calidad del mismo se manifieste al momento de ser consumido pues es en este punto donde adquiere suma importancia la calidad de los proveedores y los productos que comercializa la agencia. No se pueden realizar concesiones en la calidad de los proveedores y sus productos en el afán de disminuir los costos y lograr precios menores. La reputación es crucial en las organizaciones de servicios debido a que una gran parte de la imagen de calidad que se les asigna, se transmite de boca en boca, pues en este aspecto el cliente va a analizar la relación precio / calidad del servicio consumido y en función a las expectativas previas y al grado de satisfacción obtenido asignara un “ puntaje de calidad” a la agencia prestadora del servicio.

f. Costos de la agencia⁶.

Costos Fijos:

Un costo fijo es aquel que permanece constante mientras el nivel de actividad aumenta o disminuye. Los costos fijos son en realidad variables en función al tiempo ya que se visualizan como fijos una vez que quien los está

-
- ⁶ Sistema de costos- Ernesto Costa- Serie Costos y Gestión Empresarial- Quantam Gráfica- Mar del Plata Argentina 2000.
 - Cap. 6- Variabilidad de los costos.
 - Costos y gestión con Excel- Juan Martín Carratalá, Alejandro Pazos, Jorgelina Bernasconi, Matías Garcia Fronti, Horacio Albano- Serie Herramientas informáticas para la Pequeña y Mediana Empresa- Omicron Sistem S.A. 2003- Buenos Aires, Argentina.
 - Cap. 1 - Parte 1- Costos cómo recopilar información útil.

analizando establece un período para su medida (mes de ejercicio comercial, etc.). En dicho momento, estos costos pasan a ser fijos para ese período también fijo.

Los costos fijos de cada mes de ejercicio de la agencia están compuestos por:

- los sueldos del personal.
- Diversos servicios utilizados:
 - el alquiler de la oficina.
 - Internet (ya que se paga una tarifa fija por mes que incluye el uso ilimitado del servicio).
 - El mantenimiento de nuestra página Web.(también se paga una tarifa fija, la cual incluye la actualización de la página y la verificación de su correcto funcionamiento, dichas actividades son realizadas por diseñadores especializados.)

Servicios utilizados	
Alquiler	\$ 210,00
Internet	\$ 30,00
Mantenimiento de la pagina de Internet	\$100,00

Sueldos	
Ventas	
Pérez	\$ 420,00
Zunino	\$ 420,00
Administración y finanzas	
López	\$ 750,00

Costos variables:

Un costo variable es aquel que crece y decrece de manera proporcional con las modificaciones del volumen de servicios prestados.

Los costos variables que tiene la agencia durante un mes de ejercicio son:

- Gráfica e impresión: relacionado a los folletos, publicidades, formularios, etc. Ya que el nivel de su consumo va a depender del grado de actividad de la agencia.
- Comisiones por venta: son las comisiones que se les pagan a los empleados en función del nivel de pax vendidos por cada uno de ellos.

- Las comisiones pagadas por las ventas con tarjetas de crédito: dichas comisiones varían en función del volumen de ventas con tarjetas de crédito que tenga la agencia.
- Luz, gas, teléfonos: cabe aclarar que dichos servicios se comportarían como un costo semifijo en función del consumo mínimo.(Hasta superar el consumo mínimo los costos se comportan como fijos, una vez superado dicho punto, los costos varían en proporción al volumen de servicio utilizado)

g. Determinación del precio de venta de los paquetes turísticos⁷

- Para el paquete “Mendoza TP” el precio de venta al público sugerido por el prestador es de \$ 465,00 por lo tanto la agencia lo venderá a dicho precio.
- Según investigaciones realizadas, el precio de mercado de diferentes productos turísticos “Cataratas” similares al que organiza nuestra agencia varían dentro de la franja que abarca desde \$350,00 hasta \$400,00 aproximadamente. Por lo tanto nuestra agencia va a vender su producto “Cataratas TP” a \$367,76 + IVA. Lo que totaliza \$445,00

Una vez seleccionados los precios de venta de nuestros productos turísticos mediante la comparación con los precios sugeridos por la agencia prestadora del servicio o por los de mercado, se debe analizar cual es el margen que se desea obtener con la venta de cada pax, o sea cual va a ser nuestro “Mark up”.

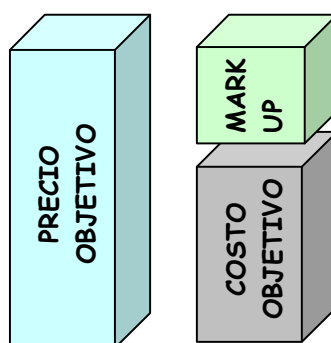
El “mark up” va a estar conformado por el porcentaje de las comisiones que se deben pagar al empleado que realizó la venta, más el porcentaje de utilidad que busca el propietario por la venta de cada viaje.

-
- ⁷ Costos y gestión con Excel- Juan Martín Carratalá, Alejandro Pazos, Jorgelina Bernasconi, Matías García Fronti, Horacio Albano- Serie Herramientas informáticas para la Pequeña y Mediana Empresa- Omicron Sistem S.A. 2003- Buenos Aires, Argentina.
 - Cap. 1 - Parte 5- Reducción de costos.(Precio objetivo, costo objetivo)
 - Agencias de viajes. Organización y operación. Miguel Ángel Acerenza- Editorial Trillas. 1997 México.
 - Cap. 5- Definición del campo de negocios de la agencia, programación y desarrollo de la línea de producto.

Mark up	
	Cataratas
Comisiones	2%
Utilidad	24%
Total	26%

Como el paquete “Cataratas TI” es organizado por nuestra agencia se pretende una mayor utilidad ya que la brecha entre el precio de mercado y nuestros costos es mayor.

A partir de nuestro precio de venta y de la utilidad que pretendemos obtener deducimos cual es nuestro costo objetivo (target costing).



	Cataratas
Precio de venta	\$ 367,76
- Mark up %	\$ 95,62
Costo objetivo	\$ 272,14

El costo objetivo es el limite superior en cuanto a los costos incurridos por la agencia para vender los servicios turísticos a un precio objetivo o de mercado con una determinada utilidad esperada.

En el caso de que la agencia tenga un costo mayor al objetivo tendrá que implementar un proceso de reducción de costos para no generar perdidas. Si los costos con que trabaja la agencia no permiten un margen de reducción, entonces la agencia deberá sacrificar parte de la utilidad desea, disminuyendo el mark up.

En el caso contrario, que los costos reales sean menores a los costos objetivos, la agencia podrá incrementar su porcentaje de utilidad o disminuir el precio de venta si presume que podrá captar mayor cantidad de pasajeros y con ello una mayor utilidad final.

La agencia Free Travel para vender el producto “Cataratas TP”, incurre en los siguientes costos:

Servicios(por todo el contingente de pasajeros)		Prorrateado x la cantidad promedio de pax a Cataratas (18pax)
Guía Turística (x 3 excursiones)	\$ 49,59	\$ 2,76
Coordinador	\$ 150,00	\$ 8,33

Los servicios de guía de turismo como el de coordinador, tienen un costo que debe ser absorbido por el contingente de pasajeros que viajan por la agencia, por lo tanto, para obtener el costo individual de cada pax se debe prorratar el costo total entre 18 pax, que son el promedio estadístico de pax vendidos al mes.

Por lo tanto los costos reales de cada pax vendido son los siguientes:

	Paquete "Cataratas TI"
Hotel(x 4 noches)	\$ 99,17
Transporte	\$ 99,17
Visita Ruinas de San Ignacio	\$ 4,00
Visita Cataratas lado brasilero	\$ 16,00
Visita Cataratas lado argentino	\$ 12,00
Guía Turística	\$ 2,76
Coordinador	\$ 8,33
Total Costo Real	\$ 241,43

Si comparamos los costos reales con los costos objetivos, observamos que los primeros son menores, indicando que la agencia en realidad esta teniendo un mark up superior al pensado con la venta de cada pax.

	Cataratas
Costo objetivo	\$ 272,14
Costo real	\$ 241,43

Por la venta del paquete "Mendoza TI", la agencia no incurre en costos, ni establece un Mark Up, ya que percibe una comisión por intermediación de parte del operador "Cuyo Turismo" del 22,45% + IVA sobre el precio de venta del producto, es decir \$ 465,00.

4. Administración de los Recursos humanos⁸.

Las características de la agencia de viajes hace que la administración de sus recursos humanos se desarrollen siguiendo el estilo de la Teoría Y de Mac Gregor , debido a que la calidad de los recursos humanos es fundamental para la empresa, ya que:

- La agencia esta relacionada con actividades placenteras y con momentos sumamente importantes para los clientes como son sus vacaciones, por lo tanto las personas que los atiendan tienen que ajustarse a dicha situación.
- Una forma de materializar la calidad de los servicios ofrecidos, sería mostrando una gran atención a los clientes, con empleados capacitados, amables, voluntariosos y motivados.
- Es importante que los miembros de la agencia tengan capacidad creativa para poder adaptarse a las cambiantes modas turísticas y poder también realizar innovaciones.
- Cada departamento goza de algunas responsabilidades que les permiten ejercer actividades con una cierta autonomía, acudiendo a la dirección solo en casos especiales.

A partir de la filosofía de la Teoría Y , se plantea la necesidad de desarrollar un Sistema Consultivo de administración de los recursos humanos para la agencia; en el que se destacan las siguientes características:

- a. Proceso decisorio: consulta a los niveles inferiores, se realizan ciertas delegaciones. Es sumamente importante la delegación de decisiones para lograr descentralizar las tareas de la dirección. Para lo cual es fundamental el desarrollo de un adecuado sistema de procedimientos.

-
- ⁸ Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.
 - Cap. 4- Administración de Recursos Humanos.
 - Técnicas de organización, sistemas y métodos- Lardent. Echaren. Loro- Editorial Club de Estudio- 1993 Buenos Aires.
 - Cap. 12- Entrenamiento en análisis de sistemas administrativos

- b. Sistema de comunicaciones: verticales descendentes como ascendentes y también horizontales. Las comunicaciones verticales ascendentes permite al propietario de la agencia estar al tanto de las inquietudes de los clientes y sus necesidades a través de sus empleados. También permite una gran fluidez entre los departamentos de la organización.
- c. Relaciones interpersonales: se estimula la organización informal que junto con el reducido tamaño de la agencia permite la creación de un ambiente de trabajo cordial y gratificante.
- d. Sistemas de recompensas: se enfatiza en las recompensas materiales y ciertas recompensas sociales. Los miembros del departamento de ventas reciben comisión sobre la cantidad de pax vendidos. En cambio J: López tiene el beneficio utilizar una de las dos cocheras que tiene el edificio donde se encuentra la agencia de viajes, como recompensa debido a su antigüedad y su desempeño.

Políticas de recursos humanos para la agencia de viajes.

Las políticas que se van a tratar abarcan las siguientes características sobre los recursos humanos:

- I. Provisión (quién irá a trabajar en la agencia).
- II. Aplicación (qué harán las personas en la agencia).
- III. Desarrollo. (como preparar y desarrollar a las personas en la agencia)
- IV. Seguimiento (Cómo saber quiénes son y qué hacen las personas).

Referente al cargo de promoción.

I. Provisión⁹:

Luego de la investigación interna de recursos humanos en la agencia, se pudo determinar la necesidad de realizar una incorporación al personal ya existente. La agencia descubrió la importancia de implementar una mayor promoción de sus servicios y productos turísticos, por lo tanto desea incorporar a una persona que cubra dicho cargo. Debido a que los recursos humanos son relativamente reducidos se realizara un reclutamiento externo de los mismos.

• ⁹ Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.

○ Cap. 5- Reclutamiento de personas.

Investigación externa.

La fuente de reclutamiento para el cargo será la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. La segmentación del mercado de recursos humanos, de acuerdo a los intereses de la organización: los alumnos específicamente de la carrera de Licenciatura en Turismo, que se encuentren cursando el cuarto o quinto año.

Selección del personal¹⁰.

Del conjunto de candidatos la agencia decide realizar una preselección de aquellos diez que tengan los mejores promedios, los cuales serán llamados individualmente para realizar una entrevista personal en la agencia.

La tarea básica de la entrevista es escoger entre los candidatos preseleccionados aquellos que tengan mayores probabilidades de adaptarse al cargo ofrecido y desempeñarlo de manera eficiente. La entrevista la realizará J. López, quien debido a su antigüedad sabe perfectamente las características y necesidades de la agencia. Se realizará una entrevista abierta, en la que se busque principalmente la soltura para comunicarse de los candidatos y el interés de realizar las prácticas en la agencia y capacitarse.

II. Aplicación¹¹:

En esta etapa se realizará el diseño del cargo. Para la organización el cargo es la base de la aplicación de las personas en las tareas organizacionales, para la persona es una de las mayores fuentes de expectativas y motivación en la organización.

El cargo consiste en el conjunto de funciones con posición definida en la estructura organizacional, en el organigrama. Consiste en un conjunto de deberes que los separan y distinguen de los demás cargos. Representa qué harán las personas en la agencia.

Al diseñar el cargo de promoción se tuvieron en cuenta las siguientes características:

a) Contenido del cargo: Conjunto de tareas que el ocupante deberá cumplir.

-
- ¹⁰ Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.
 - Cap. 6- Selección del personal.
 - ¹¹ Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.
 - Cap. 8- Descripción y análisis de cargos.

- Enviar correo electrónico informando los principales productos turísticos a los clientes de la agencia, detallando precio y posibilidades de pago.
 - Enviar e-mail a distintos clientes potenciales promocionando productos específicos. (Por ejemplo, promocionar viajes de estudio a los colegios).
 - Controlar los e-mail recibidos y derivarlos a los departamentos correspondientes.
 - Atender las llamadas telefónicas y derivarlas según corresponda.
- b) Métodos y procesos de trabajo. Cómo deberá cumplir las atribuciones y tareas.
- El ocupante recibirá del director la información que deberá promocionar, es decir los distintos paquetes turísticos, sus precios y formas de pago.
 - En el caso de que la información sea enviada a los clientes cautivos deberá utilizar los archivos sistematizados de los clientes que se encuentran en las computadoras para obtener las direcciones necesarias.
 - Si se desea promocionar un producto específico a clientes potenciales, deberá realizar una investigación para obtener la información de las direcciones necesarias para poder llegar a los pretendidos clientes.
 - Estará a cargo de la operación de la central telefónica, recibiendo todas las llamadas y derivándolas según corresponda. Ante la necesidad de derivar la llamada deberá dejar en espera a la persona que llamo y comunicarse con el departamento solicitado, consultar sobre la posibilidad de atender el llamado, en caso de una negativa tendrá que tomar nota del mensaje y sugerir que se vuelva a comunicar en veinte minutos o que en la brevedad nos comunicaremos con él, y en el caso contrario deberá derivar la llamada.
 - Deberá revisar los e-mail que van llegando a la agencia filtrando los e-mail basura, derivando aquellos que tengan un destinatario específico y comunicar el resto de los e-mail a la dirección..
- c) Responsabilidades. (A quién deberá reportar el ocupante del cargo).
- Las responsabilidades consisten en cumplir metódicamente con cada tarea. El correcto desarrollo de sus actividades al igual que el surgimiento de ciertas situaciones anormales deben ser reportadas ante el director de quien depende directamente

Referente a todos los cargos de la agencia.

