

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**LA FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE HOSPEDAJE**

TESIS

**PRESENTADA A LA HONORABLE JUNTA DIRECTIVA DE
LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

POR:

SAÚL ERNESTO GONZÁLEZ COROMAC

**PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE
CONTADOR, PÚBLICO Y AUDITOR
EN EL GRADO ACADÉMICO DE**

LICENCIADO

GUATEMALA, ENERO 2016

**MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Decano:	Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario:	Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Segundo:	Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Tercero:	Lic. Juan Antonio Gómez Monterroso
Vocal Cuarto:	P.C. Oliver Augusto Carrera Leal
Vocal Quinto:	P.C. Walter Obdulio Chigüichón Boror

**PROFESIONALES QUE REALIZARON LOS EXÁMENES
DE ÁREAS PRÁCTICAS BÁSICAS**

Área Matemática-Estadística	Lic. Carlos Humberto García Álvarez
Área Contabilidad	Lic. Guillermo Javier Cuyún González
Área Auditoría	Lic. Rubén Eduardo del Águila Rafael

**PROFESIONALES QUE REALIZARON
EL EXÁMENES PRIVADO DE TESIS**

Presidente:	Lic. Luis Oscar Ricardo de la Rosa
Secretario:	Lic. Delfido Eduardo Morales Gabriel
Examinador:	Lic. Othir Misael Cardona Sales



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala 14 de Mayo del 2015

Licenciado

José Rolando Secaida Morales
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de San Carlos de Guatemala

Presente

Estimado señor Decano:

En atención a la designación de esa decanatura, he procedido a realizar la asesoría correspondiente en la elaboración del trabajo de tesis denominado "LA FORMULACION DEL PRESUPUESTO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE", presentada por el estudiante SAÚL ERNESTO GONZÁLEZ COROMAC, para someterse a su examen privado de tesis, previo a optar al título de Contador Público y Auditor en el grado académico de Licenciado.

En mi opinión, la tesis desarrollada por el estudiante Saúl Ernesto González Coromac, reúne las condiciones y requisitos que exigen las normas universitarias sobre la materia, para ser aceptada y discutida en su examen privado de tesis.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para suscribirme del Señor Decano.

Atentamente,


Licda. Mariela Beatriz Najera Alonzo
Contadora Pública y Auditora
No. de Colegiada 5429



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS

Edificio "S-8"

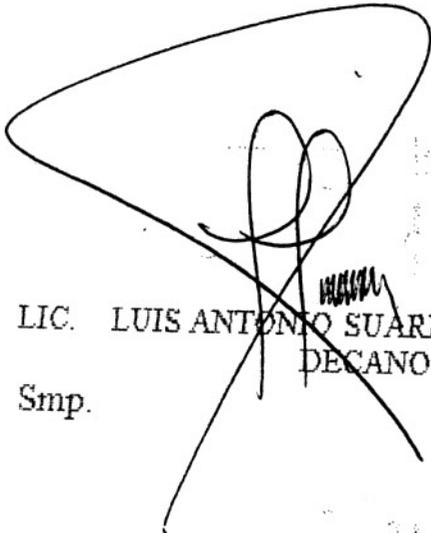
Ciudad Universitaria, Zona 12
GUATEMALA, CENTROAMERICA

**DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. GUATEMALA,
NUEVE DE MARZO DE DOS MIL DIECISÉIS.**

Con base en el Punto QUINTO, inciso 5.1, subinciso 5.1.1 del Acta 3-2016 de la sesión celebrada por la Junta Directiva de la Facultad el 22 de febrero de 2016, se conoció el Acta AUDITORÍA 359-2015 de aprobación del Examen Privado de Tesis, de fecha 17 de noviembre de 2015 y el trabajo de Tesis denominado: "LA FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE", que para su graduación profesional presentó el estudiante SAUL ERNESTO GONZÁLEZ COROMAC, autorizándose su impresión.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



LIC. LUIS ANTONIO SUAREZ ROLDÁN
DECANO

Smp.



LIC. CARLOS ROBERTO CABRERA MORALES
SECRETARIO



DEDICATORIA

A DIOS

Fuente de amor, bondad, sabiduría, por permitirme la fortaleza y la dedicación para poder alcanzar mi éxito.

A MIS PADRES

Rodolfo González Fuentes y Vitalina Coromac de González, por guiarme y apoyarme en todo momento y por ser mi estímulo para poder llegar a lograr mis metas.

A MIS HERMANOS/AS

Rodolfo, Patricia, Karina, Silvia y Anibal, por su cariño y apoyo para lograr mis objetivos trazados en la vida

A MI FAMILIA

Por acompañarme en el camino de mi vida, motivándome siempre para alcanzar mis objetivos

AMIGAS

A Heidi y Luz Maria Chin, por su constante ayuda y motivación para lograr mis metas

ASESOR

Por su ayuda incondicional en mi proyecto de tesis

A LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Por proporcionar todos los conocimientos necesarios para ejercer ésta prestigiosa y honorable profesión

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

En sus aulas adquirí los conocimientos y experiencias que forjan mi saber

ÍNDICE		Página
INTRODUCCIÓN		i
CAPÍTULO I		
EMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE		
1.1	Definición de servicios turísticos	1
1.1.1	Definición de empresa de hospedaje	2
1.2	Antecedentes de las empresas turísticas	3
1.2.1	Historia del hospedaje en Guatemala	5
1.2.2	Elementos de la empresa de hospedaje	6
1.3	Clasificación de los hospedajes	7
1.4	Constitución de una empresa de hospedaje	11
1.5	Estructura organizacional	15
1.6	Marco legal aplicable	16
1.6.1	Código de Trabajo y sus Reformas (Decreto 1441)	16
1.6.2	Ley de Actualización Tributario y sus Reformas (Decreto 10-2012)	17
1.6.3	Ley del Impuesto de Solidaridad y sus Reformas (Decreto 73-2008)	17
1.6.4	Ley del Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos y sus Reformas (Decreto 37-92)	18
1.6.5	Ley del Impuesto Único sobre Inmuebles y sus Reformas (Decreto 15-98)	18
1.6.6	Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social y sus Reformas (Decreto 295)	19
1.6.7	Ley del Impuesto al Valor Agregado y sus Reformas (Decreto 27-92)	19
1.6.8	Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo y sus Reformas (Decreto 1701)	20
1.6.9	Reglamento para el Establecimiento de Hospedaje (Acuerdo 1144-83)	21

CAPÍTULO II
INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1	Definición de información financiera	22
2.2	Objetivos de la información financiera	23
2.3	Características de la información financiera	23
2.4	Definición de los Estados Financieros	24
2.5	Clasificación de los estados financieros	25

CAPÍTULO III
PRESUPUESTOS

3.1	Definición del presupuesto	32
3.2	Objetivos del presupuesto	32
3.3	Etapas del presupuesto	33
3.4	Características del presupuesto	35
3.5	Principios del presupuesto	36
3.6	Clasificación del presupuesto	38
3.6.1	Por el tipo de empresa	38
3.6.2	Por su contenido	39
3.6.3	Por su forma (fases alternativas que presente)	39
3.6.4	Por su duración	40
3.6.5	Por la técnica de valuación	40
3.6.6	Por su reflejo en los estados financieros	40
3.6.7	Por las finalidades que pretende	41
3.6.8	Por su grado de avance	41
3.7	Ventajas y desventajas del presupuesto	42
3.8	Métodos analíticos	43
3.9	Ejecución del presupuesto	52
3.9.1	Control presupuestal	52

CAPÍTULO IV
FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE HOSPEDAJE
(CASO PRÁCTICO)

4.1	Información presupuestaria	54
4.2	Presupuestos de ingresos	60
4.3	Presupuestos de compras	73
4.4	Presupuesto de gastos de operación	75
4.5	Presupuesto de efectivo	85
4.6	Estados de resultados proyectado	86
4.7	Balance general proyectado	87
4.8	Marcas	88
	Conclusiones	89
	Recomendaciones	90
	Referencias bibliográficas	91
	Anexos	95

ÍNDICE DE FIGURAS, CUADROS Y ANEXOS

No. Figuras		Página
1	Organigrama de la estructura organizacional del Hospedaje	16
2	Proceso de elaboración del presupuesto de una empresa	51
Cuadros		
1	Por dimensión o tamaño	8
2	Otros criterios de clasificación	9
3	Condiciones de los establecimientos de hospedaje	10
4	Tarifa del Impuesto de Inmuebles	19
5	Características de la información financiera	23
6	Clasificación de los objetivos de presupuesto	33
7	Etapas del presupuesto	34
8	Características	35
9	Principios del presupuesto	36
10	Estado de Situación Financiera año 2011, 2012, 2013	61
11	Estado de Resultado año 2011, 2012, 2013	62
12	Tarifas autorizadas 2014	63
13	Nivel de ocupación mensual 2014	64
14	Análisis del promedio de la ocupación por temporada	65
15	Pronósticos de ventas de división de habitación	67
16	Presupuesto de ventas de división de habitación	69
17	Presupuesto para determinar las ventas de hospedaje al contado y crédito	71
18	Presupuesto de cobranza de las ventas al crédito	72
19	Presupuesto de Compras	73
20	Planilla de sueldos mensuales de área de habitaciones	75
21	Planilla de sueldos mensuales de área administración	76

21	Planilla de sueldos mensuales de área administración	76
22	Proyección de gastos de habitación	77
23	Proyección de gastos de administración	78
24	Pronósticos de sueldos del área de habitación (Mensual)	79
25	Pronósticos de sueldos del área administración (Mensual)	80
26	Incremento del gasto del área de habitación (anual)	81
27	Incremento del gasto del área administrativa (anual)	82
28	Presupuesto de gastos del área de habitación y administrativa	83
29	Presupuesto de Flujo de Efectivo proyectado	85
30	Estado de Resultado proyectado	86
31	Estado de Situación Financiera Proyectado	87
32	Marcas	88

Anexos

1	Solicitud para inscripción y registro de establecimiento de hospedaje ante el INGUAT	95
2	Formulación para registro e inscripción de establecimiento de hospedaje	96
3	Solicitud para autorización de tarifas en establecimiento de hospedaje	98
4	Declaración de servicios y equipamiento en establecimiento de hospedaje	99

INTRODUCCIÓN

Las empresas que se dedican al servicio de hospedaje están en pleno crecimiento y juegan un papel importante para la economía del país, puesto que generan empleo, contribuyen con tributos para el Estado.

Sobre conocimientos científicos que nos ayudaran a que la información financiera sea confiable y oportuna para que llegue a manos de los propietarios o socios de la empresa para que las decisiones sean correctas, por tal razón es importante que se requiera del estudio minucioso sobre bases históricas de los estados financieros que proporciona la entidad; la necesidad que el presupuestos es necesario para desarrollar e implementar métodos precisos que permitan constituir un sistema confiable, coherente y acorde a la complejidad de su estructura, volumen de sus operaciones y recursos de la empresa de servicios de hospedaje.

El objetivo de la investigación se orientó a determinar una herramienta de previsión y control para la administración; esto por medio del presupuesto, que servirá de base para que el Gerente adopten decisiones sobre distribución y asignación de los recursos, control de las operaciones y diseño de acciones correctivas que sean más eficiente.

La presente investigación se encuentra estructurada en cuatro capítulos, de la siguiente manera:

En el capítulo I, se presenta la unidad de análisis, siendo para el presente caso, la empresa de hospedaje, se debe conocer sus actividad económica principal, sus sistemas de ventas a través de los cuales logran realizar el giro habitual del negocio, las definiciones de un hospedaje, además, se describe a grandes rasgos

los antecedentes de la hotelería en Guatemala y en el mundo, también se detalla la legislación fiscal que debe observar en el desarrollo de sus operaciones.

En el capítulo II, la información financiera, donde se detallan los principios y lineamientos aplicables para el reconocimiento, medición, presentación y divulgación aplicable para los ingresos de actividades ordinarias provenientes del giro habitual del negocio de la empresa y la importancia de la información financiera para poder desarrollar el presupuesto.

En el capítulo III, el presupuesto, se describen conceptos, la definición de presupuesto, objetivos, características, clasificaciones del presupuesto, métodos de análisis que existen en el presupuesto, todo ello en su teoría para llevar a cabo el caso práctico que se presenta en el cuarto capítulo de la investigación, el cual se enuncia más adelante.

En conclusión, en el capítulo IV se plasma el caso práctico denominado, la formulación del presupuesto en una empresa de servicios de alojamiento, aplicándose la teoría contenida en los capítulos anteriores para el desarrollo del caso donde se expone: los aspectos a evaluar para ayudar al personal de la entidad para que tenga lineamientos adecuados para la utilización del análisis, para satisfacer las necesidades y exigencias de la empresa y poder dar un mejor servicios y poder controlar los gastos de la entidad.

Finalmente, se presentan las conclusiones que se alcanzó y las recomendaciones derivadas de la presente investigación, así como las fuentes de referencias bibliográficas que se utilizo para desarrollar la investigación.

CAPÍTULO I

EMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE

1.1 Definición de servicios turísticos

Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tantos de los negocios como de las consideraciones profesionales.

De la definición de servicios turísticos del presente trabajo se centrará en el concepto de Alojamiento, el cual se define de la siguiente manera: “La acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar, colocar una cosa dentro de otra)” (20.12). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, albergues y posadas son otros tipos de alojamiento.

El sector económico que incluye todas las actividades económicas relacionadas con la prestación de servicios de alojamiento se conoce como hostelería u hotelería. Estos establecimientos ofrecen prestaciones de diversas categorías que suelen clasificarse de acuerdo a la cantidad de estrellas. Los hoteles de una estrella son los básicos, mientras que los de cinco estrellas conjugan comodidades y lujo.

En un nivel más amplio, el alojamiento humano incluye la noción de vivienda permanente (que puede ser una casa habitada por una familia, un apartamento individual, un orfanato, un hogar para ancianos, una residencia colectiva para estudiantes). También existen otros tipos de

alojamientos temporarios que no tienen que ver con la hotelería, como aquellos sujetos que se alojan en una prisión o un hospital.

1.1.1 Definición de empresa hotelera

Para desarrollar este concepto, se iniciará con la definición general de la empresa. Se entiende por empresa, a la “unidad económica social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa” (17:81).

“La empresa, desde el punto de vista de las finalidades subjetivas del empresario, persigue el lucro y relega a un segundo plano los objetivos sociales y de servicio” (17:80).

El artículo 655 del Código de Comercio, define la empresa mercantil como el “conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados, para ofrecer al público, con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios” (4:134).

“M. A Goxens define a la empresa como una concepción jurídico-económica en constante evolución. Aparece desde la empresa privada a la pública, la empresa individual, en la que una persona es la propietaria del capital invertido y la dirige bajo su riesgo y responsabilidad, las sociedades que reúnen a varias personas y hasta las cooperativas en que las personas propietarias son, al mismo tiempo, quienes prestan su trabajo personal en ella” (1:7).

El término hotel se define como un establecimiento dotado de las “instalaciones necesarias para prestar servicios de alojamiento al público o turista” (3:58). En resumen se puede definir a la empresa hotelera como la

concepción jurídica económica en constante evolución, en la que se coordina el capital, el trabajo y la dirección para lograr satisfacer las necesidades del turista y usuario, así como lograr los objetivos de lucro que persigue la empresa finalmente.

1.2 Antecedentes de las empresas turísticas

De las empresas turísticas se encuentran integradas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

De estos servicios turísticos se centrará la atención en el hospedaje, los primeros sitios de hospedaje surgen durante antigua Roma donde se abrieron distintos tipos de establecimientos ubicados en cualquier camino o en el interior de los pueblos, podían encontrarse posadas donde alojarse.

Más tarde, llegado el siglo XII, se abren en Europa las comunicaciones con países más allá de sus fronteras y comienza una época de grandes viajes, como los de Marco Polo., surgió así la necesidad de hospedaje.

Durante la Edad Media, gracias a esta Ley, los viajeros podían tener la seguridad de que recibirían hospitalidad donde fueran. Así, cuando cada vez se fueron haciendo más frecuentes las peregrinaciones, tal y como ocurriría con el Camino de Santiago, empezaron a crearse hospederías, evitando que para conseguir alojamiento el peregrino tuviera que prostituirse para conseguir el alojamiento.

Las posadas, generalmente pequeñas, ofrecían un alojamiento bastante rudimentario que incluía establos para los caballos, las tabernas sólo

servían comida y bebida, generalmente a la población local, no alojaban huéspedes. Además de cerveza, en las cervecerías se ofrecían bebidas refrescantes y apenas se comía. Se introdujeron leyes para controlar los precios de las posadas y tabernas, así como para garantizar la calidad de los servicios. A mitad del siglo XVI las tabernas y posadas crecieron en importancia como consecuencia del desarrollo del comercio en Inglaterra.

Las posadas se hicieron más grandes y algunas tenían capacidad para albergar hasta cien viajeros e incluso disponían de habitaciones individuales, aunque lo usual era que se compartieran los cuartos. Las posadas disponían de grandes establos para caballos y carretas, así como de amplios patios que servían como escenario para diversiones nocturnas.

En la segunda mitad del siglo XX, el automóvil y el avión llegaron a ser los medios de transporte más importantes; ello hizo que surgiesen nuevas formas de demanda de servicios de hostelería. Los complejos hoteleros y los hoteles de las ciudades tienden a ser más grandes, en especial cuando están pensados para satisfacer las necesidades de los viajeros procedentes de vuelos internacionales. Este tipo de hoteles suele dirigirse a un determinado mercado de consumidores. En general, se pueden clasificar por el nivel de los servicios ofrecidos y sus precios se ajustan a la capacidad económica de los segmentos de población a los que están orientados. Hay gran diversidad de hoteles para quienes viajan en automóvil; desde mansiones rurales de lujo con restaurantes elegantes, hasta los económicos y modernos moteles que ofrecen alojamiento y servicios sencillos. Las asociaciones y consorcios turísticos proporcionan al consumidor información diversa sobre hoteles y precios, lo que facilita la elección. La competencia entre establecimientos y grupos hoteleros ayuda a mantener el nivel de los precios para los distintos servicios que se ofrecen.

“La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería.

Hoy en día se pueden encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población.” (3:14)

1.2.1 Historia del hospedaje en Guatemala

La hotelería en Guatemala surgió en el año de 1882, cuando “el Gran Hotel San Carlos inicia sus actividades en la ciudad de Guatemala fundado por el guatemalteco Enrique Rittscher” (3:15). “En 1883, surge el Hotel Modelo, en Quezaltenango. Posteriormente, en 1920, Don Salvador Herrera construye el Hotel Palace, situado en la ciudad de Guatemala” (3:28, 29).

“En 1928 y 1929, se fundó el Comité Nacional de Turismo, constituido por personas de la iniciativa privada, dando origen así al turismo moderno en Guatemala” (3:15).

“En 1935 con la llegada a Guatemala del grupo más grande de turistas en ese entonces, que sobrepasó los 400 visitantes traídos por el barco Manolo, nacen varios hoteles: la Pensión Bonifaz en Quezaltenango, el señor James Clark inaugura en 1936 el Hotel Maya Inn en Chichicastenango, en 1938 se funda el Hotel Casa Contenta en Panajachel y en 1942 surge el Hotel Pan American -antes Hotel Astoria- en la ciudad de Guatemala” (3:15).

1.2.2 Elementos de la empresa hotelera

La empresa hotelera está conformada por dos elementos principales: humano y físico.

a) **Humano:** Este elemento comprende al patrono, trabajador, huésped y usuario. A continuación se definen cada uno de ellos.