En general un correcto diseño de los cargos de la agencia permite lograr alcanzar los siguientes resultados:

- a) Elevada motivación intrínseca del trabajo.
- b) Desempeño de alta calidad.
- c) Elevada satisfacción con el trabajo.
- d) Reducción de las faltas y las desvinculaciones espontáneas.

Son cinco las dimensiones del cargo para alcanzar las características antes mencionadas:

- Variedad: Reside en el conjunto de operaciones y procedimientos para que el desempeño del cargo sea menos monótono y repetitivo. La variedad de tareas que conforman cada cargo es bastante amplia, cada cargo tiene operaciones diversas con equipos de computación y la necesidad de manejar diferentes habilidades.
- Autonomía: Grado de independencia y criterio personal que tiene el empleado para planear y ejecutar el trabajo. La característica de ser una agencia pequeña hace necesario una descentralización del poder de decisión, permitiendo alivianar las actividades de la dirección logrando que se dedique tan solo a realizar una rápida supervisión de las diversas actividades y se dedique a sus tareas específicas, por lo tanto es muy importante que los cargos gocen de cierta autonomía.
- Significado de la tarea: se trata de aumentar la noción de significado de las tareas ejecutadas y del papel de la persona en la organización y sus responsabilidades. En la agencia cada uno de los individuos sabe que determinadas actividades muy importantes dependen de su responsabilidad y correcto desempeño. Al ser una agencia relativamente pequeña es más fácil para los integrantes reconocer la importancia de su actividad en el funcionamiento de la agencia.
- Identidad con la tarea: el ocupante del cargo se identificará con la tarea, en la medida que la ejecuta cabal e íntegramente como producto final de su actividad. El trabajo pertenece a la persona. Dicha característica es representativa de la estructura de la agencia de viajes, donde cada persona en su cargo es responsable por el desempeño de determinada tarea en forma integral.
- Retroalimentación: Grado de información de retorno que recibe el empleado para evaluar la eficiencia de su esfuerzo en la producción de resultados. Es común que el director converse con cada uno de los

integrantes de la agencia sobre los acontecimientos de la semana y como fueron evolucionando cada uno de ellos.

III. Desarrollo.

En la agencia es fundamental el desarrollo y capacitación de su personal, principalmente teniendo en cuenta la importancia que tiene la utilización de los medios de comunicación y las distintas tecnologías de informatización. Dichas tecnologías suelen cambiar y evolucionar de manera muy rápida, por lo que hay que estar atentos y dispuestos a adaptarse a los cambios y no quedar obsoletos perdiendo toda oportunidad de competencia.

Además de la capacitación en el aspecto de la tecnología y medios aplicados por la agencia, es importante que el personal desarrolle la habilidad de un trato correcto con el cliente, que le permita interpretar las necesidades del mismo, saberlo escuchar y sugerir de manera oportuna, mantener una conversación cordial y hacerlo sentir que la agencia va a realizar el mayor esfuerzo para que disfrute lo mejor posible de sus vacaciones.

Una capacitación tecnológica y un desarrollo en el sentido humano van a permitir a la agencia tener un alto nivel competitivo, mantener satisfechos a sus clientes y lograr una alta motivación y satisfacción en el trabajo por parte de su personal; quienes se sentirán útiles y satisfechos por trabajar en una empresa que se mantiene competitiva, que evoluciona junto con la tecnología y de la cual ellos constituyen un recurso sumamente importante.

IV. Evaluación del desempeño del cargo¹².

La evaluación del cargo permite en primera instancia constatar el correcto desempeño del personal y nos facilita localizar problemas de integración del empleado a la organización o al cargo que ocupa para determinar y desarrollar una política de recursos humanos adecuada a las necesidades de la organización y permitir solucionar el desvío en el desempeño.

La evaluación del desempeño en la agencia será realizada por el director, quién se encargará de analizar el accionar de cada uno de los departamentos:

• ¹² Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.

○ Cap. 9- Evaluación del Desempeño Humano.

Evaluación del departamento de Ventas:

- Una forma de evaluar el desempeño de dicho personal es analizando las ventas que cada uno realiza a partir de las comisiones que se le pagan por cada venta realizada. Básicamente se pueden comparar las cantidades vendidas de pax por Perez y las cantidades vendidas por Zunino y determinar el grado de similitud en el desempeño. De existir una gran brecha entre un individuo y el otro habría que analizar si la diferencia se debe a un elevado desempeño de uno de ellos o a un pobre desempeño del otro, en ambos casos hay que determinar las causantes de los distintos desempeños y procurar las políticas de recursos humanas necesarias para la obtención de un alto desempeño en ambos individuos. Otro dato importante sería comparar el desempeño de ambos en relación a la misma época de años anteriores, ya que se podría dar el caso que tanto Pérez como Zunino hayan tenido un bajo desempeño.

Además de cantidades vendidas es muy importante comparar el tipo de producto vendido, en relación a su valor e importancia en la contribución a la utilidad de la empresa.

Evaluación del departamento de Promoción:

- El análisis de dicho cargo será evaluado a través de un seguimiento personal por parte del director, observando el desempeño del ocupante al recibir las llamadas, en cuanto a cordialidad con el cliente y un correcto trato, determinando cual es el grado de respuesta de los e-mail mandados y el nivel de consultas, y de ser posible estableciendo el aporte marginal que la promoción realiza a las ventas.

Evaluación del departamento de Administración y finanzas:

- EL director evalúa el desempeño de dicho cargo en base a la situación financiera de la empresa (recursos, créditos, vencimientos, deudas, etc.) y al estado económico de la misma en cuanto a la contribución en la obtención de resultados y situación patrimonial, así como en el manejo del sistema de información que lleva a la Dirección para control y planeamiento.

Beneficios de la evaluación del desempeño.

a) Beneficios para el director o propietario :

- Evaluar mejor el desempeño en el ejercicio de sus tareas y el comportamiento de los empleados de la agencia.
- Proponer medidas y disposiciones orientadas a mejorar el desempeño en el caso que sea necesario.
- El director debe comunicarse con el personal de la agencia y comunicarle el resultado de la evaluación, permitiendo una retroalimentación al ocupante del cargo para conocer cual es el sistema de evaluación.

b) Beneficios para el personal:

- Conocer los comportamientos y desempeños que más se valoran en la agencia de viajes.
- Saber qué disposiciones o medidas tomará el director para mejorar el desempeño de cada persona en su cargo.
- Autoevaluar y criticar su desarrollo y control.

c) Beneficios para la agencia de viajes:

- Puede evaluar su potencial humano, buscando siempre un desarrollo en la calidad del mismo.
- Lograr identificar los empleados que necesitan perfeccionamiento o capacitación.
- Una agencia de viajes con recursos humanos capacitados mejora su nivel de competitividad.

Capítulo II: Sistema contable.

El sistema contable elaborado para la agencia involucrará el desarrollo de los siguientes aspectos:

1. Modelo contable.
2. Plan de cuentas.
3. Manual de cuentas.
4. Libro Diario.
5. Libro Mayor.
6. Balance de sumas y saldos.
7. Estado de Situación Patrimonial.
8. Estado de Resultados.
9. Presupuestos y herramientas para el control de gestión.
10. Control de la gestión a partir de la información obtenida.

1. Modelo contable¹³

Como primer paso para desarrollar el sistema contable se definirá el modelo a utilizar por la agencia de viajes, las características principales a analizar son:

a. Capital a mantener:

La definición del capital invertido a mantener va a ser primordial para poder definir el concepto de ganancias para nuestra empresa. El capital puede ser:

- **Físico:** dicho concepto toma en consideración el mantenimiento de determinada capacidad operativa dada. Dicha capacidad operativa esta relacionada con la capacidad productiva, que es la medida de la habilidad de una empresa para producir y distribuir su producto o servicio. Se determina una ganancia cuando se incrementa la capacidad productiva o operativa.
- **Financiero:** toma en consideración mantener un determinado nivel de capital dinerario. Se determinará que existe ganancias cuando se ha producido un incremento patrimonial no aportado por los propietarios, medidos en términos monetarios.

b. Criterios de medición: los criterios para la valuación de activos y pasivos pueden ser:

- **Costo histórico:** los bienes o servicios quedan valuados al costo hasta el momento de su venta, reconociendo solamente los resultados por tenencia negativos. Los resultados positivos por tenencia se difieren hasta el momento de la venta (Resultado Bruto de Venta).
- **Valores corrientes:** Los bienes y servicios a valores corrientes, reconocen cambios de valores de la partida antes de la venta. Reconozco resultados por tenencias tanto positivos como negativos; distingo claramente el resultado por tenencia del ingreso generado por la venta del bien o servicio.

c. **Unidad de medida:** las mediciones contables se realizan en alguna moneda de cuenta, que por lo general es la de curso legal en el país (por disposiciones legales). El problema es que cualquiera sea la moneda elegida como unidad de medida, la inflación hace que su poder de compra disminuya con el tiempo, como resultado las mediciones nominales efectuadas en diversos momentos del ejercicio económico dejan de ser comparables.

• ¹³ Tratado de Contabilidad- Fowler Newton Enrique- Ediciones Contabilidad Moderna. 1982/83 Buenos Aires. Libro 1, "Cuestiones Contables Fundamentales" Capítulos III y IV.

Frente a dicho problema las principales opciones de unidad de medida son:

- **Con ajuste monetario por inflación:** mediante la corrección de las partidas no monetarias a través de un coeficiente de ajuste inflacionario, que me permita trabajar las cuentas en moneda homogénea de un momento determinado.
- **Sin ajuste monetario por inflación:** se decide ignorar el efecto de la inflación, por lo tanto en dichos modelos se trabajara con partidas medidas en una unidad heterogénea de moneda.

A partir de dichas características el modelo contable a utilizar por la agencia de viajes es el siguiente:

a. **Capital a mantener:**

Financiero: Es mayormente aceptado y adoptado por la doctrina contable.

b. **Criterio de medición:**

Valores corrientes, lo que yo busco del modelo contable es que me informe el valor actual de mi riqueza y no el valor de mi riqueza en el pasado (costo histórico). Los valores corrientes permiten que la información contable brindada sea útil y representativa.

c. **Unidad de medida:**

Sin ajuste monetario por inflación: se trabajara con partidas medidas en una unidad heterogénea de moneda por lo tanto se ignorará el efecto de la inflación. En virtud de la operativa de las agencias de viajes y en particular del caso analizado, ya que no hay inventarios de bienes y servicios para la venta, pues el producto vendido se caracteriza por su intangibilidad y además el hecho de trabajar en plazos cortos en cuanto a la compra y venta, en lo referido al pago y cobro de los mismos, hacen que la influencia de la variable inflación sea de escasa relevancia. Solo se tendrá en cuenta las variaciones en moneda extranjera, unidad monetaria de utilización frecuente en este tipo de actividad.

2. Plan de cuentas¹⁴

Como segundo paso para el funcionamiento del sistema contable es necesario contar con una lista de cuentas ordenadas metódicamente , que permitan sistematizar las imputaciones contables de tal modo que pueda lograrse la información patrimonial y financiera necesaria para la toma de decisiones y control de la actividad. El plan de cuentas debe ser complementado por un manual de cuentas, el cual contiene las explicaciones necesarias para el uso de cada cuenta y facilita la imputación contable de las operaciones de la agencia .

El tipo de codificación a utilizar en el plan de cuentas es el sistema decimal, que se basa en la correlación entre los números correspondientes a las diversas posiciones del código asignado y las agrupaciones de cuentas, de esta forma pueden asignarse códigos de varios dígitos separados :

Plan de cuentas.

1. Activo

1-1 Activos corrientes.

1-1.1 Caja y Bancos

1-1.1.1 Caja

1-1.1.2 Recaudaciones a depositar

1-1.1.3 Banco Industrial cuenta corriente.

1-1.1.4 Moneda Extranjera

1-1.1.4.1 Dólares.

1-1.1.4.2 Euros.

1-1.1.4.3 Reales.

1-1.2 Inversiones

1-1.2.1 Banco Industrial plazo fijo.

1-1.3 Créditos.

1-1.3.1Créditos por servicios

1-1.3.1.1 Deudores por venta .

• ¹⁴ Contabilidad 1, Unidad 2, “ El proceso contable” -Universidad de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Secretaria de impresiones CECES

○ Cap. 3- Cuentas:

- Contabilidad programada.
- Planes y manuales de cuentas.

1-1.3.1.2 Deudores x venta tarjeta de Crédito.

1-1.3.1.3 Comisiones a cobrar.

1-1.3.1.3.1 Comisiones a cobrar restaurante Misiones.

1-1.3.1.3.2 Comisiones a cobrar por venta “Mendoza”

1-1.3.1.3.3 Comisiones a cobrar por venta transporte terrestre

1-1.3.1.3.3.1 Comisiones por venta “Cataratas Bus”

1-1.3.1.3.3.2 Comisiones por venta “Costa Tour”

1-1.3.1.3.3.3 Comisiones por venta “ Las Leñas Tour”

1-1.3.1.3.4 Otras comisiones ganadas.

1-1.3.1.4 Documentos a cobrar

1-1.3.1.4.1 Documentos a cobrar

1-1.3.1.4.2 Intereses a cobrar

1-1.3.1.4.3 Documentos a cobrar en moneda extranjera.

1-1.3.1.4.4 Intereses a cobrar en moneda extranjera.

1-1.3.2 Otros créditos

1-1.3.2.1 IVA crédito fiscal.

1-1.3.2.2 Adelantos a proveedores:

1-1.3.2.2.1 Adelanto Proveedor Gran hotel Misiones.

1-1.3.2.2.2 Adelanto Proveedor Cataratas Bus.

1-1.3.2.2.3 Adelanto Proveedor Ruinas San Ignacio.

1-1.3.2.2.4 Adelanto Proveedor Cataratas del Iguazú

1-1.3.2.2.5 Adelanto Proveedor Cataratas do Iguacu.

1-1.3.2.2.6 Adelanto “Cuyo turismo”.

1-1.3.2.2.7 Adelanto Proveedor “El Turista”

1-2 Activos no corrientes

1-2.1 Bienes de uso.

1-2.1.1 Valores originales.

1-2.1.1.1 Muebles y útiles.

1-2.1.1.2 Equipos de oficinas.

1-2.1.2 Amortizaciones acumuladas

1-2.1.2.1 Muebles y útiles.

1-2.1.2.2 Equipos de oficinas

2 Pasivo.

2-1 Pasivos Corrientes.

2-1.1 Deudas

2-1.1.1 Deudas por operaciones

2-1.1.1.1 Proveedores.

2.1.1.1.1 Proveedores alojamiento.

2-1.1.1.1.1 Proveedor Gran hotel Misiones.

2.1.1.1.1.2 Proveedores transporte.

2.1.1.1.1.2.1 Proveedor Cataratas Bus.

2-1.1.1.1.3 Proveedores excursiones .

2-1.1.1.1.3.1 Proveedor Ruinas San Ignacio.

2-1.1.1.1.3.2 Proveedor PN Cataratas del Iguazú.

2-1.1.1.1.3.3 Proveedor Parque Cataratas do Iguacu.

2-1.1.1.1.4 Proveedor de guías turísticas

2-1.1.1.1.4.1 Proveedor “El Turista”

2-1.1.1.1.5 Otros proveedores.

2-1.1.1.2 Obligaciones a pagar

2-1.1.1.2.1 Obligaciones a pagar en ME.

2-1.1.1.2.2 Interese a Pagar en ME.

2-1.1.1.2.3 Obligaciones a pagar.

2-1.1.1.2.4 Intereses a pagar.

2-1.1.2 Otras deudas

2-1.1.2.1 Sueldos a pagar y cargas sociales

2-1.1.2.1.1 Sueldos y jornales a pagar.

2-1.1.2.1.2 Sueldo anual complementario a pagar.

2-1.1.2.1.3 Cargas Sociales a pagar

2-1.1.2.1.4 Retenciones a pagar

2-1.1.2.2 Comisiones a pagar.

2-1.1.2.2.1 Comisiones por ventas a pagar Pérez.

2-1.1.2.2.2 Comisiones por ventas a pagar Zunino.

2-1.1.2.2.3 Comisiones a pagar x venta tarjeta de crédito.

2-1.1.2.3 Gastos a pagar.

2-1.1.2.3.1 Alquileres a pagar .

2-1.1.2.3.2 Internet a pagar.

2-1.1.2.3.3 Servicios de contaduría a pagar.

2-1.1.2.4 Servicios e impuestos a pagar

2-1.1.2.4.1 Luz, gas y teléfonos a pagar.

2-1.1.2.4.2 Tasas por inspección de seguridad e higiene.

2-1.1.2.4.3 Ingresos brutos a pagar.

2-1.1.2.5 IVA

2-1.1.2.5.1 IVA Débito fiscal.

2-1.1.2.5.2 IVA a pagar.

2-1.1.2.6 Anticipos de Clientes

3 Patrimonio Neto.

3-1 Capital.

3-2 Resultados

3-2.1 Resultado del ejercicio.

3-2.2 Resultado de ejercicios anteriores.

4 Ingresos.

4-1 Ingresos x prestaciones de servicios.

4-1.1 Ventas "Cataratas TI"

4-1.2 Comisiones ganadas.

4-1.2.1 Comisiones ganadas restaurante Misiones.

4-1.2.2 Comisiones ganadas por intermediación "Mendoza TI".

- 4-1.2.3 Comisiones ganadas por intermediación transporte terrestre
 - 4-1.2.3.1 Comisiones ganadas por intermediación “Cataratas Bus”
 - 4-1.2.3.2 Comisiones ganadas por intermediación “Costa Tour”
 - 4-1.2.3.3 Comisiones ganadas por intermediación “ Las Leñas Tour”

4-1.2.3 Otras comisiones ganadas.

4-2 Otros ingresos

- 4-2.1 Descuentos e intereses ganados.
 - 4-2.1.1 Intereses ganados en moneda extranjera.
 - 4-2.1.2 Intereses ganados.
 - 4-2.1.3 Descuentos obtenidos.

4-2.2 Cuentas de ajustes

- 4-2.2.1 Sobrante caja.
- 4-2.2.2 Diferencia de cambio positiva.
 - 4-2.2.2.1 Generada por activos
 - 4-2.2.2.2 Generada por pasivos

5 Egresos

- 5-1 Egresos x prestaciones de servicios
 - 5-1.1 Costo de Servicios vendidos “Cataratas TI”
 - 5-1.2 Sueldos.
 - 5-1.2.1 Sueldos y jornales.
 - 5-1.2.2 Sueldo anual complementario.
 - 5-1.2.3 Cargas sociales
 - 5-1.3 Comisiones pagadas.
 - 5-1.3.1 Comisiones pagadas por ventas Pérez. .
 - 5-1.3.2 Comisiones pagadas por ventas Zunino.
 - 5-1.3.3 Comisiones pagadas x venta tarjeta de crédito
 - 5-1.4 Gastos necesarios para prestar los servicios.
 - 5-1.4.1 Gastos por Internet
 - 5-1.4.2 Gastos por alquiler.
 - 5-1.4.3 Gastos por Folletería.
 - 5-1.4.4 Gastos por Teléfonos.

5-1.4.5 Gastos de contaduría.

5-1.4.6 Gastos de Luz y gas.

5-1.5 Descuentos e intereses pagados.

5-1.5.1 Intereses pagados en moneda extranjera.

5-1.5.2 Intereses pagados.

5-1.5.3 Descuentos otorgados

5-1.6 Impuestos y contribuciones.

5-1.6.1 Ingresos Brutos

5-1.6.2 Tasa por inspección Seguridad e Higiene

5-1.7 Amortizaciones bienes de uso.

5-1.8 Cuentas de ajuste.

5-1.8.1 Faltante de caja.

5-1.8.2 Diferencia de cambio negativa.

5-1.8.2.1 Generada por activos

5-1.8.2.2 Generada por pasivos.

5-1.9 Deudores incobrables.

6 Movimientos.

6-1 Ingresos por cuenta de terceros.

6-2 Egresos por cuenta de terceros.

Manual de cuentas¹⁵.

- 1-1.1.1 Caja: pertenece al rubro Caja y Bancos, representa la existencia de dinero en efectivo en la agencia, se debita ante los ingreso del mismo (por aumentos), se acredita ante los pagos en efectivo (por disminuciones). Su saldo es deudor, es un saldo residual.
- 1-1.1.2 Recaudaciones a depositar: pertenece al rubro Caja y Bancos, representa la tenencia de cheques recibidos por la agencia y que no se han depositado todavía, se debita ante el ingreso de los mismos (por aumentos) y se acredita al momento del deposito de los cheques (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.1.3 Banco Industrial cuenta corriente: pertenece al rubro Caja y Bancos, representa los depósitos en cuenta corriente en el respectivo banco para realizar pagos o cobros por medio de la misma, se debita cuando la empresa realiza un depósito de fondos en la cuenta (por aumentos), se acredita cuando se realiza algún pago con cheque Banco Industrial cuenta corriente (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.1.4 Moneda Extranjera: representa la tenencia en moneda extranjera necesaria para la operatividad de la agencia, las cuentas pertenecientes al rubro se debitan ante el ingreso de efectivo en moneda extranjera (por aumentos), se acredita ante los pagos de efectivo en moneda extranjera (por disminuciones), su saldo es deudor y residual. Dicho rubro se ajusta por diferencias en el tipo de cambio.
- 1-1.2.1 Banco Industrial plazo fijo: pertenece al rubro inversiones, representa las inversiones de la modalidad de los plazos fijos, se debita cuando se realiza la inversión (por aumentos), se acredita cuando se cobra la inversión a la fecha de vencimiento (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.1 Deudores por venta: pertenece al rubro créditos por servicios, representa lo que los clientes adeudan a la empresa por la compra a crédito, se debita ante las ventas a los clientes a crédito (por aumentos) y se acredita ante el cobro de los créditos otorgados (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.

• ¹⁵ Contabilidad 1, Unidad 2, “ El proceso contable” -Universidad de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Secretaria de impresiones CECE.
o Cap. 3- Cuentas:
• Contabilidad programada.
• Las cuentas y sus análisis.

- 1-1.3.1.2 Deudores por venta con tarjeta de crédito: pertenece al rubro créditos, representa la suma de las ventas realizadas cuyo pago fue mediante tarjetas de créditos, se debita ante las ventas a los clientes mediante dicha forma de pago (por aumentos) y se acredita ante el cobro de la tarjeta de crédito a la respectiva compañía (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.3.1 Comisiones por restaurante Misiones: pertenece al rubro créditos por servicios, representa el de cobro de una comisión según los acuerdos con el restaurante, se debita cuando nace dicho crédito a nuestro favor (por aumentos), se acreditan cuando se realiza el cobro del mismo (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.3.2 Comisiones a cobrar por venta “Mendoza TI”: pertenece al rubro créditos por servicios, dichas comisiones representan los futuros ingresos por la intermediación en la venta del producto turístico. Se debita cuando nace dicho crédito a nuestro favor (por aumentos), se acreditan cuando se realiza el cobro del mismo (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.3.3 Comisiones a cobrar por venta transporte terrestre: pertenece al rubro créditos por servicios, dichas comisiones representan los futuros ingresos por la intermediación en la venta de pasajes en ómnibus. Se debita cuando nace dicho crédito a nuestro favor (por aumentos), se acreditan cuando se realiza el cobro del mismo (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.3.4 Otras comisiones a cobrar: pertenece al rubro créditos por servicios, dichas comisiones representan los futuros ingresos por la intermediación en la venta de distintos servicios turísticos. Se debita cuando nace dicho crédito a nuestro favor (por aumentos), se acreditan cuando se realiza el cobro del mismo (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.4.1 Documentos a cobrar: pertenece al rubro créditos, representa la tenencia de la empresa de documentos de obligación de pago a su favor, la cuenta se debita ante el ingreso de los mismos (por aumentos) y se acredita cuando se produce el cobro de los documentos o se descuentan los mismos en una institución financiera (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.1.4.2 Intereses a cobrar: pertenece al rubro créditos, representa el recargo que se le realiza a los documentos a cobrar en función a los plazos concedidos, se debita la cuenta Intereses a cobrar cuando surge la obligación (por aumentos), se acredita cuando se cobran los intereses (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.

- 1-1.3.1.4.3 Documentos a cobrar en moneda extranjera: pertenece al rubro créditos, representa los documentos a cobrar en moneda extranjera, se debita ante el ingreso de los mismos (por aumentos), se acredita cuando se produce el cobro de los documentos o si se descuentan en una institución financiera (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual. Dicha cuenta se ajusta por diferencia en el tipo de cambio.
- 1-1.3.1.4.4 Intereses a cobrar en moneda extranjera: pertenece al rubro créditos, la cuenta representa la carga de un interés a los documentos a cobrar en moneda extranjera, se debita cuando surge la obligación (por aumentos) y se acredita cuando se cobran los intereses (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual. Dicha cuenta se ajusta por diferencia de cambio.
- 1-1.3.2.1 IVA crédito fiscal: representa un cargo que nos efectúa el proveedor al momento de la compra de un bien o servicio, al momento de efectuar la Declaración Jurada mensual de IVA se deducirán del monto del debito fiscal, determinando a los efectos de establecerse el saldo a pagar o a nuestro favor. Su saldo es deudor y residual.
- 1-1.3.2.2 Adelantos a proveedores: este rubro representa un crédito por el pago de un servicio al proveedor que se consumirá en un futuro. Se debita cuando la agencia anticipadamente paga al proveedor por un servicio a prestar (por aumentos), se acredita cuando el operador presta el servicio (por disminuciones). Su saldo es deudor y residual.
- 1-2.1.1.1 Muebles y útiles: al igual que la cuenta 1-2.1.1.2 (Equipos de oficina) pertenecen al rubro bienes de uso, el cual representa todos los bienes físicos de la agencia afectados al desarrollo de sus actividades. Se debita cuando se incorpora al patrimonio un bien de uso (por aumentos), se acredita cuando se le da de baja o ante su posible venta (por disminuciones). Su saldo es deudor y acumulativo.
- 1-2.1.2.1 Amortizaciones acumuladas muebles y útiles: al igual que la cuenta 1-2.1.2.2 ambas pertenecen al rubro amortizaciones acumuladas, regularizan las correspondientes cuentas de los rubros Bienes de uso, representa las amortizaciones realizadas a los respectivos bienes desde su ingreso a la empresa y hasta la fecha de cierre de cada ejercicio contable o anualmente, se calcularan sobre los valores de los bienes al ingreso al patrimonio de la empresa, se acredita cuando se realizan las amortizaciones y se debita cuando se vende o se dan de baja los bienes de uso. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 2-1.1.1.1 Proveedores: dicho rubro representa la compra a crédito de los distintos servicios a los respectivos proveedores, se acredita cuando se realiza la contratación de los distintos servicios (por aumentos), y se debita cuando se paga la suma acordada (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.

- 2-1.1.1.2.1 Obligaciones a pagar en moneda extranjera: pertenece al rubro deudas por operaciones, la cuenta representa el compromiso de pagar un documento en moneda extranjera, se acredita cuando se suscribe el documento (por aumentos) y se debita cuando se produce el pago de los mismos (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual. Dicha cuenta se ajusta por diferencia de cambio.
- 2-1.1.1.2.2 Intereses a pagar en moneda extranjera: pertenece al rubro deudas por operaciones, representa el pago de intereses por el plazo incurrido en el pago del documento desde su firma, se acreditan cuando nace el compromiso de pago (por aumentos), se debita cuando se pagan los mismos (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual. Dicha cuenta se ajusta por diferencia de cambio.
- 2-1.1.1.2.3 Obligaciones a pagar: pertenece al rubro deudas por operaciones, representa las obligaciones de pago de documentos por parte de la agencia, la cuenta se acredita ante el compromiso de pagar un documento (por aumentos) y se debita cuando se produce el pago de los mismos (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.1.2.4 Intereses a pagar : pertenece al rubro deudas por operaciones, representa la carga de intereses a los documentos a pagar, se acredita cuando surge la obligación (por aumentos) y se debita cuando se produce el pago de los intereses (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.1.1 Sueldos y jornales a pagar: pertenece al rubro otras deudas, representa la obligación de pago de los sueldos, se acredita al devengamiento (por aumentos) y se debita al pagarse (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.1.2 Sueldo anual complementario a pagar : pertenece al rubro otras deudas, representa la obligación del pago del sueldo anual complementario, se acredita al devengamiento de los mismos (por aumentos) y se debita en los distintos momentos del pago efectivo del sueldo anual complementario (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.1.3 Cargas sociales a pagar: pertenece al rubro otras deudas, representa los aportes de la empresa que deben ser depositadas por el empleador, se acredita cuando se liquidan los sueldos y jornales (por aumentos), se debita cuando son depositados los aportes (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.1.4 Retenciones a pagar: pertenece al rubro otras deudas, representa las retenciones que se realizan sobre el sueldo de los empleados de la agencia, se acredita cuando se liquidan los sueldos y jornales (por aumentos), se debita cuando son depositadas las retenciones (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.

- 2-1.1.2.2.1 Comisiones por ventas a pagar Pérez: al igual que la cuenta 2-1.1.2.2.2 pertenecen al rubro otras deudas, representan la obligación de pago a los empleados de la agencia de la sección ventas por los servicios vendidos, se acredita cuando se produce la venta del servicio (por aumentos), y se debita al momento del pago de dichas sumas (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.2.3 Comisiones a pagar por venta con tarjetas de crédito: pertenece al rubro otras deudas, representa las obligaciones de pago de dichas comisiones por la utilización de los servicios prestados por las empresas de las tarjetas de créditos, dicha cuenta se acredita cuando se produce una venta de servicios con tarjetas de crédito (por aumentos) y se debita al momento del cobro de las liquidaciones por venta con tarjetas de crédito (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.3.1 Alquileres a pagar: pertenece al rubro otras deudas, la cuenta representa la obligación de pago del alquiler consumido, se acredita cuando se produce el vencimiento del mes de alquiler (por aumentos), se debita cuando se abona la suma del alquiler (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.3.2 Internet a pagar: pertenece al rubro otras deudas, representa la obligación de pago del servicio de Internet consumido, se acredita cuando se produce el vencimiento de dicho servicio (por aumentos), se debita cuando se abona la suma del servicio (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.3.3 Servicios de contaduría a pagar: forma parte del rubro otras deudas, representa la obligación de pago de dicha cuenta, se acredita cuando se produce el vencimiento del mes de prestación del servicio (por aumentos), se debita cuando se abona la suma (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.4 Servicios e impuestos a pagar: dicho rubro representa la obligación de pago de los distintos servicios, tasas e impuestos, se acredita cuando se determina la obligación fiscal (por aumentos) y se debita cuando el servicio o impuesto es abonado (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.5.1 IVA débito fiscal: pertenece al rubro otras deudas, representa el impuesto que se exterioriza al momento de las ventas de los servicios turísticos. Al momento de efectuar la Declaración Jurada de este monto se deducirá el crédito fiscal para establecer el monto a pagar o el remanente a nuestro favor. Su saldo es acreedor y residual.
- 2-1.1.2.5.2 IVA a pagar: pertenece al rubro otras deudas, representa la diferencia negativa entre los créditos y débitos fiscales. Dicha diferencia se acredita al surgir la obligación de pago y se debita al momento del mismo. Su saldo es acreedor y residual.