- **Patrono:** Es toda “persona individual o jurídica que utiliza los servicios de uno o más trabajadores, en virtud de un contrato o relación de trabajo” (5:3). Para ampliar el término de persona jurídica, se incluye la definición de la misma. “Tiene personalidad jurídica, la sociedad mercantil constituida de acuerdo con las disposiciones del Código de Comercio e inscrita en el Registro Mercantil, tendrá personalidad jurídica propia y distinta de la de los socios individualmente considerados” (4:10).
- **Trabajador:** Es toda “persona individual que presta a un patrono sus servicios materiales, intelectuales o de ambos géneros, en virtud de un contrato o relación de trabajo” (4:3).
- **Huésped:** “Es la persona alojada en un establecimiento de hospedaje” (15:3).
- **Usuario:** “Es la persona que sin estar alojada en un establecimiento, utiliza cualesquiera de sus otros servicios” (18:3).

b) **Físico:** “El elemento físico comprende la infraestructura de la empresa hotelera, es decir los establecimientos de hospedaje, entendiéndose como tales a los que presten al público servicio de alojamiento y otros servicios afines mediante pago” (18:3).

1.3 Clasificación de la empresa de hospedaje

Los hoteles necesitan ser clasificados no sólo para los controles que efectúa cada país sino también para que los usuarios cuenten con información que les permita saber cuáles serán las características de cada establecimiento a la hora de elegir dónde hospedarse. A partir de la clasificación se establecerán diferentes categorías.

Wallingre y Toyos definen la categorización como el “sistema que le asigna categoría a alojamiento con la finalidad de determinar calidad, cantidad y tarifas de los servicios ofrecidas” (21:51). A partir de esta definición se puede entender que cuando se categoriza a los hoteles se hace teniendo en cuenta diferentes aspectos, pero la realidad es que no todos los mencionados aquí son realmente evaluados en el momento de la clasificación y por lo tanto se dejan de lado aspectos que en algunos casos son los más importantes para los usuarios.

La Organización Mundial del Turismo (1998) habla de una ausencia de clasificación internacional, esto quiere decir que no existe un único sistema para clasificar los establecimientos hoteleros que sea reconocido internacionalmente, sino que cada país tiene sus propias leyes que regulan la categorización hotelera y por lo tanto, existen variaciones en cuanto a qué es considerado alojamiento hotelero y extra hotelero dependiendo del país. Además, los símbolos utilizados para la valorización de los hoteles no son los mismos y aunque las estrellas sean los más conocidos y utilizados en otros lugares, a continuación se listan las clasificaciones más comunes:

a) Por dimensión o tamaño:

Uno de los criterios para clasificar un hotel suele ser el tamaño de éste ya que en la medida en que sea más grande o pequeño, ofrecerá una menor o mayor cantidad de servicios.

Cuadro No. 1: por dimensión o tamaño

Descripción	Habitaciones
Pequeños	0 hasta 50
Medianos	51 hasta 150
Grandes	151 en adelante

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación

b) Por tipo de segmento de mercado a quien atiende:

Dado que los turistas buscan satisfacer diversas necesidades, los hoteles deben adaptarse a los requerimientos específicos del mercado, es por esto que se clasifican en:

Por su operación.

Permanentes (operan todo el año)

De estación (operan en determinadas épocas)

c) Por su organización

Independientes

De cadena

d) Por su proximidad a terminales de compañías transportistas y/o vías de comunicación:

Próximos a terminales terrestres (estaciones de autobuses ferrocarriles

Próximos a terminales aéreas.

Próximos a terminales marítimas, lago.

e) Otros criterios de clasificación:

Cuadro No. 2: Otros criterios de clasificación

Concepto	Descripción
Albergues	Orientados principalmente a viajeros jóvenes; comodidades mínimas.
Camping	Áreas para acampar; se utiliza casa de campaña o camiones remolques.
Casa de huéspedes	Funcionan como hoteles pequeños y económicos; poca calidad y únicamente se da servicio de hospedaje.
Moteles y hoteles de carretera	Proporcionan habitación, baño y área de estacionamiento; las habitaciones con frecuencia tienen acceso directo desde el aparcamiento por lo general están al lado de autopistas.
Condominios	Se encuentran principalmente en zonas turísticas. Son apartamentos completamente equipados.
Tiempo compartido	Derivación del anterior, únicamente que se compra membresía para determinado tiempo del año
Balnearios	Hoteles o instalaciones con especial énfasis en regímenes distintos tratamientos médicos o descansos.
Hotel	Establecimiento de hospedaje de diversos tipos y que ofrece servicios complementarios como espacios sociales, piscinas, restaurantes, bar, agencia de viajes. Existen diversas clasificaciones de hoteles que existen que ofrecen desde comodidades mínimas hasta el máximo confort.

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación de campo efectuado en el año 2013

f) por calidad de los servicios:

- Sistemas de vocablos descriptivos (lujo, superior de primera, ordinario de primera, superior de turista y ordinario de turista)
- Sistema de clave de letras (AA, A, B, C, D) y sistema de estrellas 5, 4, 3, 2, 1: "Los establecimientos de hospedaje se clasifican según sea la calidad de la construcción, instalaciones, dotaciones,

servicios que presten y ubicación” y tiene la misma forma el sistema de estrellas” (18:4).

En Guatemala se utiliza los números para indicar de cuantas estrellas son los alojamientos que existen de los hoteles y se describen los servicios que deben de tener los hospedajes para tener las estrellas, que se detallan a continuación:

Cuadro No. 3: Condiciones de los establecimientos de hospedaje

Servicios	5 / AA	4 / A	3 / B	2 / C	1 / D
Entradas	X	X	X	X	X
Vestíbulos	X	X	X	X	X
Elevadores	X	X	X	X	
Escalera principal	X	X	X	X	X
Pasillos	X	X	X	X	X
Salones	X	X			
Bar	X	X	X		
Comedor	X	X	X	X	X
Sanitarios	X	X	X	X	X
Piscinas	X				
Área de recreación	X	X			
Sala de estética	X				
Estacionamiento	X	X			
Dormitorio	X	X	X	X	X
Cuarto de baño	X	X	X	X	X
Habitaciones con terraza	X				
Suite	X	X	X		
Escalera de emergencia y Servicio	X	X			
Cocina principal	X	X	X	X	X

Servicios	5 / AA	4 / A	3 / B	2 / C	1 / D
Bodega principal de alimentos	X	X	X		
Bodega de ropa blanca	X	X			
Local para equipaje	X	X			
Dependencia del personal de servicio	X	X	X	X	X

Fuente: Reglamento para establecimiento de hospedaje Acuerdo 1144-83

1.4 Constitución de una empresa de hospedaje

Las principales obligaciones tributarias que contraen las empresa hotelera en Guatemala, primero debe organizarse como tal, lo que se inicia con la inscripción ante el Registro Mercantil.

En el Artículo 337 del Código de Comercio de Guatemala, Decreto Legislativo Número 2-70, establece los requisitos que deben cumplirse en la escritura pública de constitución de una Sociedad Anónima para poderla inscribir en el Registro Mercantil General de la República, el cual indica, la inscripción de las sociedades mercantiles se hará con base en el testimonio respectivo, que comprenderá:

- Forma de organización.
- Denominación o razón social y nombre comercial si lo hubiere.
- Domicilio y el de sus sucursales.
- Objeto.
- Plazo de duración.
- Capital social
- Notario autorizante de la escritura de constitución, lugar y fecha.
- Órganos de administración, facultades de los administradores.
- Órganos de vigilancia si los tuviere.

Entre otras obligaciones que debe cumplir una empresa hotelera, están las que establece el artículo 368 del Código de Comercio, según el cual “los comerciantes están obligados a llevar su contabilidad en forma organizada, de acuerdo con el sistema de partida doble y usando principios de contabilidad generalmente aceptados. Al efecto, deberán llevar cuando menos, los siguientes libros o registros: Inventario, de primera entrada o Diario, Mayor o centralizador y de Estados Financieros.

También podrán llevar la contabilidad, por procedimientos mecanizados, en hojas sueltas, fichas o por cualquier otro sistema, que permita su análisis y fiscalización” (4:90).

Otros de los requisitos importantes para que los hoteles, se inscriban en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), son:

- “Documento de identificación: DPI, pasaporte en caso de ser extranjero, o constancia emitida por RENAP y fotocopia del documento presentado por el representante legal.
- Del domicilio fiscal: factura de luz, agua ó teléfono de línea fija, arrendamiento ó contrato de arrendamiento y fotocopia (a nombre de la sociedad). De la dirección comercial: factura de luz, agua ó teléfono de línea fija, arrendamiento ó contrato de arrendamiento y fotocopia (a nombre de la sociedad). No debe de tener más de tres meses de haber sido emitida. (Las facturas electrónicas son válidas)” (4:01).
- Testimonio de la escritura de constitución o copia legalizada y fotocopia.
- Nombramiento del representante legal o copia legalizada y fotocopia.

El Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT): El propietario del establecimiento de hospedaje debe solicitar su registro y clasificación al Departamento de Fomento del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), cumpliendo con los requisitos del formulario que este proporcione que tendrá como mínimo la información siguiente:

- Nombre del establecimiento, dirección, lugar para recibir notificaciones y número de teléfono;
- Nombre del propietario o propietarios y sus datos de identificación si son personas individuales o si se trata de personas jurídicas los datos que la identifiquen en los registros respectivos;
- Nombre del gerente, administrador, representante legal o persona que actuará como gestor principal del establecimiento;
- Detalle de las habitaciones, mobiliario e instalaciones con que cuenta, servicios que proporcione y cualquier otro dato que sirva para determinar su categoría;
- Personal a emplear;

Para la asignación de categoría a los establecimientos de hospedaje se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Ubicación en región o centro de interés turístico, las condiciones socio-económicas del lugar en que se encuentra el establecimiento y localidad urbanística de los núcleos circunvecinos;
- La calidad y estado de la construcción, de su implementación y su aspecto funcional;
- La calidad de sus servicios esenciales y complementarios;
- La atención que se preste al huésped o usuarios;
- La amplitud, comodidad, dotación y servicios de las habitaciones; y
- La idoneidad de la actividad hotelera así como la integridad y la buena presentación del personal.

Posteriormente el INGUAT asigna el número o tipo de categoría, según sea el caso, de acuerdo a una evaluación física del establecimiento para obtener la autorización de funcionamiento del establecimiento, el interesado debe acompañar a su solicitud además, la siguiente documentación:

- Plano de planta general e instalaciones, a escala no menor de 1:500, con indicación del destino y superficie de cada una de ellas;
 - Plano de fachadas, a escala no menor de 1:200, que podrá ser sustituido por fotografía de primer plano, debiendo reflejarse la altura de piso a techo de cada nivel, cuando no se acompañe plano de sección;
 - Planos de planta de distribución interior a niveles, a escala no menor de 1:100, en los que se indicara el destino de cada dependencia, así como la situación de puertas, ventanas, escaleras, closets;
 - Planos de diferentes tipos de habitaciones incluyendo los cuartos de baño, a escala no menor de 1:50, en los que figurarán las instalaciones básicas, especiales y mobiliario.
 - Planos que especifiquen las calidades y variedades en los terminados constructivos; y
 - Relación de habitaciones, con indicación del número que las identifique, superficie, capacidad y servicio de que están dotadas.
- Todos los planos deben ser elaborados y firmados por Arquitecto o Ingeniero Colegiado.

En igual forma debe procederse cuando se realice cualquier modificación sustancial de la estructura, características o sistemas de explotación de los establecimientos de hospedaje que pueda afectar su clasificación.

“Para que un establecimiento pueda ser clasificado en el grupo de hoteles debe ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independiente, constituyendo sus instalaciones un todo homogéneo, con entradas, ascensores, escaleras de uso exclusivo, debiendo prestar los servicios de hospedaje, alimentación y otros de acuerdo a su categoría” (18:6).

Las Tarifas:

Con el formulario que el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), le proporciona a la entidad, es donde se deben de indicar las tarifas que solicita para cada habitaciones tanto sencillas, dobles, camas adicionales y si tienen baños privados, debe acompañar la siguiente documentación:

- a. Constancia de Registro de la Propiedad;
- b. Cédulas de vecindad;
- c. Constancia de Registro Mercantil;
- d. Patente de Comercio;
- e. Registro de la Dirección General de Rentas Internas; y
- f. Inscripción en la dirección General de Servicios de Salud.

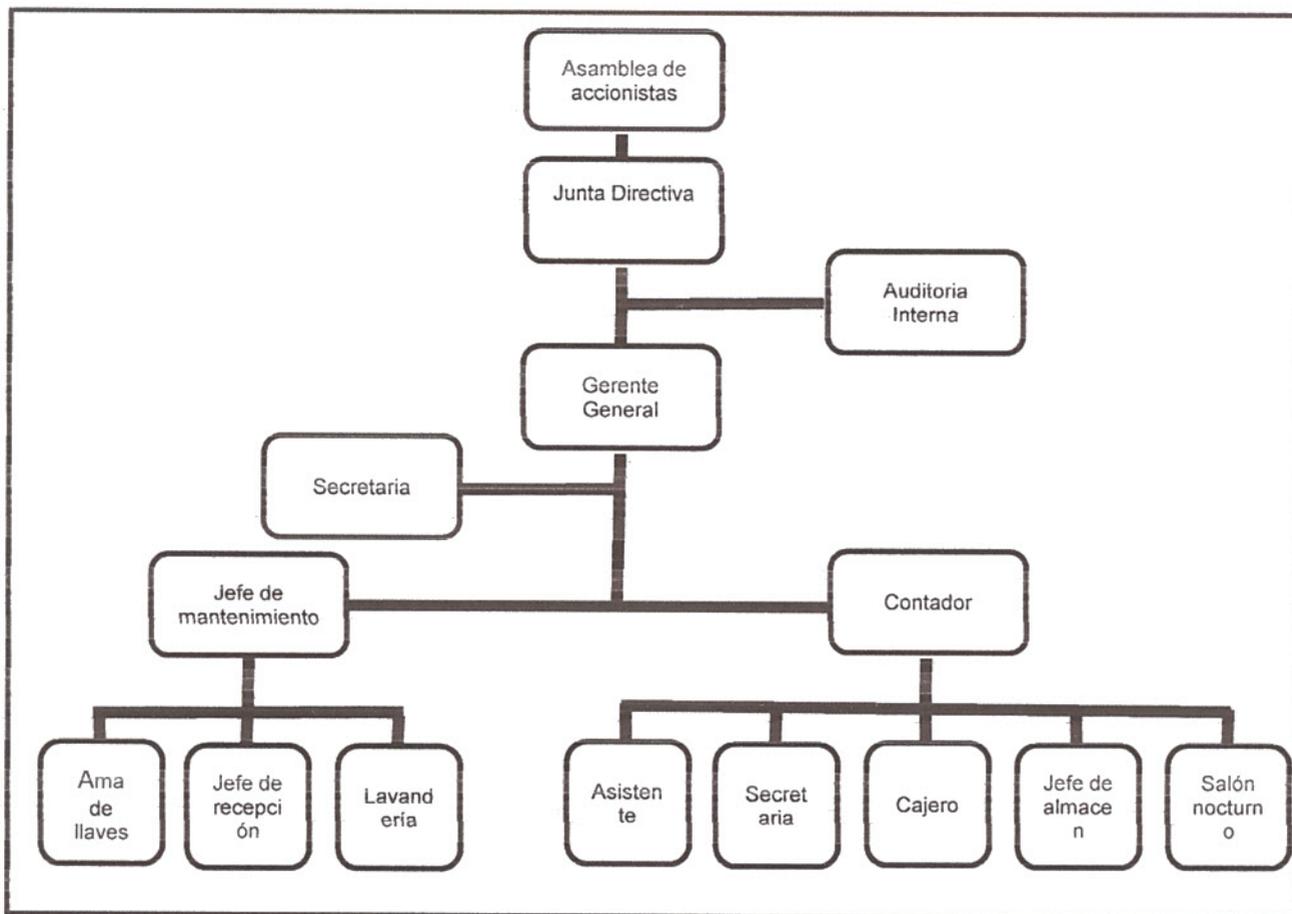
La documentación indicada puede presentarla en original, fotocopia autenticada o certificaciones.

Con toda la información anterior que debe de llenarse, el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) entrega la placa distintivo, la cual debe ser colocada en el exterior del local o establecimiento,

1.5 Estructura Organizacional

Las áreas funcionales de las medias empresas hoteleras se presentan en el cuadro siguiente:

Figura 1. Organigrama de la estructura organizacional del Hospedaje



Fuente: Estructura proporcionada por un hospedaje zona 1, Ciudad de Guatemala

1.6 Marco legal aplicable

A continuación se indican algunas generalidades de los impuestos que se consideran principales en el desarrollo de la presente investigación.

1.6.1 Código de Trabajo y sus Reformas (Decreto 1441)

Artículo 102 del Código de Trabajo. “Todo patrono que ocupe permanentemente a diez o más trabajadores, debe llevar un libro de salarios autorizado y sellado por el Departamento Administrativo del Ministerio de Trabajo y Previsión Social, el que está obligado a suministrar modelos y normas para su debida impresión; si el patrono ocupa a tres

trabajadores, sin llegar al límite de diez, debe llevar planillas de conformidad con los modelos que proporcione el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social” (5:38).

1.6.2 Ley de Actualización Tributaria y sus Reformas (Decreto 10-2012)

“Este impuesto grava las rentas y ganancias de capital obtenidas en el territorio nacional y se genera cada vez que se producen rentas gravadas” (8:1-2). “Su liquidación definitiva es anual, exceptuándose el régimen de retenciones establecido en el artículo 64 y el régimen especial de pago del impuesto establecido en el artículo 72 de la ley” (7:7).

1.6.3 Ley del Impuesto de Solidaridad y sus Reformas (Decreto 73-2008)

Recae sobre las personas individuales o jurídicas, propietarias de empresas mercantiles y agropecuarias, domiciliadas o situadas en el territorio nacional.

Las empresas hoteleras están afectas al pago del Impuesto de Solidaridad (ISO) por las actividades mercantiles que realiza en el territorio nacional.

“El período de imposición se computa por trimestre calendario, siendo la base imponible de la que sea mayor entre:

- a) La cuarta parte del monto del activo neto total, que resulte de restar al total de activos, las depreciaciones y amortizaciones acumuladas, las reservas para cuentas incobrables, así como el total de créditos fiscales pendientes de reintegro por parte del fisco
- b) Utilizar como base la cuarta parte de los ingresos brutos del ejercicio inmediato anterior.” (10:3)

1.6.4 Ley de Impuesto de Timbres Fiscales y Papel Sellado Especial para Protocolos y sus Reformas (Decreto 37-92)

De acuerdo con el artículo 1 y 2 de la ley, “este impuesto recae sobre documentos que contienen actos y contratos claramente tipificados en la ley, es decir es un impuesto documental, siendo los principales:

- Los contratos civiles y mercantiles.
- Los documentos otorgados en el extranjero para que surtan sus efectos en el país.
- Los documentos públicos y privados cuya finalidad sea la comprobación del pago con bienes o sumas de dinero (por ejemplo dividendos).
- Los comprobantes por pagos de premios, rifas y sorteos practicados por entidades privadas.
- Los recibos o comprobantes de pago por retiro de fondos de las empresas para gastos personales de sus propietarios o por viáticos no comprobables” (9:9-10).

La tarifa del impuesto es del 3% aplicada al valor de los actos o contratos afectos, a la vez la ley establece tarifas específicas para los documentos que se indican en el artículo 5.