- 2-1.1.2.6 Anticipos de clientes: este rubro representa una deuda con el cliente quien pagó un servicio que todavía no se le ha brindado. Se acredita cuando el cliente anticipadamente nos paga por un servicio a prestar (por aumentos), se debita cuando el operador presta el servicio (por disminuciones). Su saldo es acreedor y residual.
- 3-1 Capital: es una cuenta del Patrimonio Neto, se acredita cuando se registran aumentos en el mismo, se debita cuando registran disminuciones por absorción de quebrantos, por retiros del dueño o por decisión del mismo. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 3-2.1 Resultado del ejercicio: es una cuenta del Patrimonio Neto, representa el resultado de la actividad de la agencia durante el último ejercicio, esta formado por la diferencia entre la sumatoria de todas las cuentas de resultado positivo y las de resultado negativo. Se acredita cuando se produce un resultado positivo, se debita cuando en el caso de ser un resultado negativo. Su saldo deberá ser acreedor, pero puede ser también deudor.
- 3-2.2 Resultado de ejercicios anteriores: es una cuenta del Patrimonio Neto, representa el resultado de la actividad de la agencia de ejercicios anteriores. La cuenta se acredita cuando se producen ajustes y se transfiere el resultado del ejercicio cerrado después de su distribución (por aumentos). Se debita cuando se registran ajustes correspondientes al ejercicio anterior o se transfiere el resultado negativo de este ejercicio (por disminuciones). Su saldo deberá ser acreedor pero puede también ser deudor.
- 4-1.1 Ventas “Cataratas TI”: es una cuenta de ingresos, se acredita cuando se venden dicho producto turístico (el cual es organizado por la agencia). Su saldo es acreedor y acumulativo. Todas las cuentas de ingresos se cancelan al final del ejercicio con la cuenta Resultado del ejercicio
- 4-1.2.1 Comisiones ganadas Restaurante Misiones: dicho rubro representa un resultado positivo (un ingreso) a partir de la venta de dicho servicio, se acredita en ese momento. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 4-1.2.2 Comisiones por intermediación “Mendoza TI”: dicho rubro representa los ingresos que tiene la agencia por la intermediación en la venta del producto turístico. Se acredita cuando se produce la operación de la venta. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 4-1.2.3 Comisiones por intermediación transporte terrestre: dicho rubro representa los ingresos que tiene la agencia por la intermediación en la venta de pasajes en ómnibus. Se acredita cuando se produce la operación de la venta. Su saldo es acreedor y acumulativo.

- 4-1.2.4 Otras comisiones ganadas: representa a los ingresos que tiene la agencia por la intermediación en la venta de servicios brindados por terceros. Se acredita cuando se realiza la venta. Su saldo es acreedor y acumulativo
- 4-2.1.1 Intereses ganados en moneda extranjera: pertenece al rubro otros ingresos, muestra un resultado positivo por el cargo de intereses en documentos a cobrar en moneda extranjera, se acredita cuando se produce el devengamiento de los mismos. Su saldo es acreedor. Todas las cuentas de ingresos se cancelan al final del ejercicio con la cuenta resultados del ejercicio
- 4-2.1.2 Intereses ganados: pertenece al rubro otros ingresos, muestra un resultado positivo por el cargo de intereses en los documentos firmados a nuestro favor por clientes, se acredita cuando se produce el devengamiento de los mismos. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 4-2.1.3 Descuentos obtenidos: pertenece al rubro otros ingresos, representa un resultado positivo por descuentos obtenidos por pago de contado de las distintas facturas de contratación de servicios. Se acredita cuando se efectiviza el descuento obtenido. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 4.2.2.1 Sobrante caja: pertenece al rubro otros ingresos, representa una existencia mayor ante un arqueo de caja que la suma registrada en el mayor de la misma cuenta, se acredita cuando se constatan los sobrantes. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 4-2.2.2 Diferencia de cambio positiva. pertenecen al rubro otros ingresos, representa un resultado positivo generado por las distintas partidas en moneda extranjeras por diferencia de cotización. Se acredita cuando se reconoce un cambio en la cotización. Su saldo es acreedor y acumulativo.
- 5-1.1 Costo de Servicios Vendidos “Cataratas TI”: representa un resultado negativo originado por los costos que conforman el producto turísticos organizado por la agencia, se debita cuando se produce la venta del producto. Su saldo es deudor y acumulativo. Todas las cuentas de egresos se cancelan al final del ejercicio con la cuenta Resultado del ejercicio.
- 5-1.2.1 Sueldos y jornales. Pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el pago de los sueldos y jornales. Se debita cuando se devenga el mismo. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.2.2 Sueldo anual complementario: Pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el pago del sueldo anual complementario, se debita cuando se devenga el mismo. Su saldo es deudor y acumulativo.

- 5-1.2.3 Cargas sociales: Pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por las contribuciones que debe abonar la empresa sobre los sueldos de acuerdo a las disposiciones legales, se debita cuando se produce el devengamiento de los sueldos. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.3.1 Comisiones pagadas por ventas Pérez: esta cuenta, como la cuenta 5-4.2, pertenecen al rubro comisiones egresos, representan un resultado negativo por el pago de comisiones sobre ventas realizadas por los respectivos empleados. Esta cuenta se debita cuando se genera la venta del servicio. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.3.3 Comisiones pagadas por venta con tarjeta de crédito: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo generado por el cobro de una comisión por parte de la compañía de tarjetas de créditos por la liquidación de ventas que hemos efectuado con esa modalidad. Se debita cuando se genera una venta con tarjetas de crédito. Su saldo es deudor y acumulativo
- 5-1.4.1 Gastos por Internet: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo originado por el cargo del servicio de Internet consumido, se debita cuando se genera. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.4.2 Gastos por alquiler: pertenece al rubro egresos, representa el resultado negativo por los alquileres, se debita cuando se produce el devengamiento de acuerdo al contrato celebrado. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.4.3 Gastos por Folletería: pertenece al rubro egresos, representa los gastos necesarios en folletos como apoyo para la venta de los servicios turísticos, dicha cuenta se debita cuando se compran los folletos a las imprentas. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.4.4 Gastos por Teléfonos: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el servicio de teléfono consumido, se debita al vencimiento del mismo. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.4.5 Gastos de contaduría: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el servicio contaduría contratado, se debita al vencimiento de cada periodo establecido (mensual). Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.4.6 Gastos de Luz y gas: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el servicio de luz y gas consumido, se debita al vencimiento de los mismos. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.5.1 Intereses pagados en moneda extranjera: : pertenece al rubro egresos, muestra un resultado negativo por el cargo de intereses en documentos a pagar en moneda extranjera, se debita cuando se produce su devengamiento. Su saldo es deudor y acumulativo.

- 5-1.5.2 Intereses pagados: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por el cargo de intereses en documentos, se debita cuando se produce su devengamiento. Su saldo es deudor y acumulativo. Todas las cuentas de egresos se cancelan al final del ejercicio con la cuenta resultado del ejercicio.
- 5-1.5.3 Descuentos otorgados: pertenece al rubro egresos, representa un resultado negativo por descuentos cancelados por cobro contado de los servicios vendidos. Se debita cuando se efectiviza el descuento otorgado. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.6 Impuestos y contribuciones: representa un resultado negativo ocasionado por el pago de los impuestos y contribuciones, se debita cuando se produce el devengamiento de los mismos. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.7 Amortizaciones bienes de uso: representa la perdida de valor de los bienes por el uso o por el paso del tiempo, es un resultado negativo que se debita a lo largo de la vida útil del bien por la suma de las respectivas cuotas. Su saldo es deudor y se refleja en un cargo anual.
- 5-1.8.1 Faltante de caja: pertenece al rubro egresos, representa una perdida por una existencia menor, ante un arqueo de caja, que la suma registrada en el mayor de la misma cuenta, se debita cuando se reconoce el faltante. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.8.2 Diferencia de cambio negativa: pertenecen al rubro egresos, representa un resultado negativo por diferencia de cotización de las distintas partidas en moneda extranjeras, se debita cuando se reconoce el cambio de cotización. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 5-1.9 Deudores incobrables: representa una perdida por la incobrabilidad de la cuentas que generan una obligación de cobro, se debita cuando se declara la incobrabilidad de un deudor. Su saldo es deudor y acumulativo.
- 6-1 Ingresos por cuenta de terceros: Esta cuenta representa todos los cobros realizados por venta de servicios turísticos en los cuales actuamos como simples intermediarios y donde el prestador de servicios nos abona una comisión por esa gestión, por lo tanto nuestra agencia debe facturarle el importe de la misma al prestador, más el IVA correspondiente. Se acredita por todos los cobros realizados a clientes por cuenta de los prestadores de los servicios. Se debita cuando cancelamos con Egresos por cuenta de Terceros por cada operación finalizada. Su saldo al final del ejercicio representa el monto de cobranzas realizadas a clientes y que aun no han sido abonadas a los prestadores, y deberá ser cancelada con Anticipos de clientes.

- 6-2 Egresos por cuenta de terceros: esta cuenta representa todos los pagos realizados a prestadores por la compra de servicios turísticos vendidos a nuestros clientes, y donde nosotros actuamos como intermediarios. Se debita por pagos realizados a los prestadores de servicios. Se acredita cuando la cancelamos con Ingresos por cuenta de terceros por cada operación finalizada. Su saldo al final del ejercicio representa el monto de pagos realizados a prestadores y que aun no han sido ingresados a nuestra agencia por los clientes compradores de esos servicios, deberá ser canceladas con la cuenta Adelantos a Proveedores.

4. Operaciones realizadas por la agencia

1. El 2-01-04 la agencia de viajes inicia un nuevo ejercicio contable, el saldo de las cuentas son los siguientes:

a. Caja:	\$3400,00
b. Banco Industrial Cta. Cte.:	\$5200,00
c. Deudores por venta:	\$2300,00
d. Moneda extranjera dólares (U\$S 862,07 a \$ 2,9):	\$2500,00
e. Documentos a cobrar:	\$2500,00
f. Muebles y útiles:	\$4200,00
g. Equipos de oficinas:	\$3000,00
h. Prov. Gran Hotel Misiones:	\$3300,00
i. Doc. a pagar en M.E (U\$S 312,5 a \$ 3,2)	\$1000,00
j. Capital:	\$10.000,00
k. Resultados de ejercicios anteriores:	\$8800,00

Ver Libro Diario (asiento n° 1) y Mayor.

2. El 3-01-04 la agencia logra un nuevo acuerdo con el proveedor Gran Hotel Misiones, por lo cual se decide cancelar la deuda en cuenta corriente que se tenía con dicho proveedor con un cheque Banco Industrial cuenta corriente.

Ver Libro Diario(asiento n° 2), Mayor.

3. 6-01-04. Por el paquete todo incluido “Mendoza” la agencia recibe una comisión por intermediar en su venta. Dicha comisión es pagada por la agencia mayorista, “Cuyo Turismo” según acuerdo. El paquete es de siete días y cinco noches con salida 9 de febrero del 2004, su precio de venta al pasajero es de pesos cuatrocientos sesenta y cinco (\$465,00), y la comisión para nuestra agencia es del 22,45% más IVA .

La agencia Free Travel tiene la obligación de vender seis pax como mínimo para poder acceder al paquete del mayorista, el pago debe realizarse en efectivo.

Ver Libro Diario(asiento n° 3), Mayor.

4. El 7-01-04 se cobra en efectivo y por su totalidad el saldo de nuestros deudores en cuenta corriente.
Ver Libro Diario(asiento n° 4), Mayor.

5. 8-01-04 La familia Scalambro nos comunica su deseo de viajar a Mendoza, por lo tanto la agencia decide comunicarse con su proveedor para averiguar la disponibilidad de los cuatro pax que se desean. Ya confirmada la disponibilidad, la agencia "Free Travel" se comunica con su cliente y se produce la venta, a un precio de \$465,00 cada pax, la misma se realiza un 50% en efectivo y el resto con un cheque diferido Banco Provincia con fecha para el 22-1-04. La venta fue realizada por Zunino.
Ver Libro Diario(asiento n° 5 y 5'), Mayor.

6. 8-01-04 Tenemos que cancelar el documento en moneda extranjera que se utilizó para pagar a un operador turístico del Uruguay(U\$S 312,5 a \$3,2). La cancelación debe realizarse en moneda extranjera. Actualmente la cotización del dólar es: tipo comprador \$2,80 y tipo vendedor \$2,86.
Ver Libro Diario(asiento n° 6), Mayor.

7. 10-01-04 Producido el vencimiento se procede a cobrar el documento en poder de nuestra agencia. El pago el cliente, Pablo Salerno, lo realiza en efectivo.
Ver Libro Diario(asiento n° 7), Mayor.

8. 10-01-04 Debido a la gran cantidad de efectivo en caja se decide realizar una Inversión Temporal. Por lo tanto se va a efectuar un plazo fijo en el Banco Industrial por un mes. La suma del mismo es de \$ 4000,00. La tasa nominal mensual aplicada por dicho banco es del 0,33%.
Ver Libro Diario(asiento n° 8), Mayor.

9. 12-01-04 La familia Girardi desea viajar a Mendoza; inmediatamente nuestra agencia se dispone a comunicarse con su proveedor para corroborar la disponibilidad de los pax. Ya que nuestro proveedor nos confirmó la disponibilidad, la familia Girardi se dispone a comprarnos cinco pax "Mendoza TI", el precio es de \$465,00 cada uno y la venta se realiza en efectivo. La venta fue realizada por Zunino.
Ver Libro Diario(asiento n° 9 y 9'), Mayor.

10. 13-01-04 Un grupo de cuatro amigos al igual que la familia Podaza (5 miembros), nos comunican su deseo de viajar a Cataratas del Iguazú. Por lo tanto nuestra agencia se dispone a realizar las confirmaciones de disponibilidades, para poder armar el paquete turístico, el cual tiene salida el día 24-01-04. Ya confirmada la disponibilidad de los distintos proveedores al igual que la voluntad de nuestros clientes a viajar, se procederá al armado y venta del paquete turístico "Cataratas TI".

El precio del mismo es de \$ 445,00 (IVA incluido), los clientes pagan en efectivo. La venta fue realizada por Pérez.

Ver Libro Diario(asiento n° 10 y 10'), Mayor.