1.6.5 Ley del Impuesto Único sobre Inmueble y sus Reformas (Decreto 15-98)

Conforme el artículo 1 y 3 de la ley, “este impuesto recae sobre el valor de los bienes inmuebles rurales y urbanos, integrando los mismos el terreno, las estructuras, construcciones, instalaciones adheridas al inmueble y sus mejoras, así como los cultivos permanentes, situados en el territorio de la República” (12:318, 319).

Conforme el artículo 11 y 21 de la ley, la liquidación del impuesto se realiza por trimestres vencidos, cuando el valor del inmueble sea

Cuadro No. 4: Tarifa del impuesto del Inmueble

De	Hasta	Tarifa
-	2,000.00	Exento
2,000.01	20,000.00	2 x millar
20,000.01	70,000.00	6 x millar
70,000.01	en adelante	9 x millar

Fuente: propia de la investigación

1.6.6 Ley Orgánica del IGSS y sus Reformas (Decreto 295)

“Todos los habitantes de Guatemala que sean parte activa del proceso de producción de artículos o servicios, están obligados a contribuir al sostenimiento del régimen de Seguridad social en proporción a sus ingresos y tienen el derecho de recibir beneficios para sí mismo o para sus familiares que dependan económicamente de ellos, en la extensión y calidad de dichos beneficios que sean compatibles con el mínimo de protección que el interés y la estabilidad sociales requieran que se les otorgue”. (6:2)

1.6.7 Ley del Impuesto del Valor Agregado y sus Reformas (Decreto 27-92)

Se considera como contribuyentes toda persona individual o jurídica que realice en el territorio nacional, en forma habitual o periódica, actos gravados según lo establecido en esta ley.

Este impuesto es generado por la venta o permuta de bienes muebles, prestaciones de servicios en el territorio nacional, importaciones, arrendamiento de bienes muebles e inmuebles, venta de bienes muebles, entre otros que indica el artículo 3 de la ley.

“En venta de bienes muebles, facturas, notas de débito y notas de crédito, deberán ser emitidas y proporcionadas al adquirente o comprador, en el momento de la entrega real de los bienes, en el caso de la prestación de servicios, deberán ser emitidas en el mismo momento en que se reciba la remuneración” (8:40)

1.6.8 Ley Orgánica del INGUAT y sus Reformas (Decreto 1701)

De acuerdo con el artículo 21 literal “b” de la ley, este impuesto “recae sobre el hospedaje, excluida alimentación y otros servicios y se aplicará al usuario. Debe ser cobrado en los hoteles, moteles, campamentos, pensiones y demás centros establecidos” (13:3)

Este impuesto “debe liquidarse y pagarse mensualmente aplicando una tarifa del 10%” de acuerdo con el reglamento del Instituto Guatemalteco de Turismo. (13:4)

Artículo 23. “Se concede a los hoteles los siguientes beneficios:

- a. Exención de toda clase de impuestos, tasas y contribuciones fiscales y municipales, que puedan recaer sobre sus bienes muebles o inmuebles, rentas o ingresos de toda índole y procedencia;
- b. Exención de toda clase de derechos, tasas, impuestos, contribuciones y recargos sobre la importación de bienes de capital y artículos de cualquier índole, destinados al cumplimiento de sus fines. Los hoteles no podrá hacer uso de este beneficio, cuando pueda obtener productos nacionales en iguales condiciones de calidad y apariencia que los extranjeros;
- c. Exención de impuestos del papel sellado y timbres para los actos jurídicos o legales que ejecute o celebre;

- d. Franquicia postal y telegráfica dentro del territorio nacional;
- e. Exoneración de los requisitos de licitación pública y privada, para la contratación de publicidad en periódicos y revistas extranjeros; estaciones de radio y de televisión. Los pagos se harán de acuerdo con las tarifas establecidas por dichas empresas y se deberá comprobar con la factura y el contrato respectivos, y en el caso de propaganda impresa, además con el recorte del anuncio. La inversión será consultada previamente a las Comisiones de Hacienda y Promoción Turística del Consejo y se notificará a la Contraloría General de Cuentas; y
- f. El Hotel podrá utilizar, con apego a las leyes sobre la materia, los bienes nacionales de uso público, sin pago de indemnización, tasas o contribuciones. Asimismo, cuando no logre adquirir por contratación directa con los propietarios o poseedores, los terrenos que le sean necesarios para el cumplimiento de sus fines, podrá hacerlo mediante el procedimiento de expropiación". (13:07)

1.6.9 Reglamento para el Establecimiento de Hospedaje (Acuerdo 1144-83)

De acuerdo con el artículo 3, donde se clasifican los hoteles y sus derivados, como también de las sanciones que puede incurrir dicho negocio, si no cumple con todos los requisitos que la norma indica.

CAPÍTULO II

INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Definición de la información financiera

“La información financiera es información que produce la contabilidad indispensable para la administración y el desarrollo de las empresas y por lo tanto es procesada y concentrada para uso de la gerencia y personas que trabajan en la empresa” (15.5).

“La información financiera es un recurso muy importante para los individuos y las organizaciones. Se puede considerar como un sistema que proporciona información sobre datos de carácter económico, permitiendo conocer la situación y los cambios en los estados financieros, facilitando planeación financiera y las transacciones de negocios”. (15:1)

“La información financiera, permite la evaluación de los estados contables, generando datos adicionales en relación con la minimización de los riesgos y el aumento de los rendimientos”. (15:1)

Actualmente se puede afirmar que: “La información financiera es el Idioma de los Negocios generando y comunicando datos económicos para la oportuna toma de decisiones por parte de los accionistas, acreedores y demás sectores interesados en la situación financiera de la organización. Las organizaciones empresariales utilizan la información financiera como fuente primaria para basar sus decisiones”. (15:1)

La necesidad de esta información hace que se produzcan los estados financieros. La cual se ha convertido en un conjunto integrado de estados financieros, de las cuales van a expresar la situación financiera, resultado de operaciones y cambios en la situación de la entidad.

La importancia de información financiera que será presentada a los usuarios es útil para que formulen conclusiones sobre el desempeño financiero de la entidad. Por medio de esta información y otros elementos de juicio general podrá evaluar el futuro de la entidad y tomar decisiones de carácter económicos sobre la misma.

2.2 Objetivos de la Información Financiera

La información financiera tiene como objetivos fundamentales:

- ✓ Predecir flujos de efectivo.
- ✓ Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
- ✓ Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
- ✓ Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
- ✓ Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
- ✓ Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
- ✓ Ayudar a la conformación de la información estadística nacional, y
- ✓ Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica de un ente represente para la comunidad.

2.3 Características de Información Financiera

Permitirán ofrecer a los usuarios generales de la misma, el disponer de información útil, confiable, oportuno de tal manera que le permita el análisis y se conozcan la capacidad de la entidad para generar utilidades, flujo de efectivo y proporcione elementos de juicio para la toma de decisiones económicas en una entidad.

Cuadro No. 5: Características de la información financiera

Característica	Definición
Utilidad	Adecuarse a las necesidades de los usuarios, es decir que le sirva para sus propósitos

Característica	Definición
Confiabilidad	Contiene en congruencia con las transacciones, transformaciones internas o eventos sucedidos y para que sea confiable debe ser: a) Veraz b) Representativa c) Objetiva d) Verificable e) Información suficiente
Relevancia	Cualidad para influir en la toma de decisiones económicas de los usuarios que la utilizan y para que sea relevante, debe ser: a) Posibilidad de predicción y confirmación b) Importancia relativa
Comprensibilidad	La información que se presenta en los estados financieros debe ser entendida por los usuarios.
Comparabilidad	La información financiera debe ser analizada a partir de la identificación de diferencias y similitud con información de la misma entidad o otras entidades a través del tiempo

Fuente: Elaboración propia con información de NIIF para PYMES sección 2 (2011).

2.4 Definición de los Estados Financieros

“Los estados financieros presentarán razonablemente la situación financiera, el rendimiento financiero y los flujos de efectivo de una entidad. La presentación razonable requiere la representación fidedigna de los efectos de las transacciones, otros sucesos y condiciones, de acuerdo con las definiciones y los criterios de reconocimiento de activos, pasivos, ingresos y gastos” (15:1)

Los reportes necesarios para presentar de forma completa la información de los eventos económicos de una entidad, durante un período determinado, son los estados financieros. Un conjunto completo de estados financieros incluirá todo lo siguiente:

- ✓ Un estado de situación financiera.

- ✓ Un estado de resultado integral, o un estado de resultados separado y un estado del resultado integral separado.
- ✓ Un estado de cambios en el patrimonio.
- ✓ Un estado de flujo de efectivo.
- ✓ Notas que comprenden un resumen de las políticas contables significativas y otra información significativa.

2.5 Clasificación de los Estados Financieros

Atendiendo a su clasificación existen diferentes tipos de estados financieros que son:

a) Estado de situación financiera:

“Su contenido corresponde a un resumen de los recursos económicos, técnicamente denominados activos y de las deudas a favor de terceros y de los propietarios, técnicamente denominados pasivos y patrimonios, respectivamente” (15:35)

Es un estado financiero que muestra la situación financiera (derechos y obligaciones) de una entidad en una fecha específicas, en otras palabras, muestra a la administración información sobre los recursos de operación que tiene a su disposición, sus obligaciones a corto y largo plazo, y el capital aportado por los dueños.

La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para las PYMES- en su sección cuatro, establece que una entidad deberá determinar considerando la naturaleza de sus actividades la distinción entre el activo corriente y no corriente, clasificándose como corriente cuando se espera realizar, consumir o vender en el ciclo normal de operación de la empresa, en un plazo de doce

meses. Todos los demás activos que no cumplan con estas condiciones deben clasificarse como no corrientes.

Un pasivo se clasificará como corriente cuando se espera liquidar en el curso normal de operaciones de la empresa o bien debe liquidarse dentro del período de doce meses desde la fecha del balance; los pasivos que no cumplan con esta condición deberán clasificarse como no corrientes.

b) Estado del resultado integral o estado de resultado:

Es un estado financiero que muestra los resultados económicos obtenidos por una empresa durante un ejercicio determinado que puede ser de un año o menos, dentro de su contenido se incluyen los ingresos y gastos normales del giro de la entidad, los ingresos y gastos financieros, y aquellos ingresos y gastos no recurrentes y extraordinarios.

Este estado determina el resultado de las operaciones de la empresa que reporta rendimiento financiero (cuando el resultado es positivo se llama ganancia y cuando el resultado es negativo se le llama pérdida). Este documento es un estado financiero dinámico por referirse a un período de tiempo determinado que por lo general es de un año.

El estado de resultados cuenta con dos formas de desglose de gastos. La primera forma de desglose es el método de la naturaleza de los gastos, el cual consiste en agrupar los gastos de acuerdo con su naturaleza (por ejemplo depreciaciones, compras de materiales, costos de transportes, beneficios a los empleados y costos de publicidad) y no se redistribuyen de acuerdo con las diferentes funciones que se desarrollan en la entidad.

La segunda forma de desglose es el método de la función de los gastos, conocida también como método del costo de ventas. "En este método los

gastos se clasifican de acuerdo con su función como parte del costo de las ventas, o como partes de los gastos de administración.” (16:37)

Según lo establecido en la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para las PYMES- en su sección cinco, una entidad deberá presentar su resultado integral total para un período de tiempo determinado, para el efecto, podrá utilizar cualquier de las siguientes formas:

- ✓ “Es un único estado del resultado integral, en cuyo caso el estado del resultado integral presentará todas las partidas de ingreso y gastos reconocidas en el período, o
- ✓ En dos estados (un estado de resultados y un estado de resultado integral), en cuyo caso el estado de resultados presentará todas las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el período excepto las que estén reconocidas en el resultado integral total fuera del resultado, tal y como permite o requiere esta NIIF.” (15:35)

c) Estado de cambios en el patrimonio y estado de resultado y ganancias acumuladas

Tiene como propósito principal suministrar información acerca de la ganancia obtenida y la distribución de los dividendos durante un período de tiempo determinado. Además muestra los saldos iniciales, finales, así como los movimientos deudor y acreedor de las cuentas de utilidades retenidas de una empresa.

“El estado de resultados y ganancias acumuladas presenta los resultados y los cambios en las ganancias acumuladas de una entidad para un período sobre el que se informe.” (15:38)

“El estado de cambio en el patrimonio presenta el resultado del período sobre el que se informe de una entidad, las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el otro resultado integral para el período, los efectos de los cambios en políticas contables y las correcciones de errores reconocidas en el período, y los importes de las inversiones hechas, y los dividendos y otras distribuciones recibidas, durante el período por los inversores en patrimonio.” (15:39)

La entidad podrá presentar un estado de resultados y ganancias acumuladas, en lugar de un estado del resultado integral y un estado de cambios en el patrimonio, si los únicos cambios en su patrimonio durante los períodos en los que se presentan los estados financieros surgen del resultado, pago de dividendos, correcciones de errores de los períodos anteriores y cambios de políticas contables.

“Una entidad presentará, ya sea en el estado de cambio en el patrimonio o en las notas, el importe de los dividendos reconocidos como distribuciones a los propietarios durante el período, y el importe de dividendos por acción correspondientes.” (14:15)

d) Estado de flujo de efectivo

Es un estado financiero que tiene dos propósitos principales, el primero es proporcionar información acerca de los ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una entidad durante un período contable. El segundo consiste en suministrar información acerca de los cambios ocurridos en la situación financiera de una empresa, los cuales se establecen al comparar el balance general del ejercicio anterior con el balance general del presente.

Además proporciona información acerca de todas las actividades de operación, inversión y financiamiento de la entidad durante un período determinado que por lo general es de un año.

“Las actividades de operación son las actividades que constituyen la principal fuente de ingreso de actividades ordinarias de la entidad.” (15:40) Son ejemplos de flujo de efectivo por actividades de operación los cobros efectuados por la venta de bienes y/o prestaciones de servicios, pagos a proveedores, pagos a los empleados, entre otros.

Las actividades de inversión son las provenientes de las adquisición y venta de activo a largo plazo, y otras inversiones no incluidas como equivalentes al efectivo; dentro de estas actividades se encuentran los pagos por la adquisición de propiedades, plantas y equipo, cobros por ventas de propiedades, planta y equipo, activos intangibles, entre otros establecidos en la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para las PYMES- en su sección número siete.

“Las actividades de financiación son las actividades que dan lugar a cambios en el tamaño y composición de los capitales aportados y de los préstamos tomados de una entidad.” (5:42) Dentro de las actividades de financiación se encuentran los cobros procedentes de la emisión de acciones, pagos a los propietarios por adquirir acciones de la entidad, cobros procedentes de la emisión de obligaciones.

“La entidad debe informar acerca de los flujos de efectivo de las operaciones usando uno de los dos siguientes métodos:

- ✓ Método directo: Presenta por separado las principales categorías de cobro y pagos en términos brutos; o

- ✓ Método indirecto: El cual comienza presentando la ganancia o pérdida en términos netos, cifra que se corrige luego por los efectos de las transacciones no monetarias, por todo tipo de partidas de pago diferido y acumulaciones (o devengos) que son las causas de cobros y pagos en el pasado o en el futuro, así como de las partidas de pérdidas o ganancias asociadas con flujos de efectivo de operaciones clasificadas como de inversión o financiación” (15:03)

e) Notas a los estados financieros

“Las notas contienen información adicional a la presentada en el estado de situación financiera, estado del resultado integral, estado de resultados (si se presenta), estado de resultados y ganancias acumuladas combinado (si se presenta), estados de cambios en el patrimonio y estado de flujo de efectivo. Las notas proporcionan descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas en esos estados e información sobre partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en ellos.” (15:46)

Las notas a los estados financieros, presentarán información sobre las base para la preparación de los estados financieros, y las políticas contables específicas utilizadas; estas notas revelarán la información requerida por la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para las PYMES- que no se presente en otro lugar de los estados financieros; y proporcionarán información adicional que no se presente en ninguno de los estados financieros, pero que es relevante para la comprensión de los mismos.

“Las políticas contables constituyen los principios, bases, reglas y procedimientos específicos adoptados por una entidad al preparar y presentar estados financieros.” (15:54)

Estados financieros proforma o proyectados:

“Este tipo de estados financieros pueden presentar total o parcialmente situaciones o hechos por acaecer, y se preparan con el objeto de presentar en que determinadas situaciones aún no consumadas por la situación financiera de la empresa; es un estado estimado que acompaña frecuentemente al presupuesto”. (21)

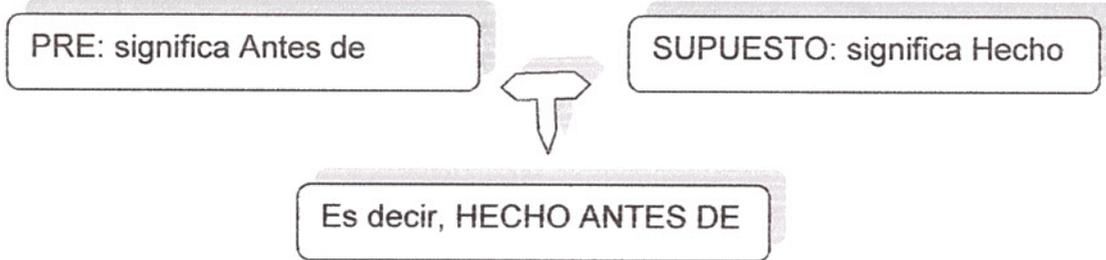
Para la preparación de los estados financieros proyectados se seguirá el siguiente orden:

- ✓ Cálculo y elaboración de las cedula de recuperación de la cartera de crédito.
- ✓ Cálculo y elaboración de los Ingresos Financieros y Gastos Financieros.
- ✓ Ingresos Financieros.
- ✓ Gastos Financieros.
- ✓ Preparación del Estado de Resultado.
- ✓ Preparación del Flujo de Efectivo.
- ✓ Preparación del Estado de Situación Financiera.

CAPÍTULO III PRESUPUESTO

3.1 Definición de Presupuesto

La palabra presupuesto se compone etimológicamente de 2 raíces latinas:



Según Rondon (2001) el presupuesto es una representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones.

Según Burbano (2005) El presupuesto “es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un período determinado”. También dice que el presupuesto “es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un tiempo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.” (2:5)

3.2 Objetivos

Consideración del futuro, para que los planes trazados permitan la obtención de la utilidad máxima, de acuerdo con las condiciones que se presenten.

Héctor Salas González, plantea una clasificación de los principios del presupuesto de la siguiente forma:

Cuadro No. 6: Clasificación de los objetivos del presupuesto

Grupo	Principios	Concepto
De previsión	Predictibilidad	Recalcan la importancia del estudio anticipado de las cosas y de las posibilidades de lograr las metas propuestas
	Determinación cuantitativa.	
	Objetivo	
De planeación	Precisión	Indican el cambio para lograr los objetivos deseados
	Costeabilidad	
	Flexibilidad	
	Unidad	
	Confianza	
	Participación	
	Oportunidad	
	Contabilidad por área de responsabilidad	
De organización	Orden	Denotan la importancia de las definición de las actividades humanas
	Comunicación	
De dirección	Autoridad	Indican el modo de conducir las actuaciones del individuo hacia el logro de los objetivos deseados
	Coordinación	
De control	Reconocimiento.	Permiten comparaciones entre los objetivos y los logros de los distintos departamentos
	Excepción.	
	Normas	
	Conciencia de costos	

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación de campo efectuado en el año 2013

3.3 Etapas del Presupuesto

Los presupuestos tienen varias etapas que son de mucha ayuda para realizar el presupuesto, ya que paso a paso van realizando el presupuesto

Cuadro No. 7: Etapas del presupuesto

Etapa	Actividades	
Pre- iniciación	1	Políticas y directivas.
	2	Análisis de factores sociales, culturales, demográficos, políticos y económicos que incidan en el país y que afecten al sector y a la empresa
	3	Análisis del sector.
	4	Identificación de Amenazas y oportunidades.
	5	Análisis del comportamiento de la empresa e identificación de las fortalezas y debilidades de cada una de las áreas funcionales
	6	Definición de la misión y la visión del negocio.
	7	Fijación de los objetivos a corto y mediano plazo.
	8	Divulgación de los objetivos propuestos.
	9	Definición de estrategias, políticas y normas.
	10	Elaboración de los planes operativos por departamentos en base a sus metas y perspectivas
	11	Revisión de los planes operativos.
	12	Divulgación entre el personal de la empresa.
Elaboración	1	Preparación de los programas operativos ventas, producción, personal, finanzas, costos y gastos
	2	Preparación de los programas financieros efectivo, inversiones, financiamiento
	3	Conversión de los programas a presupuesto cálculos rutinarios
	4	Preparación del informe para la gerencia
	5	Revisión de informes, análisis, conveniencia e implicaciones en los objetivos, metas y desde el punto de vista financiero
	6	Ajustes para mejorar los resultados previstos
	7	Aprobación final y publicación
Ejecución	1	Presentación de metas específicas por periodos quincenales o mensuales
	2	Asignación de recursos, puesta en marcha y vigilancia por cada jefe de departamento
	3	Informes de ejecución.
Control	1	Definición de la técnica a seguir para identificar problemas y variaciones
	2	Presentación de informes parciales de ejecución.
	3	Comparación de lo real con lo presupuestado.
	4	Análisis y explicación de variaciones.

Etapa	Actividades	
	5	Implementación de medidas correctivas o la modificación del presupuesto cuando sea necesario
Evaluación	1	Análisis crítico de los resultados obtenidos.
	2	Elaboración de los informes globales.
	3	Identificación de las causas y efectos.
	4	Capitalización de las experiencias para los próximos periodos presupuestarios

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación de campo efectuado en el año 2013

3.4 Características

Cuadro No. 8: Características

Característica	Fase	Descripción
1. De formulación	Adaptación a la entidad	La formulación de un presupuesto, debe ir en función directa con las características de la empresa, debiendo adaptarse a las finalidades de la misma en todos y cada uno de sus aspectos; esto es, la adopción de un sistema de control presupuestario, no puede hacerse siguiendo un patrón determinado, aplicable a todo tipo de compañías; además el presupuesto no es sólo simple estimación, su implantación requiere del estudio minucioso, sobre bases científicas (en ciertos casos) de las operaciones pasadas de la compañía, en que se desea implantar, del conocimiento de otras empresas similares a ella, y del pronóstico de las operaciones futuras.
	La acción, coordinación y control de funciones	Todos los actos en la vida, aun los más sencillos, antes de realizar, se han estado basados en un plan; para formular un presupuesto debe partir de un plan preconcebido, por otro lado, dicha planeación no resultarían práctica si no se llevará a cabo formalmente, los planes no se realizan en el momento en que se presenta alguna situación favorable, no, debe tener una proyección futura y ser encaminados hacia un objetivo claramente definido; para lograrlo es imprescindible, coordinar y controlar todas las funciones que conducen a alcanzar dicho objetivo.

Característica	Fase	Descripción
2. De presentación	De acuerdo con las normas contables y económicas	Los presupuestos se utilizan como herramientas de la administración (pública o privada) tienen como requisitos de presentación indispensable, ir de acuerdo con las normas contables y económicas y de acuerdo con la estructura contable para efectos de comparación.
3. De aplicación	Elasticidad y criterio	Las constantes fluctuaciones del mercado la fuerte precisión a que actualmente se ven sometidas las organizaciones, debido a la competencia, obligan a los dirigentes a efectuar considerables cambios en sus planes, en plazos relativamente breves, de ahí que sea preciso que los presupuestos sean aplicados con elasticidad y criterio, debiendo estos aceptar cambios en el mismo sentido en que varían las ventas, la producción, las necesidades, el ciclo económico, etcétera.

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación de campo efectuado en el año 2013

3.5 Principios del Presupuesto

Cuadro No. 9: Principios del presupuesto

Principio	Descripción
Programación	a. Contenido: establece que deben estar todos los elementos que permitan la definición y la adopción de los objetivos prioritarios. El grado de aplicación no está dado por ninguno de los extremos, pues no existe un presupuesto que carezca completamente de una base programática, así como tampoco existe uno en el que se hubiese conseguido la total aplicación de la técnica.
	b. Forma: en cuanto a la forma, con él deben explicitarse todo los elementos de la programación, es decir, se deben señalar los objetivos adoptados, las acciones necesarias a efectuarse para lograr esos objetivos; los recursos humanos, materiales y servicios de terceros que demanden esas acciones así como los recursos monetarios necesarios que demanden esos recursos

Principio	Descripción
Integralidad	<p>En la actualidad, la característica esencial del método de presupuesto por programas, está dado por la integralidad en su concepción y en su aplicación en los hechos, el presupuesto no sería realmente programático si no cumple con las condiciones que imponen los cuatro enfoques de la integralidad. Es decir, que el presupuesto debe ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Un instrumento del sistema de planificación; b. El reflejo de una política presupuestaria única; c. Un proceso debidamente vertebrado; y d. Un instrumento en el que debe aparecer todos los elementos de la programación.
Universalidad	<p>Dentro de este postulado se sustenta la necesidad de que aquello que constituye materia del presupuesto debe ser incorporado en él.</p>
Exclusividad	<p>En cierto modo este principio complementa y precisa el postulado de la universalidad, exigiendo que no se incluyan en la ley anual de presupuesto asuntos que no sean inherentes a esta materia. Ambos principios tratan de precisar los límites y preservar la claridad del presupuesto, así como de otros instrumentos jurídicos respetando el ámbito de otras ciencias o técnicas. No obstante, de que en la mayoría de los países existe legislación expresa sobre el principio de exclusividad, en los hechos no siempre se cumplen dichas disposiciones legales.</p>
Acuciosidad	<p>Para el cumplimiento de esta norma es imprescindible la presencia de las siguientes condiciones básicas en las diversas etapas del proceso presupuestario:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Profundidad, sistema y organicidad en la labor técnica, en la toma de decisiones, en la realización de acciones y en la formación y presentación del juicio sobre unas y otras, y b. Sinceridad, honestidad y precisión en la adopción de los objetivos y fijación de los correspondientes medios; en el proceso de su concreción o utilización; y en la evaluación de nivel del cumplimiento de los fines, del grado de racionalidad en la aplicación de los medios y de las causas de posibles desviaciones

Principio	Descripción
Especificación	Este principio se refiere, básicamente, al aspecto financiero del presupuesto y significa que, en materia de ingresos debe señalarse con precisión las fuentes que los originan, y en el caso de las erogaciones, las características de los bienes y servicios que deben adquirirse.
Continuidad	Se podría pensar que al sostener la vigencia del principio de periodicidad se estuviera preconizando verdaderos cortes en el tiempo, de tal suerte que cada presupuesto no tiene relación con los que le antecedieron, ni con los venideros. De ahí que es necesario conjugar la anualidad con la continuidad, por supuesto que con plenos caracteres dinámicos.
Flexibilidad	A través de este principio se sustenta que el presupuesto no adolezca de rigideces que le impidan constituirse en un eficaz instrumento de: Administración y Planificación.
Equilibrio	Este principio se refiere esencialmente al aspecto financiero del presupuesto, aún cuando éste depende en último término de los objetivos que se adopten; de la técnica que se utilice en la combinación de factores para la producción de los bienes y servicios de origen estatal; de las políticas de salarios y de precios y en consecuencia, también del grado de estabilidad de la economía

Fuente: elaboración propia, con base en la investigación de campo efectuado en el año 2013

3.6 Clasificación de los Presupuestos

Es común concretar que existen distintos tipos o denominaciones del presupuesto, en realidad estas diferentes formas de llamarlo, obedecen tan solo a una característica particular del mismo. A continuación se expone una clasificación de acuerdo con sus aspectos sobresalientes:

3.6.1 Por el tipo de empresa

- a) Públicos: Son aquellos que realizan los gobiernos, estados, empresas descentralizadas, para controlar las finanzas de sus diferentes dependencias.
- b) Privados: Son los presupuestos que utilizan las empresas particulares, como instrumento de su administración.

3.6.2 Por su contenido

- a) Principales: Estos presupuestos son una especie de resumen, en el que se presentan los elementos medulares, en todos los presupuestos de la entidad.
- b) Auxiliares: Son los presupuestos que utilizan las empresas particulares, como instrumento de su administración.

3.6.3 Por su forma (fases alternativas que presente)

- a) Fijos: Son los presupuestos que permanecen invariables, durante la vigencia del período presupuestario o en el curso de varios la razonable y exactitud con que se han formulado, obliga a la institución aplicarlos en forma inflexible a sus operaciones tratando de apegarse en lo mejor posible a su contenido. Generalmente acontece en los países comunistas o totalitarios, o para efectos de comparación.
- b) Flexibles: Estos presupuestos consideran anticipadamente, las variaciones que pudiesen ocurrir y permiten cierta elasticidad, por posibles cambios o fluctuaciones propias, lógicas, o necesarias.

Se refieren a los presupuestos que consideran las variaciones que pueden ocurrir en los niveles de producción y operación y por tanto permite que los gastos sean ajustados de acuerdo a los niveles reales de producción. Considera como base el punto en que se aprovecha la capacidad instalada al 100% y presenta resultados posibles a diferentes niveles de capacidad productiva, 50%, 60%, 80%, 90% o 110% y este se aplica únicamente a los costos y gastos.

El objetivo de tener presupuesto flexible es poder hacer comparaciones de gastos presupuestados ajustados a la producción real, con los gastos reales y es preciso identificar la naturaleza de cada gasto para poder aplicar un presupuesto flexible

3.6.4 Por su duración

- a) Cortos: Los que abarcan un año o menos, son los más comunes entre las empresas del país.
- b) Largos: Los que se fórmula por más de un año, usualmente generados por ciertos tipos de operaciones que requieren lapsos mayores.

3.6.5 Por la técnica de valuación

- a) Estimados o empíricos: Son los presupuestos que se formulan sobre bases empíricas; sus cifras numéricas, por ser determinado sobre experiencias anteriores representan tan sólo la probabilidad más o menos razonable, de que efectivamente suceda lo que se ha planeado.
- b) Estándar: Son aquellos que por ser formulados sobre bases científicas o casi científicas, eliminan en un porcentaje muy elevado las posibilidades de error, lo que sus cifras, a diferencia de las anteriores, representan los resultados que se deben obtener.

3.6.6 Por su reflejo en los estados financieros

- a) De posición financiera: Este tipo de presupuestos, muestra la posición estática que tendría la empresa en el futuro, en caso de que se cumplieran las predicciones. Se presenta por medio de lo que se conoce como posición financiera presupuestada.
- b) De resultados: Que muestran las posibles utilidades o pérdidas a obtener en un período futuro.
- c) De costos: Se preparan tomando como base, los principios establecidos en los pronósticos de ventas, y reflejan, a un período futuro, las erogaciones que se hayan de efectuar por costo total o cualquiera de sus partes.

3.6.7 Por las finalidades que pretende

- a) De promoción: Se presenta en forma de proyecto financiero y de expansión; por su elaboración es necesario estimar los ingresos y los egresos que se hayan de efectuar en el período presupuestal.
- b) De aplicación: Normalmente se elaboran para solicitud de créditos. Contribuyen pronósticos generales sobre la distribución de los recursos con que se cuenta, o habrá de contar la empresa, según se proyecta.
- c) De fusión: Se emplea para determinar anticipadamente, las operaciones que hayan de resultar de una conjunción de entidades o compañías filiales.
- d) Por áreas y niveles de responsabilidad: Cuando se desea cuantificar la responsabilidad de los encargados de las áreas y niveles, en que se divide una organización.
- e) Por programas: Este tipo de presupuestos es preparador normalmente, por dependencias gubernamentales, descentralizadas, patronatos, instituciones, etcétera. Sus cifras expresan en el gasto, en relación con los objetivos que se persiguen determinando el costo de las actividades concretas que cada dependencia debe realizar, para llevar a cabo los programas a su cargo.
- f) De base cero: Es aquel que se realiza sin tomar en consideración las experiencias habidas.
- g) Tradicional: Es el clásico y normal que generalmente se utiliza, especialmente en la "iniciativa privada".

3.6.8 Por su grado de avance

- a) Presupuestos parciales: Se elaboran en forma analítica, mostrando las operaciones estimadas por cada departamento. Con base en ellos, se desarrollan.
- b) Presupuestos previos: Son los que contribuyen la fase anterior a la elaboración definitiva, sujetos a estudios.

- c) Presupuesto de Aprobación: La formulación previa está sujeta estudio, lo cual generalmente da lugar a ajustes, de quienes afinan los presupuestos anteriores, para desembocar en el presupuesto.
- d) Presupuesto definitivo: Es aquel que finalmente se va a ejercer, coordinar, y controlar en el periodo del cual se refiere. La experiencia obtenida con este tipo de presupuestos, dará lugar a la elaboración.
- e) Presupuestos maestros: Con estos presupuestos se ahorra tiempo, dinero y esfuerzo, ya que sólo se hacen ajuste en los que tengan variación substancial, deben de ser revisados continuamente.

3.7 Ventajas y Desventajas

El presupuesto trae una serie de ventajas para la organización, por ser una herramienta de planificación.

- a) Determina las políticas fundamentales de la empresa y sus efectos.
- b) Incluye a todas las áreas de la empresa en el análisis y toma de decisiones.
- c) Indica con anticipación las metas y entrega expectativas definidas, las que servirán de escenario de referencia para la acción siguiente.
- d) Forzar a planear las actividades a realizar en relación con los planes y objetivos generales.
- e) Indica, que debe hacerse, quien debe hacerlo, donde se debe hacer, que recursos se deben utilizar, y porque se debe hacer.
- f) Controla el uso de los recursos, para tener el menor desperdicio posible.
- g) Asigna y formaliza las responsabilidades.
- h) Ayuda a la coordinación y cooperación de las personas, de manera que los objetivos de la empresa armonicen con los de sus partes.
- i) Detecta con anticipación las necesidades financieras, para conseguirlos oportunamente y a tiempo.

- j) Permite el control, con el fin de anticipar los cambios y adaptaciones futuras que pudieran necesitarse y no provoque traumas.

Desventajas o más bien limitaciones que se pueden detectar.

- a) Están basados en estimados y su efectividad dependerá del buen criterio utilizado en su elaboración.
- b) Requiere de constante monitoreo para el control de evaluaciones.
- c) Evoluciones y ajustes, Por tratarse de una actividad dinámica, requiere continuas aportaciones según las situaciones que se vayan presentando.
- d) Es una herramienta que para garantizar su éxito, se debe saber de cómo operar el sistema y cuáles son sus objetivos.

3.8 Métodos Analíticos

Se presentan a continuación algunos métodos que son utilizados para realizar el presupuesto:

a) “Método de incremento absoluto

Constituye uno de los métodos más sencillos y prácticos a la hora de realizar proyecciones de ventas en una empresa, dada la versatilidad de cálculo, permite obtener rápidamente un pronóstico bajo, la premisa de que los incrementos anuales en las ventas crecen en función de los promedios de crecimiento de una serie de tiempo.

Procedimiento del método de incremento absoluto:

A partir de las ventas reales de la empresa se calculan los incrementos absolutos anuales los cuales se calculan restando las ventas de un año determinado menos las ventas del año anterior, por ejemplo:

$$\Delta_n = V_n - V_{n-1}$$

- ✓ Una vez que se obtienen todos los incrementos absolutos se procede a promediar los incrementos a través del cálculo de una media aritmética simple, por ejemplo:

$$\bar{X}_\Delta = \frac{\sum_{i=1}^n \Delta_i}{n-1}$$

- ✓ Por último se suma a las ventas reales del último año disponible, promedio de incremento calculado en el procedimiento anterior, da como resultado el pronóstico de ventas para el año siguiente.

c) Método de incremento porcentual

El método de incremento absoluto no tiene la capacidad de poder simular los incrementos porcentuales que sufren las ventas año tras año, por esta razón existe a disposición de los planificadores de ventas, el método de incremento porcentual, el cual toma en consideración los incrementos pero en valores relativos.

Procedimiento del método de incremento porcentual:

A partir de las ventas reales de la empresa se calculan los incrementos porcentuales anuales los cuales se calculan de la siguiente manera:

$$\Delta\%_n = \frac{V_n - V_{n-1}}{V_{n-1}} \times 100$$

- ✓ Una vez que se obtienen todos los incrementos porcentuales se procede a promediar los incrementos a través del cálculo de una media aritmética simple.

$$\bar{X}_{\Delta\%} = \frac{\sum_{i=1}^n \Delta\%_i}{n-1}$$

- ✓ Por último se suma a las ventas reales del último año disponible, el promedio de incremento calculado en el procedimiento anterior, da como resultado el pronóstico de ventas para el año siguiente:

d) Método de opinión gerencial (desviación media y porcentual del pronóstico)

Esta información se puede determinar a través de unas pruebas estadísticas sencillas de dispersión como la desviación media absoluta o la desviación cuadrática, esto va a permitir seleccionar cual es la fuente de información a considerar y a partir de esta se determina el ajuste por desviación del pronóstico

Procedimiento del método de opinión gerencial:

- ✓ A partir de diferentes fuentes de información se calculan las desviaciones de cada fuente en relación con las ventas reales de la empresa.

$$D = |VR - VE|$$

- ✓ Se calculan la desviación media absoluta para cada una de las fuentes de información

$$D_m = \frac{\sum_{i=1}^n |VR - VE|}{n}$$

- ✓ Se elige la fuente que presente la menor desviación media absoluta y se procede a calcular la desviación media del pronóstico para ajustar la estimación de la fuente seleccionada a lo que será el pronóstico de venta de la empresa.

e) Método de participación en el mercado

Se supone la conveniencia de estimar el pronóstico de ventas de la empresa a partir de la estimación de la industria, ya que esta puede inferirse de manera más efectiva a través de los datos globales y el efecto de la dinámica macroeconómica.

A partir de las ventas reales de la industria, se estima el pronóstico de ventas para el año requerido a través del método más representativo que pueda disponerse (Incremento absoluto, Incremento porcentual, promedio móviles ponderados, mínimos cuadrados, entre otros).

Procedimiento del método de participación de mercado:

A partir de las ventas reales de la empresa, se calcula el porcentaje de participación de la empresa en las ventas reales de la industria en cada uno de los años disponibles.

$$\%p = \frac{VR_E}{VR_I} \times 100$$

VR_E = Ventas reales de la empresa

VR_I = Ventas reales de la industria

Se calcula el % de penetración adicional del mercado, tomando como referencia los porcentajes de participación de la empresa

Se suma el porcentaje de penetración adicional y el porcentaje de participación de la empresa del último año, dicha suma, se le aplica a la estimación de la venta de la industria obtenida en el primer inciso, obteniendo de esa manera, el pronóstico de venta de la empresa para el año requerido.