11. 16-01-04 La familia Tongenovic nos comunica su deseo de viajar a Mendoza, por lo tanto la agencia decide comunicarse con su proveedor para averiguar la disponibilidad de los seis pax que se desean. Ya confirmada la disponibilidad de los pax la agencia "Free Travel" se comunica con su cliente y se produce la venta, a un precio de \$465,00 cada pax, la misma se realiza en efectivo. La venta fue realizada por Pérez.
Ver Libro Diario(asiento n° 11 y 11'), Mayor.
12. 19-01-04 Tanto la familia Lee (4 miembros) como la familia Ragnoli (5 miembros), nos comunican su deseo de viajar a Cataratas del Iguazú. Por lo tanto nuestra agencia se dispone a realizar las confirmaciones de disponibilidades, para poder armar el paquete turístico, el cual tiene salida el día 24-01-04. Ya confirmada la disponibilidad de los distintos proveedores al igual que la voluntad de nuestros clientes a viajar, se procederá al armado y venta del paquete turístico "Cataratas II". El precio del mismo es de \$ 445,00 (IVA incluido), los clientes pagan en efectivo. La venta a la familia Lee fue realizada por Pérez, mientras que la venta a la familia Ragnoli fue realizada por Zunino.
Ver Libro Diario(asiento n° 12 y 12'), Mayor.
13. 22-01-04 Siendo la fecha de cobro del cheque entregado por la familia Scalambro, se procede a depositarlo en nuestro banco para su cobro.
Ver Libro Diario(asiento n° 13), Mayor.
14. 26-01-04 Se le abona en efectivo al proveedor del servicio de guía turísticas el total adeudado por las tres excursiones a realizar. También se abona al proveedor Parque Nacional Cataratas del Iguazú lo correspondiente al total de las entradas al mismo.(El contingente de nuestra agencia es de 18 pasajeros).
Ver Libro Diario(asiento n° 14), Mayor.
15. 27-01-04 Se le abona en efectivo al proveedor Parque Cataratas do Iguacu lo correspondiente al total de las entradas al mismo.
Ver Libro Diario(asiento n° 15), Mayor.
16. 28-01-04 Antes de realizar la excursión Ruinas de San Ignacio, se procede a pagar en efectivo al proveedor lo correspondiente a las entradas a dicho lugar.
Ver Libro Diario(asiento n° 16), Mayor.
17. 29-01-04 Se le paga al contador por el servicio brindado a nuestra agencia.(\$70 + IVA)
Ver Libro Diario(asiento n° 17), Mayor.

18. 30-01-04 Se produce el vencimiento de los siguientes servicios, los cuales son abonados en efectivo:

Alquiler	\$ 210,00
Internet	\$ 30,00
Luz	\$ 40,00
Gas	\$ 25,00
Teléfono	\$ 85,00

Ver Libro Diario(asiento n° 18), Mayor.

19. 31-01-04 Se procede al pago de sueldos y comisiones del personal de nuestra agencia por el mes de enero de 2004.

Ver Libro Diario(asiento n° 19 y 19'), Mayor.

20. 31-01-04 Se realiza la liquidación y pago del IVA correspondiente al mes de enero de 2004.

Ver Libro Diario(asiento n° 20 y 20') y Mayor.

21. 31-01-04 Al fin del mes de enero se cancelan la cuenta Ingresos por cuenta de terceros y Egresos por cuenta de terceros, por haberse concretado las operaciones que dieron origen a esas registraciones.

Ver Libro Diario(asiento n° 21) y Mayor.

5. Libro Diario.

Asiento n° 1. 2-01-04 Apertura del ejercicio.			
Aa	Caja	\$ 3.400,00	
Aa	Banco Industrial Cta. Cte.	\$ 5.200,00	
Aa	Deudores por venta	\$ 2.300,00	
Aa	Moneda extranjera dólares(u\$s 862,07 a \$ 2,9)	\$ 2.500,00	
Aa	Documentos a cobrar	\$ 2.500,00	
Aa	Muebles y útiles	\$ 4.200,00	
Aa	Equipos de oficinas	\$ 3.000,00	
Pa	a Prov. Gran Hotel Misiones		\$ 3.300,00
Pa	a Oblig. a pagar en M.E. (US\$ 312,5 a \$ 3,2)		\$ 1.000,00
Pna	a Capital		\$ 10.000,00
Pna	a Resultados de ejercicios anteriores		\$ 8.800,00

Asiento n° 2 3-01-04 Pago a los proveedores			
Pd	Prov. G. H. Misiones	\$3300,00	
Ad	a Banco Industrial Cta. Cte.		\$3300,00

Asiento n° 3 6-01-04 Adelanto por la compra mínima exigida			
Aa	Adelanto a Prov. Cuyo Turismo	\$2032,80	
Ad	a Caja		\$2032,80

Como los servicios no se pueden guardar en stock, la obligación de comprar por lo mínimo seis pax, es en realidad un pago por adelantado de los mismos, que la agencia devengara a medida que realiza sus ventas.

Asiento n° 4 7-01-04 Cobro a los Ds. por Vta.			
Aa	Caja	\$2300,00	
Ad	a Ds. por Vta.		\$2300,00

Asiento n° 5 8-01-04 Intermediación. en la compra al proveedor .			
Mov	Egresos por cuenta de terceros	\$ 1.355,20	
Pa	a adelanto a Prov. Cuyo Turismo		\$ 1.355,20

Una vez que “Free Travel” confirma la disponibilidad de pax por parte del proveedor y recibe la afirmación de su cliente de viajar, procede a intermediar en la compra de los servicios a su proveedor. Cabe recordar que nuestra agencia ya había realizado un adelanto de los mismos según condiciones del acuerdo con la empresa “Cuyo Turismo”.

Asiento n° 5´ 8-01-04 Intermediación. en la venta al cliente.			
Aa	Caja	\$ 930,00	
Aa	Recaudaciones a depositar	\$ 930,00	
Mov	a Ingresos por cuenta de terceros		\$ 1.355,20
PNa	a Com ganadas x intermediación "Mendoza TI"		\$ 417,19
Pa	a IVA DF.		\$ 87,61

Nuestra agencia recibe la suma de dinero de los pax a cuenta de terceros y por la labor de intermediación cobra una comisión al proveedor, la cual es facturada y grabada por el IVA.

Asiento n° 6 8-01-04 Pago del Documento en ME			
Pd	Obligaciones a pagar en M.E.(u\$s 312,15 a \$ 3,2)	\$1000,00	
PNd	Dif. de cambio neg. generada por activos	\$31,25	
Ad	a Moneda extranjera dólares (u\$s 312,15 a \$ 2,9)		\$906,25
PNa	a Dif. de cambio pos. generada por pasivos		\$125,00

Desarrollo de la diferencia de cambio

- Moneda extranjera dólares:
 $U\$S 312,5 * (2,9 - 2,8) = \$ 31,25$ =Diferencia de cambio generada por un activo.
- Doc. a pagar en M.E.
 $U\$S 312,5 * (3,2 - 2,8) = \$ 125,00$ =Diferencia de cambio generada por un pasivo.

Asiento n° 7 10-01-04 Cobro de Documento.			
Aa	Caja.	\$2500,00	
Ad	a Documentos a Cobrar		\$2500,00

Asiento n° 8 10-01-04 Inversión Temporal.			
Aa	Banco industrial plazo fijo	\$4000,00	
Aa	Intereses a cobrar	\$13,20	
Ad	a Caja.		\$4000,00
PNa	a Intereses ganados		\$13,20

Asiento n° 9 12-01-04 Intermediación en la compra al proveedor			
Mov	Egresos por cuenta de terceros	\$ 1.694,00	
Pa	a adelanto a Prov. Cuyo Turismo		\$ 677,60
Ad	a Caja.		\$ 1016,40

Teníamos un saldo a favor nuestro con el proveedor por el adelanto realizado, el saldo era de \$ 677,60 por lo tanto nuestra agencia abona en efectivo el resto por cuenta de los pasajeros.

Asiento n° 9' 12-01-04 Intermediación en la venta al cliente			
Aa	Caja	\$ 2.325,00	
Mov	a Ingresos por cuenta de terceros		\$ 1.694,00
PNa	a Com. ganadas x intermediación "Mendoza TI"		\$ 521,49
Pa	a IVA DF.		\$ 109,51

Asiento n° 10 13-01-04 Compra de los servicios al Proveedor			
PNd	Costo de servicios vendidos "Cataratas TI"	\$ 2.047,93	
Aa	IVA CF.	\$ 430,07	
Ad	a Caja		\$ 535,54
Pa	a Prov. G Hotel Misiones		\$ 812,23
Pa	a Prov. Cataratas Bus.		\$ 812,23
Pa	a Prov. Serv de guías de turismo		\$ 30,00
Pa	a Prov. Ruinas de SI		\$ 36,00
Pa	a Prov. PN Cataratas Iguazú		\$ 108,00
Pa	a Pov. P. Cataratas Iguacu		\$ 144,00

Se realiza la contratación de los distintos servicios necesarios para organizar el paquete turístico "Cataratas Todo Incluido" generando sus correspondientes costos.

Asiento n° 10' 13-01-04 Venta al cliente			
Aa	Caja	\$ 4.005,00	
PNa	a Ventas "Cataratas TI"		\$ 3.309,84
Pa	a IVA DF.		\$ 695,16

Asiento n° 11 16-01-04 Intermediación. en la compra al proveedor.			
Mov	Egresos por cuenta de terceros	\$ 2.032,80	
Ad	a Caja.		\$ 2.032,80

Asiento n° 11' 16-01-04 Intermediación en la venta al cliente.			
Aa	Caja	\$ 2.790,00	
Mov	a Ingresos por cuenta de terceros		\$ 2.032,80
PNa	a Comisiones ganadas Inter. "Mendoza TI"		\$ 625,79
Pa	a IVA DF.		\$ 131,41

Asiento n° 12 19-01-04 Compra de los servicios al Proveedor			
PNd	Costo de servicios vendidos "Cataratas TI"	\$ 2.047,93	
Aa	IVA CF.	\$ 430,07	
Ad	a Caja		\$ 892,56
Pa	a Prov.G Hotel Misiones		\$ 633,72
Pa	a Prov .Cataratas Bus.		\$ 633,72
Pa	a Prov. Serv de guías de turismo		\$ 30,00
Pa	a Prov. Ruinas de SI		\$ 36,00
Pa	a Prov. PN Cataratas Iguazú		\$ 108,00
Pa	a Pov. P. Cataratas Iguacu		\$ 144,00

Asiento n° 12' 19-01-04 Venta al cliente			
Aa	Caja	\$ 4.005,00	
PNa	a Ventas "Cataratas TI"		\$ 3.309,84
Pa	a IVA DF.		\$ 695,16

Asiento n° 13 22-01-04 Deposito del Cheque			
Aa	Banco Industrial Cta. Cte.	\$ 930,00	
Ad	a Recaudaciones a depositar		\$ 930,00

Asiento n° 14 26-01-04 Pago a proveedores			
Pd	Prov. Servicios de guías de turismo	\$ 60,00	
Pd	Prov. PN Cataratas Iguazú	\$ 216,00	
Ad	a Caja		\$ 276,00

Asiento n° 15 27-01-04 Pago a proveedores			
Pd	Prov. P. Cataratas Iguazu	\$ 288,00	
Ad	a Caja		\$ 288,00

Asiento n° 16 28-01-04 Pago a proveedores			
Pd	Prov. Ruinas de SI	\$ 72,00	
Ad	a Caja		\$ 72,00

Asiento n° 17 29-01-04 Pago al contador			
PNd	Gastos de Contaduría	\$ 70,00	
Aa	IVA CF	\$14,70	
Ad	a Caja		\$84,70

Asiento n° 18 30-01-04 Pago de los servicios			
PNd	Gastos x alquiler	\$ 210,00	
PNd	Gastos x Internet	\$ 30,00	
PNd	Gastos x Luz y Gas	\$ 65,00	
PNd	Gastos por Teléfonos	\$ 85,00	
Aa	IVA CF	\$48,60	
Ad	a Caja		\$ 438,60

El servicio de Internet, Luz, Gas y Teléfonos tiene una imputación del IVA del 27%.

- Determinación del monto de los sueldos y las comisiones.

	Comisiones			
	pax vendidos Q	\$	pax vendidos \$	2%
Pérez	"Mendoza TI" 6	\$ 465,00	\$ 2.790,00	\$ 55,80
	"Cataratas TI" 13	\$ 445,00	\$ 5.785,00	\$ 115,70
Zunino	"Mendoza TI" 9	\$ 465,00	\$ 4.185,00	\$ 83,70
	"Cataratas TI" 5	\$ 445,00	\$ 2.225,00	\$ 44,50
TOTAL		33	\$ 14.985,00	\$ 299,70

Sueldos	
Ventas	
Pérez	\$ 500,00
Zunino	\$ 500,00
Administración y finanzas	
López	\$ 750,00
TOTAL	\$ 1.750,00

Cargas Sociales				
			Retenciones (13%)	Aportes patronales (23%)
Pérez	sueldo	\$ 500,00	\$ 65,00	\$ 115,00
	comisión	\$ 171,50	\$ 22,30	\$ 39,45
Zunino	sueldo	\$ 500,00	\$ 65,00	\$ 115,00
	comisión	\$ 128,20	\$ 16,67	\$ 29,49
López	sueldo	\$ 750,00	\$ 97,50	\$ 172,50
Total Sueldo		\$ 1.750,00	\$ 227,50	\$ 402,50
Total Comisión		\$ 299,70	\$ 38,96	\$ 68,93
Total		\$ 2.049,70	\$ 266,46	\$ 471,43

Asiento n° 19 31-01-04 Pago de sueldos			
PNd	Sueldos y Jornales	\$ 1.750,00	
PNd	Comisiones pagadas x venta Zunino	\$ 128,20	
PNd	Comisiones pagadas x venta Pérez	\$ 171,50	
PNd	Cargas Sociales (23% sobre sueldos y com)	\$ 471,43	
Pa	a Sueldos a pagar (Bruto - Retenciones)		\$ 1.522,50
Pa	a Retenciones a pagar (13% sobre el sueldo)		\$ 266,46
Pa	a Cargas Sociales a pagar (23% sueldos y com)		\$ 471,43
Pa	a Comisiones a pagar (Bruto - Retenciones)		\$ 260,74

Asiento n° 19' 31-01-04 Pago de sueldos			
Pd	Sueldos a pagar (Bruto - Retenciones)	\$ 1.522,50	
Pd	Cargas Sociales a pagar (23% sobre sueldos y comisiones)	\$ 471,43	
Pd	Comisiones a pagar (Bruto - Retenciones)	\$ 260,74	
Pd	Retenciones a pagar (13% sobre el sueldo)	\$ 266,46	
Ad	a Caja		\$ 2.521,13

- Determinación del monto del IVA.