Se realiza la distribución de las ventas en los diferentes sub-periodos utilizados durante el ejercicio económico o parte del mismo.

f) Método de promedios móviles

Es ampliamente utilizado para el análisis de series históricas específicamente las variaciones cíclicas, por lo tanto responde a necesidades de pronóstico de corto plazo, es decir, frecuentemente meses. Algunas de las características más resaltantes son las siguientes:

- ✓ Predomina la demanda más reciente en comparación con las anteriores

- ✓ Se utiliza para calcular el pronóstico de ventas en productos de corto ciclo de vida
- ✓ Entra a operar una “a” llamada constante de aproximación o ponderación que está en función del número de elementos considerados para el pronóstico

Procedimiento del método de promedios móviles:

- ✓ Se determina el número de elementos a considerar en el promedio, los cuales tradicionalmente es de 2, 3, 5, o 7 elementos u observaciones de las ventas reales de la empresa
- ✓ Se determina las ponderaciones de cada uno de las observaciones, en función de la antigüedad de la información, es decir, x % para el mes anterior, x % para dos meses, x % para tres meses y así sucesivamente.
- ✓ Se calcula los promedios móviles en función de los parámetros anteriores
- ✓ Se presenta la información obtenida en el presupuesto de ventas

g) Método de los mínimos cuadrados

El método de ajuste de curvas de tendencias de modelos matemáticos a series reales de valores, es definitivamente, una de las herramientas más importantes para estudiar las secuencias seculares o tendencias de largo plazo de las ventas de una empresa.

El método de estimación de tendencia más utilizado, sin lugar a duda, es el método de mínimo cuadrados, mediante el cual se ajusta un modelo matemático a una serie de datos históricos o pares de valores simulando la tendencia y estableciendo un patrón de estimación lógico

$$\hat{Y} = a + b \cdot X_i$$

$$\hat{y} = a + bx + cx^2$$

h) Método económico – administrativo

Las ventas están definidas por información relacionadas con los factores de cambio de las ventas, se presenta la fórmula de cálculo:

$$PV = [(V \pm F) E] D$$

PV: presupuesto de ventas

V: ventas del año anterior

F: factores específicos de ventas

✓ Factores de ajuste

✓ Factores de cambio

✓ Factores corrientes de crecimiento

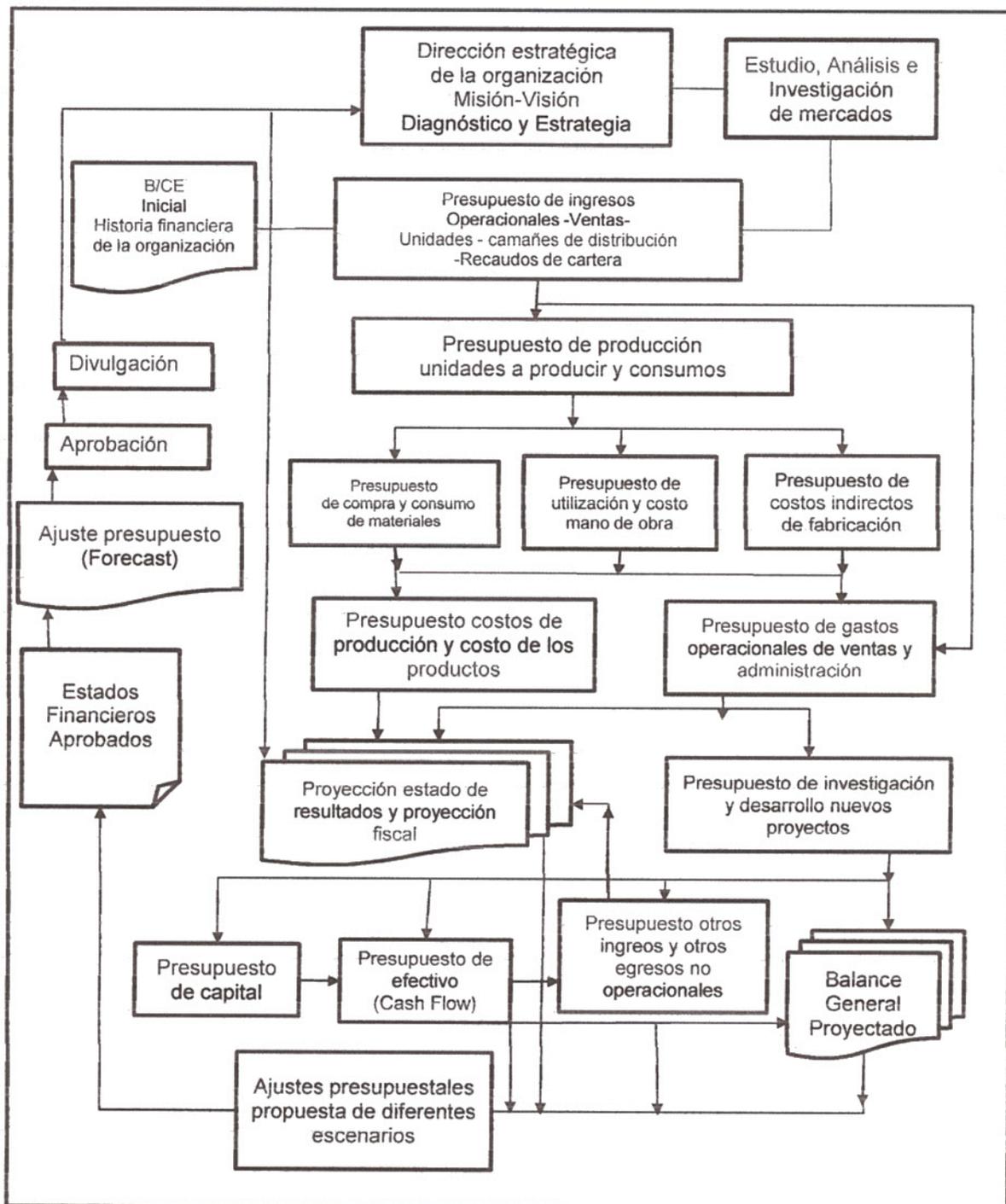
E: Fuerza económicas generales (% estimado de realización de prevista)

D: Influencia administrativa. (% estimada de realización por la administración)." (2:125)

Presupuesto de operaciones

A través de esta gráfica se puede identificar el proceso lógico de cálculo de los diferentes presupuestos de operación en la empresa.

Figura No. 2: Proceso de elaboración del presupuesto de una empresa



Fuente: Burbano J. Presupuesto: enfoque moderno de planeación y control de recursos, página 52

Presupuesto de gastos de operación

Están relacionados principalmente con el presupuesto de ventas, para ello es necesario fijar una relación entre ambas variables de manera de predecir fácilmente los gastos operativos en función de los presupuestos de ventas. Los mayores esfuerzos para elevar las ventas llevan implícitos mayores esfuerzos financieros, de manera de apalancar las ventas hasta los máximos niveles posibles, de la misma forma, cualquier nivel de venta amerita toda una serie de funciones administrativas que sirvan de soportar a todas las necesidades de la empresa.

Es por ello, que todos los gastos administrativos, aunque no son relacionados con el proceso productivo, son realmente necesarios, ya que los recursos de la empresa necesitan ser registrados, clasificados y todas las operaciones de manejo administrativo deben ser ejecutadas por alguien.

3.9 Ejecución del Presupuesto

3.9.1 Control presupuestal

a) Administración del control presupuestal

La responsabilidad de la elaboración del control presupuestal se delega a una persona que habrá de fungir como director de presupuestos, deberá ser quien posea amplios conocimientos de la empresa, necesitará estar compenetrado en los sistemas contables de la entidad así como sus operaciones y problemas de administración.

Cabe aclarar que es sobre el director de presupuestos sobre quien cae la responsabilidad de la elaboración del mismo para poder lograr esto necesitará de la colaboración de todo el personal de la empresa por lo que se forma un comité de presupuestos que están compuesto por los directivos que le siguen al director de presupuestos que son contador,

contralor, director de finanzas, gerente de ventas, gerente de producción. Estos son los que estarán íntimamente ligados con la función de presupuestos. Las principales funciones del director de presupuestos son:

- ✓ Estudiar las variaciones así como su causa
- ✓ Formular el presupuesto general
- ✓ Preparar estados pro forma y presupuestados
- ✓ Coordinar y supervisar los presupuestos parciales
- ✓ Aprobar el diseño de las formas que se utilizan
- ✓ Informar oportunamente a su comité y superiores
- ✓ Aprobar o ajustar las operaciones de los presupuestos
- ✓ Duración del presupuesto: que es de un año o de dos.
- ✓ Mecánica del control presupuestal: sincronización y coordinación de actividades.

CAPÍTULO IV
FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
HOSPEDAJE
(CASO PRÁCTICO)

El siguiente caso práctico pretende ser un modelo para la elaboración del presupuesto flexible aplicado en una empresa de servicio de hospedaje, describiendo y estimando a detalle las etapas y procesos para su elaboración, siguiendo un orden lógico y reflejando mediante cuadros analíticos, que posteriormente constituirán los Estados Financieros proyectados.

La entidad Hospedaje Luna Sol, S. A. de nombre comercial "LUNSOLSA", se dedica exclusivamente al servicio de hospedaje y fue constituida bajo escritura pública No. 3342 de Fecha 13/10/2009, se encuentra clasificado como hotel dos estrellas, cuenta con capacidad de hospedaje de 50 habitaciones, de las cuales están divididas en 30 habitaciones dobles, 20 habitaciones sencillas y 15 camas adicionales que pueden ser incluidas con un costo adicional al precio de la habitación.

4.1 Información presupuestaria

La Gerencia General y el Departamento de finanzas poseen toda la documentación necesaria para la preparación del presupuesto 2014, de la empresa de servicios de hospedaje Luna Sol, S.A. considerando todos los aspectos pasados y futuros que influirán en los resultados del mismo.

Se desarrollará un sistema integral presupuestario, que incluyen a todas las áreas de la entidad, presentando presupuestos auxiliares que muestran las integraciones analíticas de las cuentas de resultado y balance, para finalmente considerar esa información y presentar los presupuestos principales que resumen los resultados esperados.

Planes de ventas

1. Tarifarios

Los tarifarios son elaborados anualmente, por el departamento de gerencia de ventas, donde se determinan las condiciones que pueden afectar a la entidad como la tasa de inflación, los factores de crecimiento e influencias de la administración, estos deben de ser autorizados por el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)

2. Paquetes promocionales

Los paquetes promocionales, son elaborados, por el departamento de ventas, según las metas establecidas por el Gerente General del hotel, los precios de los mismos se determinan con base en la necesidad que establece según las metas.

En los meses de temporadas bajas se diseñaron paquetes promocionales para que el hotel pudiera tener ingresos, como son:

Cuantitativos:

- ✓ En el mes de Agosto combos especiales para los turistas de nacionalidad Salvadoreña a un precio especial de US\$ 60.00 por habitación.
- ✓ La hostadía de cualquier día de la semana de lunes a viernes, se dará un precio especial de US\$ 61.00, solo aplica para los meses de temporada baja.
- ✓ A las empresas que reserven más de dos habitaciones, tendrán un precio especial de US\$ 59.00.
- ✓ Los turistas extranjeros que reserven más de una habitación, tendrán traslado gratis del aeropuerto y viceversa.
- ✓ Precio especial de US\$ 55.00 para las parejas de luna de miel.

Cualitativos:

- ✓ Solicitar el servicio de una página Web para promocionar el hotel por medio de internet.
- ✓ Remodelación de los baños del hotel, cambiar los lavamanos y las duchas.
- ✓ Pintar las habitaciones, para que estén más modernas.

POLÍTICAS

Políticas generales:

- ✓ Todos los huéspedes deben ser correctamente registrados en el área de recepción al momento que ingresan al establecimiento.
- ✓ El derecho de habitación termina a las 1:00 pm, en caso contrario se hará acreedor a un nuevo día.
- ✓ Los objetos olvidados por los huéspedes se conservan en recepción hasta el tercer mes hasta su reclamo, caso contrario el camareras que lo encontró puede quedarse con el objeto olvidado por el huésped.
- ✓ Si el cliente desea prolongar su estadía en el establecimiento debe comunicar con anticipación.
- ✓ Si el huésped tiene algún objeto de valor (joyas, dinero, computadoras personales, boletos.); deberá comunicar al área de recepción.

Políticas de métodos de pago:

- ✓ Los huéspedes deben cancelar el servicio de hospedaje al inicio de su estadía.
- ✓ Hospedaje Luna Sol, S. A., solicita a todos sus clientes como garantía de su reservación un número de tarjeta de crédito, ya que si el cliente no se llegará a presentar en el hotel según la fecha de su reservación, su política de garantía permite hacer el cargo a la tarjeta por una noche de hospedaje más impuesto.
- ✓ Los huéspedes que vienen o se registran al nombre de su empresa se les

concede un descuento y se les factura a su respectiva empresa.

- ✓ Las formas de pago que ofrece el hotel a sus clientes son:
 - Tarjeta de crédito
 - Tarjeta de débito
 - Depósito en efectivo
 - Efectivo
 - Cheques de Caja
 - Cheques corrientes autorizados por el gerente de área
 - Crédito
- ✓ Las agencias de viajes, tiene crédito de 30 días a 60 días.
- ✓ Los pagos con tarjetas de crédito no tienen ningún recargo a la tarjeta.

Políticas de privacidad:

- ✓ El hotel Lunsol se adhiere a los más altos estándares de prácticas éticas en todas las operaciones y se dedica a proteger la privacidad de todos nuestros clientes protegiendo así su información: nombre dirección, correo electrónico y otra información personal que se pueda proveer en las secciones de reservaciones. Así también como las personas que se registran en el hotel y que solicitan dicha política.

Objetivos, finalidad y propósitos de la entidad

Misión:

Dar los altos estándares de calidad y eficiencia dentro de la entidad a todos los turistas tanto locales o extranjeros, como una buena atención en las habitaciones que tiene la empresa, y nos siga eligiendo como la mejor opción.

Visión:

La empresa Hospedaje Luna Sol, S. A., se proyecta como una organización líder e innovadora a nivel nacional en el servicio de hospedaje. Nuestra meta es

alcanzar la satisfacción de todos nuestros clientes, con el compromiso de mejorar continuamente nuestros servicios.

Valores:

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Confianza
- ✓ Seguridad

Objetivo:

El objetivo de la empresa es mantenerse en la preferencia de sus clientes, mediante la superación constante en la calidad y servicio que brinda, manteniéndose a la vanguardia con tecnología de punta y apoyando así al crecimiento del país, como estrategia en la permanencia y crecimiento de la entidad.

Programación

Cada departamento establece su propio calendario de acciones a realizar en función de las acciones previstas en el plan de coordinación entre sí y con las acciones de los otros departamentos, lo que dará lugar a la programación y coordinación general de la empresa.

Controles

Cada departamento deberá establecer su propio sistema de control, para posteriormente seguir el plan que tienen plasmado, esto para comprobar si su aplicación sigue estando justificada o bien deberá modificarse.

El Gerente General, después de evaluar los controles internos de la entidad, los cuales no eran suficientemente adecuados para la toma oportuna de decisiones,

y se realizaba únicamente con la información financiera que le proporcionaba el departamento de contabilidad, se confiaba en ella sin tener medios de evaluación; se le presentó al Consejo para su discusión un informe donde resaltaba la necesidad de poder implementar un presupuesto como herramienta de control.

El Consejo Administrativo analizó el informe y aprobó que se iniciara con la implementación del presupuesto flexible. Las actividades de implementación se iniciaron en el año 2013, de tal manera que se pudiera implementar en el año 2014.

Para dar inicio con la implementación, el Gerente General sostuvo una reunión con todos los jefes de los distintos departamentos, en la cual les dió a conocer la decisión de la implementación de un sistema de presupuestos, indicándoles el trabajo realizado a la fecha.

Posteriormente elaboró la programación de las actividades a realizar, indicando las fechas para su realización, y revisó las clasificaciones contables que incluye el catálogo de cuentas.

Metas específicas para el año 2014:

- a) Incrementar los niveles de ocupación en el área de habitaciones en un 5%
- b) Lograr estabilidad laboral del personal
- c) A partir del año 2014 se realizará un incremento del 5% a los salarios, por lo que se acordó que se podría realizar cada año
- d) En el año 2014 se realizará un incremento del 5% a todos los gastos presupuestados de la entidad.
- e) Evaluar los procedimientos empleados en las áreas de servicio de habitaciones, para poder emplear las acciones correctivas que sean necesarias, esto con el objetivo de aumentar las ventas.
- f) Se dará capacitaciones al área de habitaciones, la cual deberá de ser canalizada por el gerente de dicha área
- g) Se va a crear un departamento de presupuesto, para llevar mejores controles en los diferentes departamentos que tiene la entidad.
- h) Se quedo pendiente de cobro en los siguientes meses:

Meses	Monto
Octubre	Q 22,419.00
Noviembre	Q 17,146.00
Diciembre	Q 5,273.00

4.2 Presupuestos de Ingresos

Se procedió a la elaboración del presupuesto flexible para el departamento de ventas, tomando como base la información financiera (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de los años 2011, 2012 y 2013) que proporcionó el departamento de Contabilidad y los lineamientos fijados por la administración que los incisos anteriores son mencionados.