Créditos fiscales

Compras		
13/01/04	Asiento n° 12 (Compra de servicios al Prov.)	\$ 430,07
19/01/04	Asiento n° 16 (Compra de Serv turísticos)	\$ 430,07
SUBTOTAL		\$ 860,14

Servicios		
29/01/04	Asiento n° 24(pago al contador)	\$ 14,70
30/01/04	Asiento n° 25(pago de los servicios)	\$ 48,60
SUBTOTAL		\$ 63,30
TOTAL		\$ 923,44

Débitos Fiscales

Ventas		
08/01/04	Asiento n° 6 (Intermediación venta al cliente)	\$ 87,61
12/01/04	Asiento n° 11 (Intermediación venta al cliente)	\$ 109,51
13/01/04	Asiento n° 14 (Venta de Servicios turísticos)	\$ 695,16
16/01/04	Asiento n° 15 (Intermediación venta al cliente)	\$ 131,41
19/01/04	Asiento n° 17 (Venta de Servicios turísticos)	\$ 695,16
SUBTOTAL		\$ 1.718,85
TOTAL		\$ 1.718,85

IVA a Pagar		\$ 795,41
-------------	--	-----------

Asiento n° 20 31-01-04 Liquidación del IVA			
Pd	IVA DF	\$ 1.718,85	
Ad	a IVA CF		\$ 923,44
Pa	a IVA a pagar		\$ 795,41

Asiento n° 20' 31-01-04 Pago del IVA			
Pd	IVA a pagar	\$ 795,41	
Ad	a Caja		\$ 795,41

Asiento n° 21 31-01-04 Cancelación cuentas de movimiento			
Mov	Ingresos por cuenta de terceros	\$ 5082,00	
Mov	a Egresos por cuenta de terceros		\$ 5082,00

6. Libro Mayor

Código: 1-1.1.1 Caja				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 3.400,00		\$ 3.400,00
06/01/04	Asiento n° 3 (adelanto a proveedores)		\$ 2.032,80	\$ 1.367,20
07/01/04	Asiento n° 4 (cobro de ds. x vta.)	\$ 2.300,00		\$ 3.667,20
08/01/04	Asiento n° 5' (Intermediación venta al cliente)	\$ 930,00		\$ 4.597,20
10/01/04	Asiento n° 7(cobro del documento)	\$ 2.500,00		\$ 7.097,20
10/01/04	Asiento n° 8 (plazo fijo)		\$ 4.000,00	\$ 3.097,20
12/01/04	Asiento n° 9 (Intermediación compra proveedor)		\$ 1.016,40	\$ 2.080,80
12/01/04	Asiento n° 9' (Intermediación venta al cliente)	\$ 2.325,00		\$ 4.405,80
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 535,54	\$ 3.870,26
13/01/04	Asiento n° 10' (Venta de Servicios turísticos)	\$ 4.005,00		\$ 7.875,26
16/01/04	Asiento n° 11 (Intermediación compra al prov)		\$ 2.032,80	\$ 5.842,46
16/01/04	Asiento n° 11' (Intermediación venta al cliente)	\$ 2.790,00		\$ 8.632,46
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 892,56	\$ 7.739,90
19/01/04	Asiento n° 12' (Venta de Servicios turísticos)	\$ 4.005,00		\$ 11.744,90
26/01/04	Asiento n° 14 (Pago al Prov.)		\$ 276,00	\$ 11.468,90
27/01/04	Asiento n° 15(Pago al Prov.)		\$ 288,00	\$ 11.180,90
28/01/04	Asiento n° 16(Pago al Prov.)		\$ 72,00	\$ 11.108,90
29/01/04	Asiento n° 17(pago al contador)		\$ 84,70	\$ 11.024,20
30/01/04	Asiento n° 18(pago de los servicios)		\$ 438,60	\$ 10.585,60
31/01/04	Asiento n° 19'(pago de los sueldos)		\$ 2.521,13	\$ 8.064,47
31/01/04	Asiento n° 20' (Pago del IVA)		\$ 795,41	\$ 7.269,06
TOTAL		\$ 22.255,00	\$ 14.985,94	\$ 7.269,06
Código: 1-1.1.2 Recaudaciones a depositar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 5' (Intermediación venta al cliente)	\$ 930,00		\$ 930,00
22/01/04	Asiento n° 13 (Deposito del cheque)		\$ 930,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 930,00	\$ 930,00	\$ 0,00
Código: 1-1.1.3 Banco Industrial cuenta corriente				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 5.200,00		\$ 5.200,00
03/01/04	Asiento n° 2 (pago a prov.)		\$ 3.300,00	\$ 1.900,00
22/01/04	Asiento n° 13 (Deposito del cheque)	\$ 930,00		\$ 2.830,00
TOTAL		\$ 6.130,00	\$ 3.300,00	\$ 2.830,00
Código: 1-1.1.4.1 Moneda extranjera Dólares.				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio u\$s 862,07 a \$2,9)	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00
08/01/04	Asiento n° 6 (pago del documento en ME)		\$ 906,25	\$ 1.593,75
TOTAL		\$ 2.500,00	\$ 906,25	\$ 1.593,75

Código: 1-1.2.1 Banco industrial plazo fijo.				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
10/01/04	Asiento n° 8 (plazo fijo)	\$ 4.000,00		\$ 4.000,00
TOTAL		\$ 4.000,00	\$ 0,00	\$ 4.000,00
Código: 1-1.3.1.1 Deudores por venta				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 2.300,00		\$ 2.300,00
07/01/04	Asiento n° 4 (cobro de ds. x vta.)		\$ 2.300,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 0,00
Código: 1-1.3.1.4.1 Documentos a cobrar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00
10/01/04	Asiento n° 7 (cobro del documento)		\$ 2.500,00	\$ 0,00
TOTAL		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 0,00
Código: 1-1.3.1.4.2 Intereses a cobrar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
10/01/04	Asiento n° 8 (plazo fijo)	\$ 13,20		\$ 13,20
TOTAL		\$ 13,20	\$ 0,00	\$ 13,20
Código: 1-1.3.2.1 IVA crédito fiscal				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)	\$ 430,07		\$ 430,07
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)	\$ 430,07		\$ 860,14
29/01/04	Asiento n° 17(pago al contador)	\$ 14,70		\$ 874,84
30/01/04	Asiento n° 18(pago de los servicios)	\$ 48,60		\$ 923,44
31/01/04	Asiento n° 20 (Liquidación)		\$ 923,44	\$ 0,00
TOTAL		\$ 923,44	\$ 923,44	\$ 0,00
Código: 1-1.3.2.2.6 Adelanto Proveedor "Cuyo turismo".				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
06/01/04	Asiento n° 3 (pago del adelanto)	\$ 2.032,80		\$ 2.032,80
08/01/04	Asiento n° 5 (Intermediación compra al proveedor)		\$ 1.355,20	\$ 677,60
12/01/04	Asiento n° 9 (Intermediación compra proveedor)		\$ 677,60	\$ 0,00
TOTAL		\$ 2.032,80	\$ 2.032,80	\$ 0,00
Código: 1-2.1.1.1 Muebles y útiles				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 4.200,00		\$ 4.200,00
TOTAL		\$ 4.200,00	\$ 0,00	\$ 4.200,00
Código: 1-2.1.2.2 Equipos de oficinas				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00
TOTAL		\$ 3.000,00	\$ 0,00	\$ 3.000,00

Código: 2-1.1.1.1.1 Proveedor Gran Hotel Misiones				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)		\$ 3.300,00	\$ 3.300,00
03/01/04	Asiento n° 2 (Pago al proveedor)	\$ 3.300,00		\$ 0,00
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 812,23	\$ 812,23
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 633,72	\$ 1.445,95
TOTAL		\$ 3.300,00	\$ 4.745,95	\$ 1.445,95
Código: 2-1.1.1.1.2.1 Proveedor Cataratas Bus				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 812,23	
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 633,72	
TOTAL		\$ 0,00	\$ 1.445,95	\$ 1.445,95
Código: 2-1.1.1.1.3.1 Proveedor Ruinas de San Ignacio				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 36,00	
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 36,00	
28/01/04	Asiento n° 16 (Pago al Prov.)	\$ 72,00		
TOTAL		\$ 72,00	\$ 72,00	\$ 0,00
Código: 2-1.1.1.1.3.2 Proveedor PN Cataratas del Iguazú				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 108,00	
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 108,00	
26/01/04	Asiento n° 14 (Pago al Prov.)	\$ 216,00		
TOTAL		\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 0,00
Código: 2-1.1.1.1.3.3 Proveedor Parque Cataratas do Iguacu				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 144,00	
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 144,00	
27/01/04	Asiento n° 15 (Pago al Prov.)	\$ 288,00		
TOTAL		\$ 288,00	\$ 288,00	\$ 0,00
Código: 2-1.1.1.1.4.1 Proveedor "El Turista"				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de servicios al Prov.)		\$ 30,00	
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)		\$ 30,00	
26/01/04	Asiento n° 14 (Pago al Prov.)	\$ 60,00		
TOTAL		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 0,00
Código: 2-1.1.1.2.1 Obligaciones a Pagar en ME				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
08/01/04	Asiento n° 6 (pago del documento en ME)	\$ 1.000,00		\$ 0,00
TOTAL		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 0,00

Código: 2-1.1.2.1.1 Sueldos y Jornales a pagar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19(pago de los sueldos)		\$ 1.522,50	
31/01/04	Asiento n° 19'(pago de los sueldos)	\$ 1.522,50		
TOTAL		\$ 1.522,50	\$ 1.522,50	\$ 0,00
Código: 2-1.1.2.1.3 Cargas Sociales a pagar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19(pago de los sueldos)		\$ 471,43	
31/01/04	Asiento n° 19'(pago de los sueldos)	\$ 471,43		
TOTAL		\$ 471,43	\$ 471,43	\$ 0,00
Código: 2-1.1.2.1.4 Retenciones a pagar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19(pago de los sueldos)		\$ 266,46	
31/01/04	Asiento n° 19'(pago de los sueldos)	\$ 266,46		
TOTAL		\$ 266,46	\$ 266,46	\$ 0,00
Código: 2-1.1.2.2 Comisiones x vta a pagar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19(pago de los sueldos)		\$ 260,74	
31/01/04	Asiento n° 19'(pago de los sueldos)	\$ 260,74		
TOTAL		\$ 260,74	\$ 260,74	\$ 0,00
Código: 2-1.1.2.5.1 IVA Débito fiscal				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 5' (Intermediación venta al cliente)		\$ 87,61	\$ 87,61
12/01/04	Asiento n° 9' (Intermediación venta al cliente)		\$ 109,51	\$ 197,12
13/01/04	Asiento n° 10' (Venta de Servicios turísticos)		\$ 695,16	\$ 892,28
16/01/04	Asiento n° 11' (Intermediación venta al cliente)		\$ 131,41	\$ 1.023,69
19/01/04	Asiento n° 12' (Venta de Servicios turísticos)		\$ 695,16	\$ 1.718,85
31/01/04	Asiento n° 20 (Liquidación)	\$ 1.718,85		\$ 0,00
TOTAL		\$ 1.718,85	\$ 1.718,85	\$ 0,00
Código: 2-1.1.2.5.2 IVA a pagar				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 20 (Liquidación)		\$ 795,41	
31/01/04	Asiento n° 20' (Pago del IVA)	\$ 795,41		
TOTAL		\$ 795,41	\$ 795,41	\$ 0,00
Código: 3-1 Capital				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Código: 3-2.2 Resultado de ejercicios anteriores				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
02/01/04	Asiento n° 1 (apertura del ejercicio)		\$ 8.800,00	\$ 8.800,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 8.800,00	\$ 8.800,00

Código: 4 -1.1 Ventas "Cataratas TI"				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10' (Venta de Servicios turísticos)		\$ 3.309,84	\$ 3.309,84
19/01/04	Asiento n° 12' (Venta de Servicios turísticos)		\$ 3.309,84	\$ 6.619,68
TOTAL		\$ 0,00	\$ 6.619,68	\$ 6.619,68
Código: 4 -1.2.2 Comisiones ganadas x intermediación "Mendoza TI"				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 5' (Intermediación venta al cliente)		\$ 417,19	
12/01/04	Asiento n° 9' (Intermediación venta al cliente)		\$ 521,49	
16/01/05	Asiento n° 11' (Intermediación venta al cliente)		\$ 625,79	
TOTAL		\$ 0,00	\$ 1.564,47	\$ 1.564,47
Código: 4-2.1.2 Intereses ganados				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
10/01/04	Asiento n° 8 (plazo fijo)		\$ 13,20	\$ 13,20
TOTAL		\$ 0,00	\$ 13,20	\$ 13,20
Código: 4-2.2.2.2 Diferencia de cambio positiva generada por pasivos				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 6(pago del documento en ME)		\$ 125,00	\$ 125,00
TOTAL		\$ 0,00	\$ 125,00	\$ 125,00
Código: 5-1.1 Costo de Servicios Vendidos "Cataratas TI"				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
13/01/04	Asiento n° 10 (Compra de Servicios turísticos)	\$ 2.047,93		\$ 2.047,93
19/01/04	Asiento n° 12 (Compra de Servicios turísticos)	\$ 2.047,93		\$ 4.095,86
TOTAL		\$ 4.095,86	\$ 0,00	\$ 4.095,86
Código: 5-1.2.1 Sueldos y jornales				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19 (pago de los sueldos)	\$ 1.750,00		
TOTAL		\$ 1.750,00	\$ 0,00	\$ 1.750,00
Código: 5-1.2.3 Cargas sociales				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19 (pago de los sueldos)	\$ 471,43		
TOTAL		\$ 471,43	\$ 0,00	\$ 471,43
Código: 5-1.3.1 Comisiones pagadas por ventas Pérez				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19 (pago de los sueldos)	\$ 171,50		\$ 171,50
TOTAL		\$ 171,50	\$ 0,00	\$ 171,50
Código: 5-1.3.2 Comisiones pagadas por ventas Zunino				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
31/01/04	Asiento n° 19 (pago de los sueldos)	\$ 128,20		\$ 128,20
TOTAL		\$ 128,20	\$ 0,00	\$ 128,20

Código: 5-1.4.1 Gastos por Internet				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
30/01/04	Asiento n° 18(pago de los servicios)	\$ 30,00		\$ 30,00
TOTAL		\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00
Código: 5-1.4.2 Gastos por alquiler				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
30/01/04	Asiento n° 18 (pago de los servicios)	\$ 210,00		\$ 210,00
TOTAL		\$ 210,00	\$ 0,00	\$ 210,00
Código: 5-1.4.4 Gastos por Teléfonos				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
30/01/04	Asiento n° 18 (pago de los servicios)	\$ 85,00		
TOTAL		\$ 85,00	\$ 0,00	\$ 85,00
Código: 5-1.4.5 Gastos de Contaduría				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
29/01/04	Asiento n° 17 (pago al contador)	\$ 70,00		\$ 70,00
TOTAL		\$ 70,00	\$ 0,00	\$ 70,00
Código: 5-1.4.6 Gastos por Luz y Gas.				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
30/01/04	Asiento n° 18 (pago de los servicios)	\$ 65,00		
TOTAL		\$ 65,00	\$ 0,00	\$ 65,00
Código: 5-1.8.2.1 Diferencia de cambio negativa generada por activos				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 6 (pago del documento en ME)	\$ 31,25		\$ 31,25
TOTAL		\$ 31,25	\$ 0,00	\$ 31,25
Código: 6-1 Ingresos por cuenta de terceros				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 5´ (Intermediación venta al cliente)		\$ 1.355,20	
12/01/04	Asiento n° 9´ (Intermediación venta al cliente)		\$ 1.694,00	
16/01/04	Asiento n° 11´ (Intermediación venta al cliente)		\$ 2.032,80	
30/01/04	Asiento n° 21 (cancelación de ctas de mov)	\$ 5.082,00		
TOTAL		\$ 5.082,00	\$ 5.082,00	\$ 0,00
Código: 6-2 Egresos por cuenta de terceros				
Fecha	Concepto	Debe	Haber	Saldo
08/01/04	Asiento n° 5 (Intermediación compra al proveedor)	\$ 1.355,20		
12/01/04	Asiento n° 9 (Intermediación compra al proveedor)	\$ 1.694,00		
16/01/04	Asiento n° 11(Intermediación compra al prov)	\$ 2.032,80		
30/01/04	Asiento n° 21 (cancelación de ctas de mov)		\$ 5.082,00	
TOTAL		\$ 5.082,00	\$ 5.082,00	\$ 0,00