La información disponible es la siguiente:

Cuadro No. 10
Hotel LUNSOL , S.A.
Estado de Situación Financiera
De los años 2011, 2012, 2013
Expresada en Quetzales

PT	C-10	Fecha
Hecho	SG	10/08/2015
Revisado	AN	12/08/2015

	2011	2012	2013
Activos	68,827,829	65,099,849	61,384,440
Activos no corrientes			
Propiedades, Planta y Equipo			
Terreno	37,174,449	37,198,929	37,235,980
Edificios			
Deprec. Acumulada	15,925,125	14,866,750	13,808,375
Mobiliario y Equipo			
Deprec. Acumulada	3,750,300	3,000,200	2,250,100
Equipo de Cómputo			
Deprec. Acumulada	749,955	599,970	449,985
Vehículo			
Deprec. Acumulada	11,228,000	9,434,000	7,640,000
Valores Negociables	-		
Activos Corriente	731,354	770,667	824,134
Inventarios	110,000	120,500	135,005
Deudores Comerciales	215,457	225,015	238,543
Caja y Banco	405,897	425,152	450,586
Total Activos	69,559,183	65,870,516	62,208,574
	^	^	^
Pasivo y Patrimonio	66,422,745	62,500,633	58,444,770
Capital y Reservas	5,000,000	5,000,000	5,000,000
Capital	949,063	949,063	949,063
Reserva Legal	58,058	124,519	208,288
Ganancias acumuladas	59,312,529	55,164,288	50,695,807
Resultado del período	1,103,096	1,262,763	1,591,612
Pasivo No Corriente	270,000	270,000	270,000
Provisión para Indemnizaciones	270,000	270,000	270,000
Pasivo Corriente	1,763,342	1,837,121	1,902,193
Proveedores	901,524	945,052	965,051
ISR por pagar	147,780	149,582	151,563
IVA por pagar	39,060	40,545	42,515
IGSS por pagar	158,328	159,685	161,250
IUSI por pagar	63,125	64,252	66,758
Impuesto s/hospedaje por pagar	453,525	478,005	515,056
Total Pasivo y Patrimonio	69,559,183	65,870,516	62,208,574
	^	^	^



Cuadro No. 11
Hotel LUNSOL , S.A.
Estado de Resultados
De los años 2011, 2012, 2013
Expresada en Quetzales

PT	C-11	Fecha
Hecho	SG	10/08/2015
Revisado	AN	12/08/2015

Cuentas	2011	2012	2013
Ventas			
Habitaciones	5,481,182	5,832,858	6,416,110
Total	5,481,182	5,832,858	6,416,110
Costo de Ventas	^	^	^
Habitaciones	1,810,085	1,905,353	2,005,635
Total	1,810,085	1,905,353	2,005,635
Ganancia Bruta proyectada	^	^	^
Habitaciones	3,671,097	3,927,505	4,410,475
Total	3,671,097	3,927,505	4,410,475
Gastos de Habitación	^	^	^
Artículos para habitaciones	335,286	315,666	316,956
Aire acondicionado	49,234	35,269	55,563
Energía eléctrica	251,465	265,572	219,568
Agua potable	167,643	177,048	189,193
Mantenimiento de limpieza	419,108	398,765	389,756
Mantenimiento de instalaciones	24,623	26,004	27,788
Mantenimiento de equipo	6,159	6,504	6,950
Televisión por cable	24,623	26,004	27,788
Telefonía	167,643	177,048	150,648
Uniformes para empleadas	52,836	55,800	45,675
	1,498,620	1,483,680	1,429,885
Gastos de Administración	^	^	C-22
Energía eléctrica	17,044	18,000	19,235
Telefonía	28,406	30,000	32,058
Mantenimiento e instalaciones	17,044	18,000	19,235
Papelería	15,365	16,525	17,252
Suscripciones	59,972	63,336	67,681
Impuesto Único s/inmuebles	100,218	105,840	113,101
Depreciación Edificios	71,027	75,012	80,158
Depreciación Mobiliario y Equipo	14,203	15,000	16,029
Depreciación Equipo De Cómputo	84,935	89,700	95,853
Depreciación Vehículos	81,432	86,000	91,900
	489,646	517,413	552,502
Ganancia antes del ISR y Reservas	1,682,831	1,926,412	2,428,088
ISR 31%	521,678	597,188	752,707
Ganancia Neta (Después del ISR)	1,161,153	1,329,224	1,675,381
Reserva Legal 5%	58,058	66,461	83,769
Ganancia Neta	1,103,096	1,262,763	1,591,612
	^	^	^



Cuadro No. 12
Hotel LUNSOL , S.A.
Tarifas autorizadas 2014
Expresada en dólares americanos

PT	C-12	Fecha
Hecho	SG	13/08/2015
Revisado	AN	14/08/2015

Tarifas autorizadas 2014

Para efectos presupuestarios se determinó el promedio de la tarifa por habitación en dólares americanos, de los cuales existen habitaciones dobles y simples, como también de camas adicionales, de la siguiente forma:

Habitaciones	Tarifas autorizadas	Cantidad	Total
Dobles	US\$ 62.00	30	US\$ 1,860.00
Simplees	US\$ 50.00	20	US\$ 1,000.00
Camas	US\$ 20.00	15	US\$ 300.00
Total			US\$ 3,160.00

US\$ 3,160.00 / 50 habitaciones = US\$ 63.20



Se determinó que el promedio del precio de la habitación corresponde a US\$ 63.20 por año.



Cuadro No. 13
Hotel LUNSOL , S.A.
Nivel de ocupación mensual 2014
Expresada en US\$

PT	C-13	Fecha
Hecho	SG	15/08/2015
Revisado	AN	16/08/2015

Nivel de ocupación mensual 2014

Se elaboró para dar un detalle de las temporadas altas y bajas que tiene los hoteles en Guatemala en el año 2014. Se realiza un detalle por mes, día y a qué temporada corresponde.

Mes	Días	Temporada
Enero	31	Alta
Febrero	28	Alta/Media
Marzo	31	Baja
Abril	30	Alta/Baja
Mayo	31	Baja/Alta
Junio	30	Alta
Julio	31	Alta/Baja
Agosto	31	Baja
Septiembre	30	Baja
Octubre	31	Baja
Noviembre	30	Baja/Alta
Diciembre	31	Alta

365

Total



Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión: En los meses de Febrero, Abril, Mayo, Julio, Noviembre del 2014, existen dos temporadas en dichos meses, por las actividades que se realizan en esos meses.



Cuadro No. 14

Método de criterios

Se utilizó el método de criterios, basados en la experiencia y conocimiento que posee el personal de ventas, llegando a estimar el porcentaje (%) de ocupación que tuvo la empresa en dichos años, donde se puede observar el análisis del promedio de la ocupación por temporadas que tuvo el hotel en los años 2011, 2012 y 2013.

Cuadro No. 14

Hotel LUNSOL, S.A.

Análisis del promedio de la ocupación por temporada

De los años 2011, 2012, 2013

Expresada en US\$

PT	C-14	Fecha
Hecho	SG	17/08/2015
Revisado	AN	18/08/2015

Mes	Días	Temporada	Habitaciones	Año 2011			Año 2012			Año 2013		
				% Ocupación	% Habitación *	Ocupación x temporada **	% Ocupación	% Habitación *	Ocupación x temporada **	% Ocupación	% Habitación *	Ocupación x temporada **
Enero	31	A	50	89	45	1,380	91	46	1,411	93	47	1,442
Febrero	28	A/M	50	67	34	938	75	38	1,050	80	40	1,120
Marzo	31	B	50	50	25	775	55	28	853	62	31	961
Abril	30	A/B	50	89	45	1,335	85	43	1,275	90	45	1,350
Mayo	31	B/A	50	75	38	1,163	80	40	1,240	83	42	1,287
Junio	30	A	50	80	40	1,200	75	38	1,125	78	39	1,170
Julio	31	A/B	50	59	30	915	50	25	775	61	31	946
Agosto	31	B	50	37	19	574	50	25	775	53	27	822
Septiembre	30	B	50	50	25	750	45	23	675	60	30	900
Octubre	31	B	50	45	23	698	50	25	775	51	26	791
Noviembre	30	B/A	50	89	45	1,335	90	45	1,350	93	47	1,395
Diciembre	31	A	50	92	46	1,426	89	45	1,380	91	46	1,411
Total	365					12,487			12,683			13,592

Fuente: diseño y elaboración propia

A = Alta

M = Mediana

B = Baja

Forma de calcular:

* habitación X % ocupación = % habitación

** días X % habitación = ocupación x temporada

Conclusión: Es la estimación de ocupación de habitaciones en el hotel de los siguientes años:

Año 2011 (12,487 / 12,683) = 2% de ocupación habitacional $\uparrow\downarrow$

Año 2012 (12,683 / 13,592) = 7% de ocupación habitacional $\uparrow\downarrow$

Año 2013 (13,592 / 14,081) = 3% de ocupación habitacional $\uparrow\downarrow$



Cuadro No. 15

Ventas estimadas para el año 2014

Muestra las ventas estimadas de las habitaciones, donde se elaboró con base los factores externos a considerar para el presupuesto 2014.

Según el informe del gerente administrativo financiero, las proyecciones económicas para el año 2014 (**factores externos**), como sigue:

- ✓ El tipo de cambio se estima en 7.59675 por US \$ 1.00 para el año 2014, según datos del banco de Guatemala (BANGUAT).
- ✓ La tasa de inflación en 3.42 según el BANGUAT para el 2014.
- ✓ Según la publicación del Barómetro OMT del Turismo Mundial, se estima un crecimiento del sector turismo en un 4% con relación del año anterior.
- ✓ Según BANGUAT, el crecimiento de la actividad económica se estima en 3.4%, sobre la base del año 2013.
- ✓ Las tarifas por noche autorizadas por el INGUAT para el hotel son: Sencillas US \$ 50.00, habitaciones dobles US \$ 62.00 y camas adicionales US \$ 20.00, se tiene un promedio del precio por habitación de \$ 63.20
- ✓ Sobre las tarifas autorizadas, debe cobrarse a los huéspedes el 10% Impuesto de Turismo y el 12% de Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Cuadro No. 15
Hotel LUNSOL, S.A.

Pronósticos de ventas de división de habitación
Año 2014
Expresada en US\$

PT	C-15	Fecha
Hecho	SG	19/08/2015
Revisado	AN	20/08/2015

Ciclo (temporada)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ocupación de habitaciones													
Año 2011	1,380	938	775	1,335	1,163	1,200	915	574	750	698	1,335	1,426	12,487
Año 2012	1,411	1,050	853	1,275	1,240	1,125	775	775	675	775	1,350	1,380	12,683
Año 2013	1,442	1,120	961	1,350	1,287	1,170	946	822	900	791	1,395	1,411	13,592
Total	4,232	3,108	2,589	3,960	3,689	3,495	2,635	2,170	2,325	2,263	4,080	4,216	38,761
Base de presupuesto año 2014 (Promedio) ***	1,411	1,036	863	1,320	1,230	1,165	878	723	775	754	1,360	1,405	12,920
(+/-) Factores de Crecimiento													
Tendencia dinámica del mercado													
Estimación de crecimiento de la actividad económica	3.40%	48	35	29	45	42	30	25	26	26	46	48	439
Estimación de crecimiento del sector turismo	4.00%	56	41	35	53	49	47	29	31	30	54	56	517
(+/-) Efecto de las fuerzas económicas generales													
Efecto de inflación (TASA)	3.42%	(48)	(35)	(30)	(45)	(42)	(40)	(30)	(27)	(26)	(47)	(48)	(442)
(+/-) influencia de la administración													
promover el hotel, para cumplir con metas específicas	5.00%	71	52	43	66	61	44	36	39	38	68	70	646
Ventas estimadas para el período 2014	1,537	1,129	940	1,439	1,340	1,270	957	788	845	822	1,482	1,532	14,081

Fuente: diseño y elaboración propia

*** del promedio presupuestal para el año 2014 se determina: (suma(año 2011, 2012, 2013) / 3 = promedio para el año 2014 el promedio) ↓↑

Para determinar los factores de crecimiento, efecto de las fuerzas económicas y influencia de la administración, se determina de la siguiente forma: la base del promedio * factores externos

Conclusión: Se determinó que las ventas estimadas en los meses de Enero, Abril, Mayo, Noviembre y Diciembre 2014, corresponde por las temporadas altas que tiene el hotel



Cuadro No. 16

Ventas estimadas para el área de habitaciones

Es donde se mostrar el presupuesto de las ventas por habitación que tendrá el hotel en el año 2014.

Del cual se utilizaron algunos factores externos que son indispensables para poder determinar el precio de habitación:

- ✓ La tarifa que van a utilizar
- ✓ El promedio del tipo de cambio
- ✓ El Impuesto del Valor Agregado (IVA) del 12%
- ✓ El Impuesto de Hotelería del 10%

Cuadro No. 16
Hotel LUNSOL, S.A.

Presupuesto de ventas de división de habitación
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-16	Fecha
Hecho	SG	21/08/2015
Revisado	AN	23/08/2015

Temporada	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ventas estimadas	1,537	1,129	940	1,439	1,340	1,270	957	788	845	822	1,482	1,532	14,081
Días de la temporada	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	365
Ocupación diaria proyectada	50	40	30	48	43	42	31	25	28	27	49	49	
Tarifa Promedio	\$ 63.20												
Ventas en Dólares *	97,149	71,355	59,428	90,915	84,694	80,240	60,496	49,820	53,378	51,955	93,670	96,793	889,893
Tipo de cambio promedio	7.59675												
Ventas en Quetzales **	738,014	542,065	451,459	690,662	643,397	609,562	459,569	378,469	405,502	394,689	711,591	735,311	6,760,292
Impuesto de Hospedaje	10%	54,207	45,146	69,066	64,340	60,956	45,957	37,847	40,550	39,469	71,159	73,531	676,029
IVA	12%	88,562	65,048	54,175	82,879	77,208	55,148	45,416	48,660	47,363	85,391	88,237	811,235
Total + Impuestos	900,378	661,319	550,780	842,608	784,944	743,665	560,675	461,732	494,713	481,521	868,141	897,079	8,247,556

Fuente: diseño y elaboración propia

* Para determinar las ventas en dólares, se determina de la siguiente forma: ventas estimadas * factores externos)

** Para determinar las ventas en quetzales, se determina de la siguiente forma: ventas estimadas * factores externos)

Conclusión: Se observó el volumen de ventas mensuales de habitaciones, así como el precio unitario por mes, que al multiplicarlos, expresa el valor monetario de las ventas. Adicionalmente se refleja el valor monetario del débito por concepto del Impuesto al Valor Agregado, el cual deberá regularizarse con el crédito fiscal originado de las compras y liquidar la diferencia con el fisco y además del y del Impuesto de Hospedaje



Cuadro No. 17

Recuperación de valores

Para poder determinar los montos de efectivo a recuperarse por concepto de ventas al crédito en el período presupuestado, se consideran dos aspectos fundamentales:

- ✓ Las cuentas por cobrar al inicio del período
- ✓ Las ventas presupuestadas

Las ventas de los meses del año 2013 son: Octubre Q 22,419.00, Noviembre Q 17,146.00, y Diciembre Q 5,273.00. EL plazo de recuperación son: de 30 días para las agencias que tienen créditos para el período presupuestado 2014.

C-18

CUADRO No. 17
Hotel LUNSOL
Presupuesto para determinar las ventas de
hospedaje al contado y crédito
Del 1 de enero al 31 de diciembre 2014
Expresado en Quetzales

PT	C-17	Fecha
Hecho	SG	24/08/2015
Revisado	AN	26/08/2015

Concepto	Habitaciones	Contado *	Crédito *	30 días **	60 días **
		80%	20%	70%	30%
Enero	738,014	590,411	147,603	103,322	44,281
Febrero	542,065	433,652	108,413	75,889	32,524
Marzo	451,459	361,167	90,292	63,204	27,088
Abril	690,662	552,530	138,132	96,693	41,440
Mayo	643,397	514,718	128,679	90,076	38,604
Junio	609,562	487,649	121,912	85,339	36,574
Julio	459,569	367,656	91,914	64,340	27,574
Agosto	378,469	302,775	75,694	52,986	22,708
Septiembre	405,502	324,402	81,100	56,770	24,330
Octubre	394,689	315,751	78,938	55,256	23,681
Noviembre	711,591	569,273	142,318	99,623	42,695
Diciembre	735,311	588,249	147,062	102,944	44,119
Total	6,760,292	5,408,233	1,352,058	946,441	405,618

Fuente: diseño y elaboración propia

Observaciones:

* El 100% de las ventas que realiza la empresa, esta dividido en 80% al contado y 20% al crédito a los clientes

** Del 20% de las ventas al crédito, se divide en un 70% en 30 días y el resto en 60 días que se le da créditos a los clientes.

Del 80% de las ventas al contado, corresponden el 45% de ventas realizados por medio de tarjetas de crédito.

CM

Cuadro No. 18
Hotel LUNSOL, S.A.
Presupuesto de cobranza de las ventas al crédito
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-18	Fecha
Hecho	SG	27/08/2015
Revisado	AN	29/08/2015

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Próximo período
Saldo anterior													
Diciembre 2014	22,419	17,146	5,273										
Enero		103,322	44,281										
Febrero			75,889	32,524									
Marzo				63,204	27,088								
Abril					96,693	41,440							
Mayo						90,076	38,604						
Junio							85,339	36,574					
Julio								64,340	27,574				
Agosto									52,986	22,708			
Septiembre										56,770	24,330		
Octubre											55,256	23,681	
Noviembre												99,623	42,695
Diciembre													147,062
Total	22,419	120,468	125,443	95,728	123,780	131,515	123,942	100,913	80,560	79,478	79,587	123,304	189,758
* Comisión	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Total	448	2,409	2,509	1,915	2,476	2,630	2,479	2,018	1,611	1,590	1,592	1,592	2,466

Fuente: diseño y elaboración propia

Nota: Del crédito que se le da a los clientes que corresponde el 20%, se realiza el cobro del 100% de la deuda cada mes

* Se da un 2% de comisión a la agencias de viajes, por las ventas que realizan al crédito.

Conclusión: Se determinó que la entidad tiene una recuperabilidad del año 2014 de un monto de Q 189,758.00, de la cual existe un monto de Q 44,838.00 que son del período del año 2013



4.3 Presupuestos de Compras

Para determinar las necesidades de suministros para las habitaciones y otros insumos, se debe tomar en consideración las existencias al inicio, el consumo estimado y el inventario final deseado.

Cuadro No. 19

Estimaciones para compras

Se puede observar que la suma entre el consumo presupuestado y el inventario final deseado da como resultado la necesidad total de los suministros, y al restarle las existencias iniciales, se obtiene la cantidad real que se deberá adquirir para satisfacer los requerimientos de las habitaciones. Al multiplicar las cantidades de compra necesarias por el costo unitario, da como resultado la cantidad necesaria de compras expresada en valores monetarios.

De los cuales se deben de tomar en cuenta que los suministros que se deben de comprar son;

shamos,	jabón de tocadador,
toallas de mano,	Toallas de baño,
jabón liquido,	Papel higiénico,
vasos de vidrio,	escobas,
botellas de agua pura,	ceras liquidas,
minihieleras.	Serchas,
bolsas de basura,	libros de actas,
botes de basura,	jabón de lavar,
desinfectantes,	

Cuadro No. 19
Hotel LUNSOL, S.A.
Presupuesto de Compras
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-19	Fecha
Hecho	SG	02/09/2015
Revisado	AN	05/09/2015

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Enero	25,000												25,000
Febrero		15,000											15,000
Marzo			12,000										12,000
Abril				20,000									20,000
Mayo					12,000								12,000
Junio						13,000							13,000
Julio							15,000						15,000
Agosto								15,000					15,000
Septiembre									10,000				10,000
Octubre										15,000			15,000
Noviembre											18,000		18,000
Diciembre												20,000	20,000
Total	25,000	15,000	12,000	20,000	12,000	13,000	15,000	15,000	10,000	15,000	18,000	20,000	190,000

Conclusión: En los meses de Enero (Q 25,000.00), Abril (Q 20,000.00), Noviembre (Q 18,000.00) y Diciembre (Q 20,000.00) del año 2014, es donde van a realizar las compras mas grandes, porque son temporadas altas que tiene el hotel y tiene efectivo para poder sufragar los gastos necesarios para el funcionamiento de la entidad.



4.4 Presupuesto de gastos de operación de la división de habitación

Cuadro No. 20

Planilla de sueldos mensuales

Se detalla la planilla de sueldos mensual que tiene el hotel, en el área de habitaciones, que corresponde al salario base y la bonificación de ley.

Cuadro No. 20

Hotel LUNSOL, S.A.

Planilla de sueldos mensuales

Área de habitaciones

Expresado en Quetzales

PT	C-20	Fecha
Hecho	SG	06/09/2015
Revisado	AN	08/09/2015

Cargo	Cantidad	Días	Salario Base	Bonificación de Ley	Total Salario Base	Total Bonificación de Ley	Total
Gerente de habitaciones	1	30	8,500	250	8,500	250	8,750
Jefe de Recepcionistas	1	30	4,300	250	4,300	250	4,550
Recepcionistas	2	30	3,500	250	7,000	500	7,500
Ama de llaves	1	30	4,300	250	4,300	250	4,550
Camareras	6	30	2,500	250	15,000	1,500	16,500
Bell boys	4	30	2,500	250	10,000	1,000	11,000
Total	15		25,600		49,100	3,750	52,850

Fuente: diseño y elaboración propia

Para determinar:

Cantidad * Salario base = Total salario base

Cantidad * Bonificación de ley = Total bonificación de ley

Total salario base + total bonificación de ley = total

Conclusión: Se muestra un detalle de la planilla de sueldos mensuales que tiene el área de habitaciones, donde se calcula el salario base, las bonificaciones de ley que tienen los empleados y que la entidad cuenta con 15 empleados para esta área por un monto total de Q 52,850.00



Cuadro No. 21

Planilla de sueldos mensuales

Se detalla la planilla de sueldos mensual que tiene el hotel, en el área administrativa, que corresponde al salario base y la bonificación de ley.