7. Balance de sumas y saldos.

Cuentas	Sumas		Saldos		Patrimonio			Resultado	
	Debe	Haber	Deudor	Acreedor	Activo	Pasivo	PN	Perdida	Ganancia
Caja	\$ 22.255,00	\$ 14.985,94	\$ 7.269,06		\$ 7.269,06				
Recaudaciones a dep.	\$ 930,00	\$ 930,00	\$ 0,00		\$ 0,00				
Bco Industrial cta cte	\$ 6.130,00	\$ 3.300,00	\$ 2.830,00		\$ 2.830,00				
ME Dólares	\$ 2.500,00	\$ 906,25	\$ 1.593,75		\$ 1.593,75				
Bco industrial p fijo	\$ 4.000,00	\$ 0,00	\$ 4.000,00		\$ 4.000,00				
Deudores por venta	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 0,00		\$ 0,00				
Doc a cobrar	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 0,00		\$ 0,00				
Intereses a cobrar	\$ 13,20	\$ 0,00	\$ 13,20		\$ 13,20				
IVA crédito fiscal	\$ 923,44	\$ 923,44	\$ 0,00		\$ 0,00				
Adelanto "Cuyo turismo"	\$ 2.032,80	\$ 2.032,80	\$ 0,00		\$ 0,00				
Muebles y útiles	\$ 4.200,00	\$ 0,00	\$ 4.200,00		\$ 4.200,00				
Equipos de oficina	\$ 3.000,00	\$ 0,00	\$ 3.000,00		\$ 3.000,00				
Prov G Hotel Misiones	\$ 3.300,00	\$ 4.745,95		\$ 1.445,95		\$ 1.445,95			
Prov Cataratas Bus	\$ 0,00	\$ 1.445,95		\$ 1.445,95		\$ 1.445,95			
Prov Ruinas de S I	\$ 72,00	\$ 72,00		\$ 0,00		\$ 0,00			
Prov Cat del Iguazú	\$ 216,00	\$ 216,00		\$ 0,00		\$ 0,00			
Prov P Cat do Iguazu	\$ 288,00	\$ 288,00		\$ 0,00		\$ 0,00			
Prov "El Turista"	\$ 60,00	\$ 60,00		\$ 0,00		\$ 0,00			
Oblig a Pagar en ME	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00		\$ 0,00		\$ 0,00			
Sueldos a pagar	\$ 1.522,50	\$ 1.522,50		\$ 0,00		\$ 0,00			
Cargas Sociales a pagar	\$ 471,43	\$ 471,43		\$ 0,00		\$ 0,00			

Cuentas	Sumas		Saldos		Patrimonio			Resultado	
	Debe	Haber	Deudor	Acreedor	Activo	Pasivo	PN	Perdida	Ganancia
Retenciones a pagar	\$ 266,46	\$ 266,46		\$ 0,00		\$ 0,00			
Com x vta a pagar	\$ 260,74	\$ 260,74		\$ 0,00		\$ 0,00			
IVA Débito fiscal	\$ 1.718,85	\$ 1.718,85		\$ 0,00		\$ 0,00			
IVA a pagar	\$ 795,41	\$ 795,41		\$ 0,00		\$ 0,00			
Capital	\$ 0,00	\$ 10.000,00		\$ 10.000,00			\$ 10.000,00		
Rdos de ejercicios ant.	\$ 0,00	\$ 8.800,00		\$ 8.800,00			\$ 8.800,00		
Ventas "Cataratas TI"	\$ 0,00	\$ 6.619,68		\$ 6.619,68					\$ 6.619,68
Com ganadas inter Mendoza	\$ 0,00	\$ 1.564,47		\$ 1.564,47					\$ 1.564,47
Intereses ganados	\$ 0,00	\$ 13,20		\$ 13,20					\$ 13,20
Dif de cambio + x pas	\$ 0,00	\$ 125,00		\$ 125,00					\$ 125,00
Costo Serv Vend "Cataratas"	\$ 4.095,86	\$ 0,00	\$ 4.095,86					\$ 4.095,86	
Sueldos y jornales	\$ 1.750,00	\$ 0,00	\$ 1.750,00					\$ 1.750,00	
Cargas sociales	\$ 471,43	\$ 0,00	\$ 471,43					\$ 471,43	
C pagadas x venta Pérez	\$ 171,50	\$ 0,00	\$ 171,50					\$ 171,50	
C pagadas x venta Zunino	\$ 128,20	\$ 0,00	\$ 128,20					\$ 128,20	
Gastos x Internet	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00					\$ 30,00	
Gastos x alquiler	\$ 210,00	\$ 0,00	\$ 210,00					\$ 210,00	
Gastos por Teléfonos	\$ 85,00	\$ 0,00	\$ 85,00					\$ 85,00	
Gastos de Contaduría	\$ 70,00	\$ 0,00	\$ 70,00					\$ 70,00	
Gastos por Luz y Gas	\$ 65,00	\$ 0,00	\$ 65,00					\$ 65,00	
Dif de cambio - x act	\$ 31,25	\$ 0,00	\$ 31,25					\$ 31,25	
Ingresos x cuenta de 3º	\$ 5.082,00	\$ 5.082,00	\$ 0,00	\$ 0,00					
Egresos x cuenta de 3º	\$ 5.082,00	\$ 5.082,00	\$ 0,00	\$ 0,00					
Totales	\$ 78.028,07	\$ 78.028,07	\$ 30.014,25	\$ 30.014,25	\$ 22.906,01	\$ 2.891,90	\$ 18.800,00	\$ 7.108,24	\$ 8.322,25

8. Estado de Situación Patrimonial.

ACTIVO

Activo Corriente	
Caja	\$ 7.269,06
ME Dólares	\$ 1.593,75
Banco Industrial cta cte	\$ 2.830,00
Banco industrial plazo fijo	\$ 4.000,00
Intereses a cobrar	\$ 13,20
Total Activo Corriente	\$ 15.706,01

Activo no Corriente	
Muebles y útiles	\$ 4.200,00
Equipos de oficina	\$ 3.000,00
Total no Act. Corriente	\$ 7.200,00

TOTAL ACTIVO	\$ 22.906,01
---------------------	---------------------

TOTAL PAS + PAT NETO	\$ 22.906,01
-----------------------------	---------------------

PASIVO

Pasivo Corriente	
Prov G Hotel Misiones	\$ 1.445,95
Prov Cataratas Bus	\$ 1.445,95
Total Pasivo Corriente	\$ 2.891,90

Pasivo no Corriente	
No hay	\$ 0,00
Total no Pas Corriente	\$ 0,00

TOTAL PASIVO	\$ 2.891,90
---------------------	--------------------

PATRIMONIO NETO

Patrimonio Neto	
Capital	\$ 10.000,00
Resultado del ejercicio	\$ 1.214,11
Rdos de ejercicios anteriores.	\$ 8.800,00

TOTAL PAT. NETO	\$ 20.014,11
------------------------	---------------------

9. Estado de Resultados.

INGRESOS	
Ventas "Cataratas TI"	\$ 6.619,68
Com Ganadas x inter "Mendoza TI"	\$ 1.564,47
Intereses ganados	\$ 13,20
Diferencia de cambio positiva x pasivo	\$ 125,00
TOTAL	\$ 8.322,35

EGRESOS	
Costo Serv Vendidos "Cataratas TI"	\$ 4.095,86
Sueldos y jornales	\$ 1.750,00
Cargas sociales	\$ 471,43
Comisiones pagadas x venta Pérez	\$ 171,50
Comisiones pagadas x venta Zunino	\$ 128,20
Gastos x Internet	\$ 30,00
Gastos x alquiler	\$ 210,00
Gastos x Teléfonos	\$ 85,00
Gastos de contaduría	\$ 70,00
Gastos x Luz y Gas	\$ 65,00
Diferencia de cambio negativa x activo	\$ 31,25

TOTAL	\$ 7.108,24
--------------	--------------------

RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 1.214,11
--------------------------------	--------------------

9. Presupuestos y herramientas para el control de gestión¹⁶.

Dada la característica de nuestra agencia de ser una pequeña empresa, es de suma importancia al momento de seleccionar las herramientas para el control de gestión realizar un análisis que relacione el costo y la utilidad de emplear cada uno de estos métodos. La complejidad en el manejo de los datos, el tiempo empleado y el costo causado debe ser comparada con la utilidad de la información obtenida. Cabe recordar que la utilidad es la principal y más importante característica que debe poseer la información necesaria para el control de gestión. Sin no es útil, no es necesaria.

Las herramientas para el control de gestión que utilizará la agencia de viajes son:

- a. Presupuesto Operacional.
- b. Presupuesto Cash Flow.
- c. Balance Proyectado.
- d. Punto de Equilibrio.
- e. Índice del Costo de la venta.
- f. Índice del Costo del personal.

a. Presupuestos:

Ventajas en la elaboración de un presupuesto:

- I. Facilita la planificación: presupuestar es planificar la acción futura de la agencia de viajes en el logro del objetivo deseado, expresándolo en unidades monetarias.
- II. Mejora la organización, consolidando a través de la gestión presupuestaria los procesos organizativos de separación de funciones y delegación de autoridad y responsabilidad
- III. Favorece la coordinación entre las distintas áreas de la agencia , teniendo en cuenta que el presupuesto es elaborado por el propietario con la colaboración conjunta de los respectivos departamentos (ventas, administración).

-
- ¹⁶ Costos y gestión con Excel- Juan Martín Carratalá, Alejandro Pazos, Jorgelina Bernasconi, Matías García Fronti, Horacio Albano- Serie Herramientas informáticas para la Pequeña y Mediana Empresa- Omicron Sistem S.A. 2003- Buenos Aires, Argentina.
 - Parte 2- Presupuesto, la herramienta de siempre.
 - Parte 3- Punto de Equilibrio, una herramienta para la gestión.
 - Parte 4- Modelos Presupuestarios.
 - Agencias de viajes. Organización y operación. Miguel Ángel Acerenza- Editorial Trillas. 1997 México.
 - Cap. 8- Los aspectos financieros de la operación.

IV. Ayuda a la toma de decisiones, disminuyendo la incertidumbre y la improvisación.

V. Permite un control completo: mediante la confrontación de lo realizado con lo planeado, para comparar con lo deseado y por medio de las desviaciones y sus causas, sacar conclusiones.

Tipos de Presupuestos a realizar:

Prácticamente, el éxito de la gestión económica - financiera de una agencia de viajes radica en una cuidadosa administración del presupuesto y en una óptima utilización del capital circulante. Cualquier desequilibrio que se produzca en los factores mencionados pondrá en peligro la subsistencia del negocio como tal.

Elaboración del presupuesto operacional.

Se debe trazar un plan de acción, programando las futuras actuaciones que va a desarrollar la agencia y elaborar su correspondiente presupuesto. Esto permitirá conocer con anticipación y un cierto grado de aproximación, cuales serán los niveles esperados de ingresos y también los gastos en que se incurrirá durante el período considerado

El presupuesto operacional es simplemente la expresión monetaria de los distintos programas por desarrollar durante un período determinado. Normalmente un año.

1. Elaboración del presupuesto de ingresos.

Tiene como finalidad determinar el volumen de venta que la agencia debe alcanzar en el período siguiente, para poder cubrir sus costos de operación y alcanzar los niveles de rentabilidad deseados

En la agencia de viajes "Free Travel", sus ingresos provienen de las ventas del producto turístico propio "Cataratas TI", organizado por nuestra agencia, y de las comisiones por la intermediación en la venta de servicios turísticos ofrecidos por terceros, entonces para calcular los ingresos en primer lugar se debe calcular el volumen de venta que se espera alcanzar con el producto propio, más las comisiones correspondientes a la venta de productos turísticos organizados por terceros, logrando así los ingresos que la agencia estima que tendrá durante el período considerado.

En la determinación de las cifras del presupuesto de ventas se debe tener en cuenta las cantidades físicas de paquetes Todo Incluido propios y sus precios de venta y la cantidades físicas, precios de venta y porcentaje de comisión a percibir por la venta de paquetes TI de terceros.

La agencia tendrá que estimar el volumen de venta esperado para el período en función de las ventas pasadas, las perspectivas de los mercados y las tendencias de la actividad de nuestra agencia en los últimos años. En general en términos presupuestarios, su confección hoy nos lleva a tener más en cuenta las condiciones del contexto vigente que las estadísticas, en función de los cambios rápidos y continuos que se producen.

2. Elaboración del presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos se ocupa de la estimación de todos los gastos relacionados con el funcionamiento de la agencia y de los programas operativos que ésta lleva a cabo para el logro de sus objetivos. Los gastos a tener en cuenta son :

- Sueldos y jornales.
- Sueldo anual complementario.
- Cargas sociales.
- Gastos por Internet
- Gastos por alquiler.
- Gastos por Teléfonos.
- Gastos de contaduría.
- Gastos de Luz y gas.
- Descuentos e intereses pagados.
- Impuestos y contribuciones.
- Amortizaciones bienes de uso.
- Costo de Servicios vendidos “Cataratas TI”.
- Comisiones pagadas por ventas Pérez. .
- Comisiones pagadas por ventas Zunino.
- Comisiones pagadas x venta tarjetas de créditos
- Gastos por Folletería.

Ejemplo de Presupuesto Operacional

Free Travel		Presupuesto operacional				
Concepto		Enero	Febrero	-----	Dic	<u>Total</u>
1	Ingresos					
	1.1 Venta de "Cataratas TI"	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.2 Com ganadas x intermediación "Mendoza"	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.3 Com ganadas x intermediación trans terrestre	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.4 Intereses ganados en moneda extranjera.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.5 Intereses ganados.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.6 Descuentos obtenidos.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	1.7 Otros	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	Total Ingresos	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
2	Egresos					
	2.1 Costo de Servicios vendidos "Cataratas TI"	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.2 Sueldos y jornales.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.3 Sueldo anual complementario.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.4 Cargas Sociales	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.5 Comisiones pagadas por ventas Pérez.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.6 Comisiones pagadas por ventas Zunino.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.7 Comisiones pagadas x venta tarjeta de crédito.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.8 Gastos por Internet.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.9 Gastos por alquiler.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.10 Gastos por Folletería	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.11 Gastos por Teléfonos.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.12 Gastos de contaduría	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.13 Gastos de Luz y gas.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.14 Intereses pagados en moneda extranjera.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.15 Intereses pagados.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.16 Descuentos otorgados	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.17 Impuestos y contribuciones	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.18 Amortizaciones bienes de uso.	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	2.19 Otros	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....
	Total Egresos	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....	\$.....

b. Elaboración del Presupuesto financiero (cash flow): consiste en mostrar los ingresos y egresos en términos financieros resultantes de los presupuestos operacionales de la empresa.

Este presupuesto anual , desagregado en forma mensual , nos permite prever y analizar los flujos de fondos, entradas y salidas de dinero, a los efectos de asegurar un desarrollo financiero fluido y correcto de la agencia, que permitirá:

- Realizar el flujo de fondos esperados.
- Si hay faltantes de fondos hay que prever cubrirlos mediante créditos.
- Si existen sobrantes de fondos, se deberá analizar:
 - i. Invertirlo como capital propio dentro de la agencia de viajes.
 - ii. Hacer inversiones financieras distintas a la actividad común de nuestra empresa turística (para los sobrantes de corto plazo).

En el análisis y gestión del presupuesto financiero las cifras mensuales deben ser desagregadas en forma diaria, a los efectos de poder tener así una situación real en todo momento para afrontar los requerimientos financieros derivados de la operativa de la agencia.

c. Balance proyectado:

Consiste en la presentación del Estado de Situación Patrimonial y de Resultados de la empresa proyectado, de acuerdo al presupuesto anual establecido. Es muy útil como método de obtención de una fotografía, a efectos de comparar con la situación patrimonial de la empresa al inicio del ejercicio.