Cuadro No. 21
Hotel LUNSOL, S.A.
Planilla de sueldos mensuales
Área Administración
Expresado en Quetzales

PT	C-21	Fecha
Hecho	SG	09/09/2015
Revisado	AN	10/09/2015

Cargo	Cantidad	Días	Salario Base	Bonificación de Ley	Total Salario Base	Total Bonificación de Ley	Total
Gerente General	1	30	18,000	250	18,000	250	18,250
Gerente de Mercadeo y Ventas	1	30	9,000	250	9,000	250	9,250
Contador	1	30	8,000	250	8,000	250	8,250
Auditor Nocturno	2	30	4,500	250	9,000	500	9,500
Asesores de eventos	2	30	4,500	250	9,000	500	9,500
Secretarias	2	30	3,500	250	7,000	500	7,500
Auxiliar Contador	2	30	4,000	250	8,000	500	8,500
Jefe de Almacén	1	30	5,000	250	5,000	250	5,250
Jefe de Mantenimiento	1	30	5,000	250	5,000	250	5,250
Cajero General	2	30	4,500	250	9,000	500	9,500
Ayudante de Almacén	2	30	2,500	250	5,000	500	5,500
Operarios de Mantenimiento	3	30	2,500	250	7,500	750	8,250
Total	20		71,000		99,500	5,000	104,500

Fuente: diseño y elaboración propia

Para determinar:

Cantidad * Salario base = Total salario base

Cantidad * Bonificación de ley = Total bonificación de ley

Total salario base + total bonificación de ley = total

Conclusión: se muestra un detalle de la planilla de sueldos mensuales que tiene el área de administración, que cuenta con 20 empleados que están distribuidos en los diferentes departamentos que tiene el hotel, donde se calcula el salario base, las bonificaciones de ley que tienen los empleados por un monto total de Q 104,500.00.



Cuadro No. 22
Gasto de habitación

Es donde se detalla la proyección de los gastos que incurrieron en el rubro de habitación de los años 2011, 2012 y 2013, los cuales nos van ayudar a poder determinar el monto proyectado para el año 2014.

Cuadro No. 22
HOTEL LUNSOL, S.A.
Gastos de habitación
De los años 2011, 2012 y 2013
Expresado en Quetzales

PT	C-22	Fecha
Hecho	SG	13/09/2015
Revisado	AN	14/09/2015

Cuenta	Año 2011	Año 2012	Año 2013
Artículos para habitaciones	335,286	315,666	316,956
Aire acondicionado	49,234	35,269	55,563
Energía eléctrica	251,465	265,572	219,568
Agua potable	167,643	177,048	189,193
Mantenimiento de limpieza	419,108	398,765	389,756
Mantenimiento de instalaciones	24,623	26,004	27,788
Mantenimiento de equipo	6,159	6,504	6,950
Televisión por cable	24,623	26,004	27,788
Telefonía	167,643	177,048	150,648
Uniformes para empleadas	52,836	55,800	45,675
Total	1,498,620 <input checked="" type="checkbox"/>	1,483,680 <input checked="" type="checkbox"/>	1,429,885 <input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión: Del gasto de habitación va disminuyendo de los años siguientes:

2011 (1,498,620.00 / 1,483,680.00) = -1% del año 2012, **↑**

2012 (1,483,680.00 / 1,429,885.00) = -4% del año 2013, **↑**

la cual es una ventaja para la entidad, porque ha podido ahorrar en dichos gastos, por lo que se espera en el año 2014 se pueda seguir disminuyendo más el gasto del área de habitaciones que es muy importante para el hotel.

Cuadro No. 23

Gasto de administración

Es donde se detalla la proyección de los gastos del área administrativa que incurrieron en los años 2011, 2012 y 2013, los cuales nos van ayudar a poder determinar el monto proyectado para el año 2014.

Cuadro No. 23
HOTEL LUNSOL, S.A.
Gastos de Administración
De los años 2011, 2012 y 2013
Expresado en Quetzales

PT	C-23	Fecha
Hecho	SG	15/09/2015
Revisado	AN	16/09/2015

Cuenta	Año 2011	Año 2012	Año 2013
Energía eléctrica	17,044	18,000	19,235
Telefonía	28,406	30,000	32,058
Mantenimiento e instalaciones	17,044	18,000	19,235
Papelería	15,365	16,525	17,252
Suscripciones	59,972	63,336	67,681
Total	137,831	145,861	155,461

^
^
^
C-11

Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión:

En el gasto para el área administrativa, existe un aumento de los siguientes años:

2011 (137,831.00 / 145,861.00) = 5% del año 2012; **↑**

2012 (145,861.00 / 155,461.00) = 6% del año 2013, **↑**

se espera seguir teniendo ese porcentaje mínimo en los gastos que son incurridos en la administración.



Cuadro No. 24

Pronóstico mensual de sueldos

Se hace un pronóstico mensual de los salarios de los empleados del área de habitación, donde se está calculando el salario, la bonificación de ley, la cuota laboral y patronal, como también las prestaciones laborales a que tienen derechos los empleados, basados en el incremento del 5% que Gerencia General autorizó.

Cuadro No. 24

HOTEL LUNSOL, S.A.

Pronósticos de sueldos del área de habitaciones (Mensual)

Año 2014

Expresado en Quetzales

PT	C-24	Fecha
Hecho	SG	17/09/2015
Revisado	AN	19/09/2015

Cargo	Cantidad	Días	Salario Base	Salario Base con Incremento 5%	Salario Base Total	Bonificación de Ley	Cuota Laboral IGSS 4.83%	Pago Neto	Cuota Patronal 12.67%	Provisión Laboral 25%	Total
Gerente de habitaciones	1	30	8,500	8,925	8,925	250	431	8,744	1,131	2,231	12,106
Jefe de Recepcionistas	1	30	4,300	4,515	4,515	250	218	4,547	572	1,129	6,248
Recepcionistas	2	30	3,500	3,675	7,350	500	355	7,495	931	1,838	10,264
Ama de llaves	1	30	4,300	4,515	4,515	250	218	4,547	572	1,129	6,248
Camareras	6	30	2,500	2,625	15,750	1,500	761	16,489	1,996	3,938	22,422
Bell boys	4	30	2,500	2,625	10,500	1,000	507	10,993	1,330	2,625	14,948
Total	15		25,600		51,555	3,750	2,490	52,815	6,532	12,889	72,236

Fuente: diseño y elaboración propia

Se determina:

(Salario base * 5%) + Salario base = Salario base con incremento

Salario base con incremento * cantidad = Salario base total

Salario base total + bonificación de ley - Cuota laboral IGSS = Pago neto

Salario base total * 25% = Provisión laboral (8.33% de Indemnización, 8.33% de Bono 14, 8.33% de Aguinaldo)

Salario base total * 12.67% = Cuota Patronal IGSS

Salario base total * 4.83% = Cuota Laboral IGSS

Pagon neto + Cuota patronal IGSS + Provisión laboral = total

Conclusión: Se determinó que la proyección mensual del sueldo del área de habitaciones del año 2014 es de Q 72,236.00.



Cuadro No. 25

Pronóstico mensual de sueldos

De los empleados del área administrativa, donde se está calculando el salario, bonificación de ley, cuota laboral y patronal, y prestaciones que tienen derechos los empleados, basados en el incremento del 5% que Gerencia General quien autorizó.

Cuadro No. 25

HOTEL LUNSOL, S.A.

Pronóstico de sueldos del área de administración (Mensual)

Año 2014

Expresado en Quetzales

PT	C-25	Fecha
Hecho	SG	20/09/2015
Revisado	AN	21/09/2015

Cargo	Cantidad	Días	Salario Base	Salario Base con Incremento 5%	Salario Base Total	Bonificación de Ley	Cuota Laboral IGSS 4.83%	Pago Neto	Cuota Patronal 12.67%	Provisión Laboral 25%	Total
Gerente General	1	30	18,000	18,900	18,900	250	913	18,237	2,395	4,725	45,420
Gerente de Ventas	1	30	9,000	9,450	9,450	250	456	9,244	1,197	2,363	22,960
Contador	1	30	8,000	8,400	8,400	250	406	8,244	1,064	2,100	20,464
Auditor Nocturno	2	30	4,500	4,725	9,450	500	456	9,494	1,197	2,363	23,460
Asesores de eventos	2	30	4,500	4,725	9,450	500	456	9,494	1,197	2,363	23,460
Secretarías	2	30	3,500	3,675	7,350	500	355	7,495	931	1,838	18,469
Auxiliar Contador	2	30	4,000	4,200	8,400	500	406	8,494	1,064	2,100	20,964
Jefe de Almacén	1	30	5,000	5,250	5,250	250	254	5,246	665	1,313	12,978
Jefe de Mantenimiento	1	30	5,000	5,250	5,250	250	254	5,246	665	1,313	12,978
Cajero General	2	30	4,500	4,725	9,450	500	456	9,494	1,197	2,363	23,460
Ayudante de Almacén	2	30	2,500	2,625	5,250	500	254	5,496	665	1,313	13,478
Operarios de Mantenimiento	3	30	2,500	2,625	7,875	750	380	8,245	998	1,969	20,217
Total	20		71,000		104,475	5,000	5,046	104,429	13,237	26,119	258,306

Fuente: diseño y elaboración propia

Se determina:

(Salario base * 5%) + Salario base = Salario base con incremento

Salario base con incremento * cantidad = Salario base total

Salario base total + bonificación de ley - Cuota laboral IGSS = Pago neto

Salario base total * 25% = Provisión laboral (8.33% de Indemnización, 8.33% de Bono 14, 8.33% de Aguinaldo)

Salario base total * 12.67% = Cuota Patronal IGSS

Salario base total * 4.83% = Cuota Laboral IGSS

Pagon neto + Cuota patronal IGSS + Provisión laboral = total

Conclusión: Se determinó que la proyección total mensual del sueldo del área administrativa para el año 2014 es de Q 258,306.00.



Cuadro No. 26

Proyección de Gastos de habitación

Se hace el detalle del gasto del área de habitaciones, donde se va a poder determinar la proyección para el año 2014, donde se realiza el incremento del 5% anual en el año 2014.

Los artículos para habitaciones, son: shampoo, toallas de mano, de tocador, jabón de olor, jabón líquido para manos, botellitas de agua pura, papel higiénico.

Cuadro No. 26
HOTEL LUNSOL, S.A.
Proyección del gastos del área
de habitación (anual)
Año 2014
Expresado en Quetzales

PT	C-26	Fecha
Hecho	SG	22/09/2015
Revisado	AN	23/09/2015

Cuenta	Año 2013	Proyección Crecimiento	Año 2014 proyectado
Artículos para habitaciones	316,956	5%	↓↑ 332,804
Aire acondicionado	55,563	5%	58,341
Energía eléctrica	219,568	5%	230,546
Agua potable	189,193	5%	198,653
Mantenimiento de limpieza	389,756	5%	409,244
Mantenimiento de instalaciones	27,788	5%	29,177
Mantenimiento de equipo	6,950	5%	7,298
Televisión por cable	27,788	5%	29,177
Telefonía	150,648	5%	158,180
Uniformes para empleadas	45,675	5%	47,959
Total	1,429,885		1,501,379

Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión: De la proyección del gasto del área de habitaciones, se realizó conforme al gasto del año del 2013 y se realizó el incremento del 5% que autorizó Gerencia General, dando como resultado por un monto de Q 1,501,379.00

Cuadro No. 27

Proyección del Gasto de Administración

Se proyectó los gastos anuales del área administrativa para el año 2014.

Las depreciaciones que se tienen este rubro, se va a realizar conforme lo que establece la ley de las siguientes depreciaciones:

Depreciación de Edificios	5%
Depreciación de Mobiliario y Equipo	20%
Depreciación de Vehículos	20%
Depreciación de Equipo de Computo	33.33%

Como también se hizo un estimado del mantenimiento e instalaciones, del edificio donde está ubicado el hotel, del cual realizó varias remodelaciones a las habitaciones, puertas y ventanas que están deterioradas.

Cuadro No. 27
HOTEL LUNSOL, S.A.
Proyección del gastos del área
administrativa (anual)
Año 2014
Expresado en Quetzales

PT	C-27	Fecha
Hecho	SG	24/09/2015
Revisado	AN	25/09/2015

Cuenta	Año 2013	Proyección Crecimiento	Año 2014 proyectado
Energía eléctrica	19,235	5%	20,197
Telefonía	32,058	5%	33,661
Mantenimiento e instalaciones	19,235	5%	20,197
Papelería	17,252	5%	18,115
Suscripciones	67,681	5%	71,065
Total	155,461		163,234

^ C-23 C-29 ^

Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión: El monto que se tiene proyectado para el año 2014 es de Q 163,234.00, que son todos los gastos del área administrativa.

Cuadro No. 28

Presupuesto de gastos

Muestran los presupuestos de los gastos que incurrió la entidad en las áreas de habitación y administración, es donde se proyecta el presupuesto anual de la entidad, y están referenciados con los cuadros anteriores donde se determinó la información

Nota: Para determinar los montos de salarios, bonificaciones, cuota patronal, provisión de prestaciones laborales, y los gastos de consumo, se realizó de la siguiente forma: se multiplico los días por el monto del promedio del salario, para que diera el monto mensual de cada rubro antes indicado

Cuadro No. 28
Hotel LUNSOL, S.A.

Presupuesto de gastos del área de habitación y administrativo

Año 2014

Expresada en Quetzales

PT	C-28	Fecha
Hecho	SG	26/09/2015
Revisado	AN	28/09/2015

Temporada	Promedios o %	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
días temporadas		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Salarios	1718.5	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	618,660
Bonificación	125	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	45,000
Cuota patronal	12.67%	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	6,532	78,384
Provisión prestación lab.	25%	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	154,665
SubTotal		74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	74,726	896,770
Consumo de materiales y suministros de habitaciones	4,170	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	125,115	1,501,375
Total de habitaciones		199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	2,398,088
días temporadas		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Salarios	3482.5	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	1,253,700
Bonificación	166.66667	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Cuota patronal	12.67%	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	13,237	156,844
Provisión prestación lab.	25%	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	313,425
SubTotal		148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	148,831	1,785,969
Consumo de materiales y administración	453	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	13,603	163,234
Total de Administración		162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	1,949,203
Total		362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	362,274	4,347,291

Fuente: diseño y elaboración propia

Conclusión: La proyección de gastos anual de las áreas de habitación por un monto de Q 2,398,088.00 y de administración es de Q 1,949,203.00, que es por un monto total de gastos proyectados de Q 4,347,291.00



Cuadro No. 29
Hotel LUNSOL, S.A.
Estado de Resultado proyectado
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-29	Fecha
Hecho	SG	29/09/2015
Revisado	AN	30/09/2015

4.5 Presupuesto de Flujo de Efectivo proyectado

Cuentas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Saldo Inicial	1,523,651	1,746,870	1,982,476	2,287,840	2,390,320	2,877,305	3,397,018	3,278,149	3,583,692	3,687,495	3,776,685	4,026,110	
Ingresos -contado-	590,411	433,652	361,167	552,530	514,718	487,649	367,656	302,775	324,402	315,751	569,273	588,249	5,408,233
Cobros Clientes	22,419	120,468	125,443	95,728	123,780	131,515	123,942	100,913	80,560	79,478	79,587	123,304	1,207,139
IVA Ventas	70,849	52,038	43,340	66,304	61,766	58,518	44,119	36,333	38,928	37,890	68,313	68,190	646,588
Impuesto de Hospedaje	59,041	43,365	36,117	55,253	51,472	48,765	36,766	30,278	32,440	31,575	56,927	58,825	540,823
Ventas de valores negociables												300,000	300,000
Valores s/inversiones	247,379	92,048	218,614	51,777	230,120	281,897	59,865	293,403	65,758	190,156	75,425	293,403	2,099,845
Total Ingresos	2,513,751	2,488,441	2,767,158	3,119,431	3,372,176	3,865,650	4,029,365	4,041,851	4,125,780	4,342,346	4,626,209	5,458,081	10,202,628
Egresos													
Compras Contado	25,000	15,000	12,000	20,000	12,000	13,000	15,000	15,000	10,000	15,000	18,000	20,000	190,000
Pago a Proveedores	188,000	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	138,718	1,713,886
IVA Compras	3,000	1,800	1,440	2,400	1,440	1,560	1,800	1,800	1,200	1,800	2,160	2,400	22,800
Pago a IVA	147,780	67,849	50,238	41,900	63,904	60,326	56,958	42,319	34,533	37,728	36,090	66,153	705,778
Pago Impuesto de Turismo	63,125	59,041	43,365	36,117	55,253	51,472	48,765	36,766	30,278	32,440	31,575	56,927	545,123
Pago Cuota IGSS	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	19,769	237,228
Pago de ISR e ISO				150,000			150,000				150,000		450,000
Pago de IUSI	116,420			116,420						116,419			465,678
Adquisición de activos													600,000
Pago de dividendos													250,000
Gastos de habitaciones													
Salarios Neto	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	51,555	618,660
Bonificaciones	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	45,000
Provisión prestaciones lab.	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	12,889	154,666
Gastos de administración y ventas													
Salarios Neto	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	104,475	1,253,700
Bonificaciones	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Provisión prestaciones lab.	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	26,119	313,425
Total egresos	766,882	505,965	469,318	729,111	494,871	488,632	751,216	458,158	438,285	565,662	600,100	1,357,754	7,825,953
Saldo Final	1,746,870	1,982,476	2,287,840	2,390,320	2,877,305	3,397,018	3,278,149	3,583,692	3,687,495	3,776,685	4,026,110	4,100,326	4,100,326

Fuente: diseño y elaboración propia



Cuadro No. 30
Hotel LUNSOL, S.A.
Estado de Resultado proyectado
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-30	Fecha
Hecho	SG	01/10/2015
Revisado	AN	03/10/2015

4.6 Estados de Resultado Proyectado

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ventas													
Habitaciones	738,014	542,065	451,459	690,662	643,397	609,562	459,569	378,469	405,502	394,689	711,591	735,311	6,760,292
Total	738,014	542,065	451,459	690,662	643,397	609,562	459,569	378,469	405,502	394,689	711,591	735,311	6,760,292
Costo de Ventas													
Habitaciones	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	2,398,088
Total	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	199,841	2,398,088
Ganancia Bruta proyectada													
Habitaciones	538,174	342,224	251,619	490,821	443,556	409,721	259,729	178,628	205,662	194,848	511,751	535,470	4,362,203
Total	538,174	342,224	251,619	490,821	443,556	409,721	259,729	178,628	205,662	194,848	511,751	535,470	4,362,203
Gastos de Administración y Ventas													
Gastos de Administración y Ventas	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	162,434	4,347,291
Ganancia antes del ISR y Reservas													
Ganancia antes del ISR y Reservas	375,740	179,791	89,185	328,388	281,123	247,287	97,295	16,195	43,228	32,415	349,317	373,037	14,912
ISR 28%													
ISR 28%	105,207	50,341	24,972	91,949	78,714	69,240	27,243	4,534	12,104	9,076	97,809	104,450	675,840
Ganancia Neta (Después del ISR)													
Ganancia Neta (Después del ISR)	270,533	129,449	64,213	236,439	202,408	178,047	70,052	11,660	31,124	23,339	251,508	268,586	1,737,360
Reserva Legal 5%													
Reserva Legal 5%	13,527	6,472	3,211	11,822	10,120	8,902	3,503	583	1,556	1,167	12,575	13,429	86,868
Ganancia Neta													
Ganancia Neta	257,006	122,977	61,003	224,617	192,288	169,145	66,550	11,077	29,568	22,172	238,933	255,157	1,650,492