Permite calcular índices y ratios sobre la situación proyectada, independientemente de los índices actuales.

Sirve para analizar si la ejecución del presupuesto planeado mejorará o no la situación de la empresa. Es una herramienta de control útil a efectos de comparar con el balance real, una vez finalizado el período y analizar las desviaciones existentes a fin de adoptar medidas correctivas, por esa circunstancia puede ser conveniente la realización en forma mensual, para que sirva como herramienta de control en forma más inmediata, ya que a fin de año los hechos acontecidos en un lapso tan extenso y determinante, pueden implicar falencias ya no solucionables y de gravedad para la agencia.

d. Punto de Equilibrio:

Conocido también como punto muerto, punto de nivelación o umbral de rentabilidad, permite conocer el nivel en que se igualan los ingresos y los egresos de la empresa, y a partir del cual todo ingreso adicional pasará a generar los beneficios de la explotación.

El punto de Equilibrio indica que monto de productos o servicios turísticos deben venderse para cubrir la totalidad de los costos fijos en que incurre la agencia para desarrollar su actividad. Esta relacionado con la contribución marginal del producto o servicio analizado. La contribución marginal unitaria, sirve para determinar cuál es el producto o servicio más conveniente de vender, a efectos de cubrir más fácilmente los costos fijos.

1-En el caso de un paquete “Todo Incluido” organizado por la agencia (“Cataratas TI”), la contribución marginal se calcula de la siguiente forma:

CONTRIBUCIÓN MARGINAL: Precio de venta - costos variables

2-En el caso de un paquete “Todo Incluido” organizado por terceros (“Mendoza TI”):

CM: Comisión ganada x intermediación Mendoza – Comisión pagada por venta Pérez/Zunino

El Punto de Equilibrio nos permite determinar cual es el punto en el cual la Contribución Marginal cubre la totalidad de los Gastos de estructura, es decir, que en el no se gana ni pierde.

f. Costo de la venta:

Nos indica por cada venta realizada por la agencia cual es el porcentaje relacionandolo con su costo.

Paquete turístico propio:

$$\frac{\text{Costo de la venta}}{\text{Venta Neta de IVA}} \times 100 < 1$$

Es un indicador clave en la gestión operativa de la agencia y debe tenerse siempre en cuenta en todas las decisiones relacionadas tanto con la contratación como en la venta de los servicios. Tiene que ser inferior a 1 para que la venta realizada aporte una determinada utilidad bruta destinada a cubrir los gastos de la empresa

En el comercialización de productos de terceros, la comisión percibida constituye una utilidad bruta.

h Costo del personal:

Se tiene que determinar en qué porcentaje participan los citados costos en los ingresos percibidos por la agencia, mediante la siguiente formula:

Costo del personal =

$$\frac{\text{Salarios y prestaciones al personal}}{\text{Utilidad bruta x la venta paquetes propios} + \text{Ingresos x comisiones x intermediación}} \times 100$$

Esta relación permite establecer el grado de incidencia que la retribución a los recursos humanos en la agencia tiene sobre los ingresos brutos de la misma.

Un análisis similar puede realizarse para determinar la incidencia de cada uno de los otros ítems de gastos a fin de extraer conclusiones para control y proyección.

10. Control de la gestión a partir de la información obtenida¹⁷:

El control de la gestión realizada por propietario de la agencia se lleva a cabo mediante:

- i. Constatación entre los datos presupuestados y los reales (contables), analizando las desviaciones y sus causas.
- ii. Análisis de la evolución de la situación contable al inicio del ejercicio y la situación final.

i. Consiste en cuidar la marcha de los programas operacionales, para verificar que los mismos se mantengan dentro de lo previsto en el presupuesto, analizar las causas de las desviaciones, y tomar las medidas correctivas cuando corresponda, a fin de mantener el desarrollo de las actividades dentro de lo presupuestado.

Al término de cada mes el propietario de la agencia deberá recibir del departamento de Administración y Finanzas, un informe completo sobre la ejecución presupuestaria, en el cual se especifiquen la marcha de los ingresos, así como los egresos en cada uno de los rubros que conforman el plan de cuentas, lo acumulado hasta el mes de referencia y el saldo disponible en cada una de las cuentas en relación a los montos proyectados.

- El control de la marcha de los ingresos es fundamental a los efectos de establecer si estamos dentro de los montos presupuestados para el logro de los planes de la agencia.
- El control de la marcha de los egresos, consiste en comparar todos los meses, los gastos reales con los previstos en el presupuesto para cada uno de los rubros que lo integran, investigar las diferencias detectadas y las causas de los desvíos para adoptar las medidas correctivas a fin de adecuarlos a lo presupuestado

ii. Para realizar un análisis entre la situación inicial y la final se confeccionan las “hojas de datos fundamentales” o también conocidas como “tablero de mando”, en las cuales de manera sintética se visualizan los principales indicadores de la situación actual de

-
- ¹⁷ Contabilidad Básica- Enrique Fowler Newton- Ediciones Macchi- Buenos Aires 1996.
 - Cap. 19- Informes Contables para la Gestión.
 - Agencias de viajes. Organización y operación. Miguel Ángel Acerenza- Editorial Trillas. 1997 México.
 - Cap. 8- Los aspectos financieros de la operación.

la agencia y la referencia de los mismos al inicio del ejercicio. Es conveniente la preparación mensual de una o unas pocas hojas que resuman los datos fundamentales cuyo conocimiento por parte del propietario de la agencia es imprescindible:

- a. Respecto a la estructura patrimonial:
 - I. total del activo, segregado en corriente y no corriente,
 - II. total del pasivo, segregado en corrientes y no corrientes,
 - III. activos y pasivos cuyos valores corrientes están sujetos a cambios que pueden generar resultados de tenencia importantes en términos reales (o sea despejados del efecto de la inflación) ejemplo, activos y pasivos en moneda extranjera.
 - IV. total del patrimonio.
 - V. capital corriente (activos corriente menos pasivo corriente).
 - VI. razón de liquidez corriente (resultado de dividir el activo corriente por el pasivo corriente)
 - VII. razón de solvencia (patrimonio dividido el pasivo)
 - VIII. razón de endeudamiento (pasivo dividido el patrimonio)

- b. Respecto de la evolución patrimonial:
 - I. resultado del período.
 - II. porcentajes que representa el resultado del período sobre el patrimonio.
 - III. porcentajes que representa el resultado del período sobre las ventas.
 - IV. Análisis de ventas y comisiones

- c. Sobre la evolución financiera: saldo inicial y final de los fondos (disponibilidades más colocaciones temporarias).

Hoja de datos fundamentales de la agencia "Free Travel".

a. Respecto a la estructura patrimonial:

Respecto a la Estructura Patrimonial		Situación Actual	Situación al Inicio	Presupuestado
I) Total de activo:	Corriente	\$ 15.706,01	\$ 15.900,00	\$.....,...
	No Corriente	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$.....,...
	Total	\$ 22.906,01	\$ 23.100,00	\$.....,...
II) Total de pasivo	Corriente	\$ 2.891,90	\$ 4.300,00	\$.....,...
	No Corriente	\$ 0,00	\$ 0,00	\$.....,...
	Total	\$ 2.891,90	\$ 4.300,00	\$.....,...
III) Act. Sujetos a Dif. De Cambio	ME Dólares	\$ 1.593,75	\$ 2.500,00	\$.....,...
IV) Patrimonio Neto	Total	\$ 20.014,11	\$ 18.800,00	\$.....,...
V) Capital Corriente	Total	\$ 12.814,11	\$ 11.600,00	\$.....,...
VI) Razón de Liq. Corriente	<u>Act. Corriente.</u> <u>Pas. Corriente</u>	5,43	3,70	\$.....,...
VII) Razón de solvencia	<u>Patrimonio</u> <u>Pasivo</u>	6,92	4,37	\$.....,...
VIII) Razón de endeudamiento	<u>Pasivo</u> <u>Patrimonio</u>	0,14	0,23	\$.....,...

b. Respecto de la evolución patrimonial:

I)Resultado de enero	\$ 1.214,11	\$.....,...	Cuentas Auxiliares	
II) %Resultado sobre el Patrimonio	6,46%%	Capital	\$ 10.000,00
			Rdos de ejercicios ant.	\$ 8.800,00
			PN total	\$ 18.800,00
III) %Resultado sobre las Ventas y Comisiones	14,83%%	Ventas Cataratas	\$ 6.619,68
			Comisiones Mendoza	\$ 1.564,47
			Total	\$ 8.184,15

V)Ventas del período	"Cataratas TI"		"Mendoza TI"	
	Situación Actual	Presupuestadas	Situación Actual	Presupuestadas
Q unidades	18	15
Unidades monetarias	\$ 8.010,00	\$.....,...	\$ 6.975,00	\$.....,...
Com. ganadas Mendoza	-	\$.....,...	\$ 1.565,89	\$.....,...

c. Sobre la evolución financiera:

Sobre la evolución financiera		Saldo Final de Fondos	Saldo Inicial de Fondos	Presupuestado
Fondos	Disponibilidades			
	Caja	\$ 7.269,06	\$ 3.400,00	\$.....,..
	Banco Industrial cta cte	\$ 2.830,00	\$ 5.200,00	\$.....,..
	Moneda Extranjera	\$ 1.593,75	\$ 2.500,00	\$.....,..
	Inversiones	\$ 4.000,00	\$ 0,00	\$.....,..
	Total	\$ 15.692,81	\$ 11.100,00	\$.....,..

Conclusión

Esta monografía ha pretendido diagramar y analizar el desarrollo de un modelo administrativo contable para agencias de viajes, y particularmente para las pequeñas agencias, aquellas que poseen las características de una empresa PYME. Porque este tipo de agencias son las que predominan en Mar del Plata, desarrollando su actividad en un medio muy competitivo.

Además sus pequeñas estructuras y reducido poder de negociación, hacen que el margen para una mala gestión o resultados negativos en uno o más ejercicios sea menor al que pueden tener las grandes agencias o mayoristas, las cuales poseen generalmente mayores recursos para afrontar contingencias.

Generalmente los dueños de empresas pequeñas o familiares son reacios a implementar este tipo de herramientas de gestión y control, ya que colocan estos instrumentos por debajo de su capacidad, que suponen el factor supremo de éxito. Creo personalmente que la implementación de estas herramientas es igualmente útil para grandes y pequeñas empresas, porque su finalidad es establecer un medio que facilite la gestión operativa y su control. Además nos brinda información para determinar la marcha de la empresa, así como obtener medios para planificar y después adoptar las medidas correctivas que nos faciliten permanecer vigentes.

El modelo diagramado utiliza herramientas sencillas de fácil aplicación y que brindan una gran utilidad a la agencia. Con computadoras personales y soft adecuados se agiliza la aplicación y utilización de las mismas, con mayor rapidez y seguridad en la elaboración y obtención de la información.

Como puntos interesantes a destacar en el desarrollo del modelo administrativo contable podemos mencionar:

- La particularidad de vender servicios turísticos, con sus características de intangibilidad.
- Las diferencias existentes en la venta de paquetes TI propios, es decir organizados por nuestra agencia, y en la venta de paquetes TI de terceros, organizados por mayoristas.
- La visión de un modelo de gestión y control aplicado a una pequeña empresa, con todos los elementos positivos que el mismo puede aportar para la marcha de una agencia de viajes.

En conclusión, a través de este trabajo tuve la oportunidad de unir en una monografía en forma sistémica y aunada, elementos que generalmente aparecen dispersos en distintas fuentes turísticas o administrativo contables.

Bibliografía:

- ▣ Agencias de viajes. Organización y operación. Miguel Ángel Acerenza- Editorial Trillas. 1997 México.
 - Cap. 4- Principales características organizacionales.
 - Cap. 5- Definición del campo de negocios de la agencia, programación y desarrollo de la línea de producto.
 - Cap. 8- Los aspectos financieros de la operación.

- ▣ Las agencias de viajes frente a las nuevas tecnologías de distribución turística. Braulio Tamayo.
 - Cap. 4- Tendencias y tecnología para el 2000.
 - Cap. 5- Nuevos problemas y nuevas soluciones para el siglo XXI

- ▣ Contabilidad- Presente y Futuro- Viegas, Fronti, Chaves, Acuña- Ediciones Macchi- Buenos Aires 1997.
 - Cap. 2- Los Modelos Contables.
 - Cap. 13- Estado de situación Patrimonial.
 - Cap. 20- Estados Contables Proyectados.

- ▣ Contabilidad 1, Unidad 2, “ El proceso contable”-Universidad de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Secretaria de impresiones CECES.
 - Cap. 3- Cuentas:
 - – Contabilidad programada.
 - - Planes y manuales de cuentas.

- ▣ Análisis de Estados Contables- Enrique Fowler Newton- Ediciones Macchi- Buenos Aires 1997.
 - Cap. 4- Análisis de la estructura patrimonial.
 - Cap. 5- Análisis del capital corriente.
 - Cap 6- Análisis de la rentabilidad.

- ▣ Contabilidad Básica- Enrique Fowler Newton- Ediciones Macchi- Buenos Aires 1996.
 - Cap. 19- Informes Contables para la Gestión.

- ▣ Sistema de costos- Ernesto Costa- Serie Costos y Gestión Empresarial- Quantam Gráfica- Mar del Plata Argentina 2000.
 - Cap. 6- Variabilidad de los costos.
 - Cap. 12- Administración de la Calidad Total.

- ▣ Diseño de sistemas de información. Teoría y práctica- Burch, Grudnitski- Limusa Noriega editores- 1999 México.
 - Cap. 4- Sistemas de información para funciones específicas.

- ▣ Técnicas de organización, sistemas y métodos- Lardent. Echaren. Loro- Editorial Club de Estudio- 1993 Buenos Aires.
 - Cap. 3- Estructura organizativa.
 - Cap. 4- Representaciones gráficas.
 - Cap. 12- Entrenamiento en análisis de sistemas administrativos.

- ▣ Administración de los recursos humanos- Quinta edición- Adalberto Chiavenato- Editorial Nomos SA.- Colombia 2001.
 - Cap. 4- Administración de Recursos Humanos.
 - Cap. 5- Reclutamiento de personas.
 - Cap. 6- Selección del personal.
 - Cap. 8- Descripción y análisis de cargos.
 - Cap. 9- Evaluación del Desempeño Humano.

- ▣ Dirección de operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios.- José Domínguez Machuca, María José Álvarez Gil, Santiago García Gonzáles, Miguel Ángel Domínguez Machuca, Antonio Ruiz Jiménez- Editorial Mc Graw-Hill- Madrid España 1999.
 - Cap. 3- La estrategia de operaciones.
 - Cap. 5- La selección y diseño del proceso

- ▣ Costos y gestión con Excel- Juan Martín Carratalá, Alejandro Pazos, Jorgelina Bernasconi, Matías García Fronti, Horacio Albano- Serie Herramientas informáticas para la Pequeña y Mediana Empresa- Omicron Sistem S.A. 2003- Buenos Aires, Argentina.
 - Cap. 1 - Parte 1- Costos cómo recopilar información útil.
 - Parte 2- Presupuesto, la herramienta de siempre.
 - Parte 3- Punto de Equilibrio, una herramienta para la gestión.
 - Parte 4- Modelos Presupuestarios.
 - Parte 5- Reducción de costos.