Cuadro No. 31
Hotel LUNSOL, S.A.
Estado de Situación Financiera proyectado
Año 2014
Expresada en Quetzales

PT	C-31	Fecha
Hecho	SG	04/10/2015
Revisado	AN	05/10/2015

4.7 Estado de Situación Financiera Proyectado

Activos	61,125,178	Pasivo y Patrimonio
Activos no corrientes		Capital y Reservas
Propiedades, Planta y Equipo		Capital
Terreno	36,720,924	Reserva Legal
Edificios	21,167,500	Ganancias acumuladas
Depreciación Acumulada	(9,077,718)	Resultado del periodo
Mobiliario y Equipo	7,750,500	Pasivo No Corriente
Depreciación Acumulada	(2,718,865)	Provisión para Indemnizaciones
Equipo de Cómputo	1,050,000	Pasivo Corriente
Depreciación Acumulada	(352,475)	Proveedores
Vehículo	10,970,000	ISR por pagar
Depreciación Acumulada	(4,384,688)	IVA por pagar
		IGSS por pagar
		IUSI por pagar
Activos Corriente	4,741,208	Impuesto s/hospedaje por pagar
Inventarios	215,715	
Deudores Comerciales	425,167	
Caja y Banco	4,100,326 ^{C-29}	
Total Activos	65,866,386	Total Pasivo y Patrimonio
		65,866,386

Fuente: diseño y elaboración propia



Cuadro No. 32
Hotel LUNSOL , S.A.
Marcas

PT	CM	Fecha
Hecho	SG	04/10/2015
Revisado	AN	05/10/2015

4.8 Marcas

Marcas

Descripción

	=	Suma Vertical
	=	Saldos del 31 de diciembre 2013
	=	Operación Aritmética
	=	Viene del Papel de Trabajo
	=	Va al Papel de Trabajo
	=	Verificado con el Estado Financiero

CONCLUSIONES

1. Se comprobó la hipótesis planteada en la planificación del trabajo de tesis, en cuanto a que la seguridad y la confianza se incrementan en los usuarios de los presupuestos de la entidad, dicha información ha sido examinada por un auditor independiente, dando seguridad y confianza en la información; por su participación en la preparación y presentación del presupuesto flexible que es de mucha importancia para la toma de decisiones para las personas de Junta de Accionistas.
2. Los lineamientos indicados en la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF PARA LAS PYMES-, hace énfasis a los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información que deben de tener los estados financieros para presentarlos a la junta directiva de la empresa.
3. La ausencia de un adecuado sistema presupuestal en un hotel trae como consecuencia el uso irracional de los recursos económicos con que se cuenta, inexistencia de un presupuesto flexible, sobre el cual gire la actividad comercial de la empresa, falta de criterios necesarios para la evaluación del desempeño y medición de los resultados obtenidos, y finalmente disminución de la efectividad de las operaciones.
4. Ejercer un adecuado control presupuestal en una empresa de servicios hoteleros que permita realizar previsiones razonables de las principales transacciones económicas de la empresa, que podrían afectar el funcionamiento positivamente o negativamente en los resultados para la toma de decisiones oportunas por parte de Gerencia General.

RECOMENDACIONES

1. Es importante que el profesional de la Contaduría Pública y Auditoría que se desempeña como asesor independiente, así también, para los estudiantes de dicha profesión comprender lo valioso, que es, que los usuarios del presupuesto flexible depositen su confianza, por lo cual, al momento de formular un presupuesto deben apegar su actuación al interés del cliente.
2. La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades –NIIF para PYMES-, es donde se evalúa el cumplimiento de la preparación y presentación de la información financiera, la que establece los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar, los que desempeñan como contadores generales de las empresas las conozcan y apliquen con propiedad.
3. Se recomienda mejorar y fortalecer la utilización de los presupuestos en el hotel, y evaluar su estructuración y desempeño periódicamente, ya que facilitan la toma de decisiones, además de que estas se basarán en estudios previos y conclusiones razonables y definidas, coadyuvando a la solución de problemas de forma anticipada y evitando riesgos y contingencias que puedan originar pérdidas.
4. Para ejercer un adecuado control presupuestal en la organización, se deben preparar informes de ejecución parcial y acumulativa que incorporen variaciones absolutas y porcentuales entre lo real y lo presupuestado, también se debe analizar y explicar las razones de las desviaciones ocurridas e implementar acciones correctivas o modificar el presupuesto cuando sea necesario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. A. Goxens/M.A. Goxens, Enciclopedia Práctica de la Contabilidad, editado por Océano Grupo Editorial, S. A., España 2006; 832 páginas.
2. Burbano, J, Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos, Quinta edición, Mc Graw Hill Bogotá 2009
3. Centro de documentación e información turística del INGUAT (CEDITUR), Antecedentes históricos del turismo en Guatemala Volumen 1 (Breves narraciones), 5da. Impresión, Guatemala 2010; 120 páginas.
4. Congreso de la República de Guatemala, Código de Comercio, Decreto 2-70 y sus Reformas, Librería Jurídica, Guatemala 2013; 204 páginas.
5. Congreso de la República de Guatemala, Código de Trabajo, Decreto 1441 y sus Reformas. Librería Jurídica, Guatemala 2013; 172 páginas.
6. Congreso de la República de Guatemala, Instituto de Seguridad Social de Guatemala, Decreto 295-46 y sus Reformas. Librería Jurídica, Guatemala 2013; 120 páginas.
7. Congreso de la República de Guatemala, Ley de Actualización Tributaria, Decreto 10-2012 y sus Reformas, publicado Guatemala C. A. enero 2013; 130 páginas.
8. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto al Valor Agregado, Decreto 27-92 y sus Reformas, publicado Guatemala enero 2013; 58 páginas.

9. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto de Timbres fiscales y de papel sellado especial para protocolos, Decreto 37-92 y sus Reformas, publicado Guatemala enero 2013; 88 páginas.
10. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto de Solidaridad, Decreto 73-2008 y sus Reformas, publicado Guatemala enero 2013; 10 páginas.
11. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto sobre Productos Financieros, Decreto 26-95 y sus Reformas, publicado Guatemala septiembre 2013; 202 páginas.
12. Congreso de la República de Guatemala, Ley del Impuesto Único sobre Inmuebles, Decreto 15-98 y sus Reformas, Ediciones Legales Comercio e Industria, Guatemala 2013; 18 páginas.
13. Congreso de la República de Guatemala, Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo, Decreto 1701 y sus Reformas. Impresora Industrial, Guatemala marzo 2013; 16 páginas.
14. Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). "NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD 01: PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS". Traducción: Instituto Mexicano de Contadores Públicos y Auditores, Versión Digital. México, D.F., 2011. Páginas 19
15. Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). "NORMA INTERNACIONAL DE INFORMACIÓN FINANCIERA PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS ENTIDADES –NIIF PARA LAS PYMES-". Traducción: Instituto Mexicano de Contadores Públicos y Auditores, Versión Digital. México, D.F., 2011. Páginas 245

16. Guajardo Cantú, Gerardo y Andrade de Guajardo, Nora E. "Contabilidad Financiera". McGraw Hill Interamericana. Quinta Edición. Santa Fe Bogotá, Colombia, 2008. Páginas 547.
17. Instituto Guatemalteco de Turismo, Guía de Hoteles 2002-2003 Guatemala espíritu maya, junio 2002; 40 páginas. 130
18. Ministerio de Economía, Reglamento para establecimientos de hospedaje, Acuerdo Gubernativo 1144-83, Instituto Guatemalteco de Turismo. Guatemala diciembre 1983; 23 páginas.
19. Sundem, Gary; Horngren, Charles; Elliott, John; Contabilidad Financiera (Tomo I), 13va edición en inglés Financial Accounting, Prentice-Hall Hispanoamericana, S. A., México 2014; 290 páginas.
20. Universidad de San Carlos de Guatemala, La Dirección, Imprenta Castillo, Guatemala 2001; 113 páginas
21. Wallingre, N. y Toyos, M. Diccionario de turismo, hotelería y transportes, 18 edición, Argentina 2001; 834 páginas

Web-grafia

22. <http://atenas-librosyenciclopedias.espacioblog.com/post/2012/10/31/manual-administraci-n-hotelera-hoteler-a-y-turismo-daly>, fecha de consulta 31/10/2013
23. <http://carlosfagilde.wikispaces.com/file/view/Manual+de+Presupuesto+Empresarial.pdf>, fecha de consulta 15-01-2014
24. http://www.datateca.unad.edu.co/contenidos/210103/MODULO_CONTABILIDAD_FINANCIERA_2013/Modulo%20Contabilidad%20Financiera2/lecci

n_1__definicion_de_la_informacin_financiera.html, fecha de consulta 25-02-2014

ANEXO



**SOLICITUD PARA INSCRIPCIÓN Y REGISTRO DE ESTABLECIMIENTOS DE
HOSPEDAJE ANTE EL INSTITUTO GUATEMALTECO DE TURISMO**

Señor:
Director del Instituto Guatemalteco de Turismo

Yo _____ de _____ años de edad,
estado civil _____, de ocupación, profesión u oficio _____
_____, de nacionalidad _____,
identificado (a) DPI No. _____, por el Registro Nacional de las
Personas (RENAP), con número telefónico _____ con domicilio en
_____, con dirección física para recibir notificaciones en
_____ Municipio de
_____ del Departamento de _____, y
dirección electrónica para recibir notificaciones _____,
atentamente comparezco ante usted para:

EXPONER:

PRIMERO: Que actúo en calidad de: propietario, arrendatario, representante legal del establecimiento
de hospedaje denominado _____ ubicado en

Municipio de _____ del
Departamento de _____.

SEGUNDO:

SOLICITO:

- a) Se admita la presente solicitud de inscripción y registro para el trámite respectivo;
- b) Se tenga por presentados los documentos que se adjuntan a la presente y;
- c) Se proceda a la inscripción en los registros correspondientes.

Guatemala, _____ de _____ de _____.

DECLARO Y JURO QUE SON VERDADEROS LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTE FORMULARIO Y DESDE YA ACEPTO COMO BIEN HECHAS Y VALIDAS LAS NOTIFICACIONES FISICAS Y/O ELECTRONICAS QUE EN LAS DIRECCIONES CONSIGNADAS SE ME HAGAN, COMPROMETIENDOME A PONER EN CONOCIMIENTO DEL INGUAT CUALQUIER MODIFICACION DE LAS MISMAS.

Firma del Solicitante



FORMULARIO PARA REGISTRO E INSCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

I. DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
NOMBRE COMERCIAL (según aparece en su Patente de Comercio de empresa)			
¿El establecimiento forma parte de una cadena hotelera? SI, NO. De ser afirmativa su respuesta, indicar la cadena a la que pertenece			
EMPRESA DE PROPIEDAD (MARQUE CON UNA "X" LA QUE CORRESPONDA)			NIT DE EMPRESA
INDIVIDUAL	COPROPIEDAD	SOCIEDAD	
DIRECCIÓN (Según aparece en su Patente de Comercio)			
NÚMERO O NOMBRE DE CALLE O AVENIDA		NÚMERO DE CASA	APTO. O SIMILAR
ZONA		OTROS	
MUNICIPIO		DEPARTAMENTO	
TELÉFONO(S)		FAX	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES
WEBSITE		DIRECCIÓN FÍSICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES	
¿EN EL INMUEBLE ANTERIORMENTE FUNCIONABA OTRA EMPRESA DE HOSPEDAJE? SI, NO. de ser afirmativa la respuesta anterior, indicar el nombre de la empresa que operó en el lugar			
II. DATOS GENERALES DEL PROPIETARIO Y REP. LEGAL DEL ESTABLECIMIENTO			
DATOS DEL PROPIETARIO			
NOMBRE (S)		APELLIDO (S)	N.I.T.
No DFI			
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO		NACIONALIDAD	
ESTADO CIVIL	PROFESIÓN U OFICIO		
DIRECCIÓN FÍSICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES		DIRECCIÓN ELECTRÓNICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES	
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE (S)		APELLIDO(S)	N.I.T.
No DFI			
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO		NACIONALIDAD	
ESTADO CIVIL	PROFESIÓN U OFICIO		
DIRECCIÓN FÍSICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES		DIRECCIÓN ELECTRÓNICA PARA RECIBIR NOTIFICACIONES	

DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ADJUNTAR AL FORMULARIO

- Formulario de Tarifas.
- Formulario de Declaración de Servicios.
- Fotocopia de la **PATENTE DE COMERCIO** de empresa.
- Fotocopia de la constancia de **INSCRIPCIÓN Y MODIFICACIÓN AL REGISTRO TRIBUTARIO UNIFICADO –RTU-, ACTUALIZADO.**
- Fotocopia completa de DPI del propietario (ambos lados)
- Fotocopia de la **LICENCIA SANITARIA** vigente.
- Fotocopia de la **ESCRITURA PÚBLICA** con la cual el propietario acredita la titularidad del inmueble o **CERTIFICACION** extendida por Registro de la Propiedad. De existir parentesco (dentro de los grados de ley) entre el propietario del inmueble y del interesado, deberá adjuntar carta legalizada de autorización emitida a su favor para utilizarlo como hospedaje; así como fotocopia de DPI del propietario del bien inmueble autenticado por notario.
- En los casos que el propietario del establecimiento de hospedaje no sea el dueño del inmueble, debe adjuntar **CONTRATO DE ARRENDAMIENTO**. Si el plazo de arrendamiento es por más de 3 años o se ha anticipado la renta por más de 1 año, debe constar en escritura pública y estar inscrito en el Registro de la Propiedad.
- PLANOS o CROQUIS** (Dibujo) de distribución de ambientes con habitaciones numeradas y debidamente identificadas con nombre comercial del establecimiento, nombre de propietario y dirección.
- Libro para **REGISTRO DE HUÉSPEDES** debidamente foliado. En caso de contar con éste ya autorizado, presentar únicamente fotocopia simple de la primera y última hoja del libro, en donde conste la autorización del mismo.
- Libro para recepción de **FELICITACIONES, QUEJAS Y/O SUGERENCIAS** debidamente foliado. En caso de contar con éste ya autorizado, presentar únicamente fotocopia simple de la primera y última hoja del libro, en donde conste la autorización del mismo.
- FOTOGRAFÍAS:** A colores en papel fotográfico, 1 del frente del establecimiento con rótulo visible (con nombre comercial tal y como registra la patente de comercio de empresa), 1 de la recepción, 1 de un servicio sanitario, 1 de una ducha, 1 del interior de una habitación. Las fotografías deberán presentarse pegadas o impresas en hoja(s) oficio.

En los casos que proceda:

- Fotocopia de la **PATENTE DE COMERCIO DE SOCIEDAD.**
- Fotocopia de la **ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN** de la sociedad, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Fotocopia del **NOMBRAMIENTO DE REPRESENTACIÓN LEGAL** de la sociedad o copropiedad, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Fotocopia del DPI del Representante Legal que consta en el nombramiento respectivo.

✦ No se reciben expedientes incompletos.

✦ El interesado podrá dar inicio a su trámite contra la presentación de: Fotocopia simple de la **PATENTE DE COMERCIO DE EMPRESA Y SOCIEDAD** (Si aplica), **CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN ANTE LA SAT, DPI DEL PROPIETARIO Y/O REPRESENTANTE LEGAL, ACTA DE NOMBRAMIENTO DE REPRESENTANTE LEGAL** (si aplica) **LIBRO PARA REGISTRO DE HUÉSPEDES Y LIBRO PARA FELICITACIONES, QUEJAS Y/O SUGERENCIAS** debidamente foliados.

NOTA: LA AUTORIZACION DEL LIBRO DE CONTROL DE PASAJEROS NO SURTE EFECTOS DE INSCRIPCION EN LOS REGISTROS DEL INGUAT.

✦ Todos los documentos deben coincidir en nombre comercial, dirección y nombre del propietario y/o representante legal (según Patente de Comercio).

✦ Todas las Fotocopias deben presentarse autenticadas por Notario, según Acuerdo No. 349-2002-DI emitido por la Dirección del INGUAT el 31 de octubre de 2002, a excepción de las fotocopias de las primeras y últimas hojas de los libros (en su caso).

DECLARO Y JURO QUE SON VERDADEROS LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTE FORMULARIO Y DESDE YA ACEPTO COMO BIEN HECHAS Y VALIDAS LAS NOTIFICACIONES FISICAS Y/O ELECTRONICAS QUE EN LAS DIRECCIONES CONSIGNADAS SE ME HAGAN, COMPROMETIENDOME A PONER EN CONOCIMIENTO DEL INGUAT CUALQUIER MODIFICACIÓN DE LAS MISMAS.

CALIDAD CON QUE FIRMA:

Propietario

Representante Legal

Arrendatario

Nombre de la Persona que Firma

FIRMA

Guatemala, _____ de _____ de _____



DECLARACIÓN DE SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

NOMBRE COMERCIAL DEL ESTABLECIMIENTO: _____

DIRECCIÓN FÍSICA: _____

DEPARTAMENTO: _____ MUNICIPIO: _____

PROPIETARIO / ARRENDATARIO / REP. LEGAL: _____

(MARQUE UNA "X" DENTRO DE LOS CUADROS QUE CORRESPONDAN A LOS SERVICIOS QUE EL ESTABLECIMIENTO PRESTA)

I SERVICIOS GENERALES								
VESTIBULO	RECEPCIÓN	SANITARIO DE RECEPCIÓN	ALQUILER DE TELÉFONO	SERVICIO DE FAX	SERVICIO DE INTERNET	ACEPTACIÓN DE TARJETAS DE CRÉDITO	CUSTODIA DE VALORES	ACEPTACIÓN DE MONEDA EXTRANJERA
ACEPTACIÓN DE MASCOTAS	TAXIS	AGENCIA DE VIAJES	FARMACIA	ALQUILER DE VEHÍCULOS	SALA DE ESTÉTICA	FLORISTERIA	TIENDA DE RECUERDOS O ARTESANIAS	ELEVADOR
RESTAURANTE	CAFETERIA	BAR	SERVICIO DE ALIMENTACIÓN EN LAS HAB.	LAVANDERIA PARA HUESPEDES	DISPENSADOR DE HIELO	FACILIDADES PARA DISCAPACITADOS	PISCINA CLIMATIZADA	PISCINA NO CLIMATIZADA
JACUZZI	GIMNASIO	SAUNA	DISCOTECA	EMBARCADERO	MARINA	PLAYA	PARQUEO INTERIOR	PARQUEO EXTERIOR
SALÓN DE CONFERENCIAS	SALÓN DE RECEPCIONES	CENTRO DE CONVENCIONES	ÁREAS DE NEGOCIOS	ÁREAS DEPORTIVAS	RENTA DE EQUIPO DEPORTIVO	ÁREAS VERDES PARA RECREO O PÍCNIC	JUEGOS DE SALÓN	MÚSICA AMBIENTAL
OTROS (ESPECIFIQUE)								
II EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS EN LA HABITACIÓN								
AIRE ACONDICIONADO	VENTILADOR	CALEFACCIÓN	CHIMENEA	TELÉFONO	INTERCOMUNICADOR	TELEVISOR	SEÑAL DE T.V. POR CABLE	RADIO
VCR	DVD	MALETERO	CLOSET	TOCADOR	COCINETA	UTENSILIOS PARA COCINA	FRIGO BAR	JACUZZI
OTROS (ESPECIFIQUE)								
III EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS EN EL CUARTO DE BAÑO PRIVADOS								
AGUA CALIENTE	TINA O ARTESA	SECADORA DE CABELLO	TOCADOR	AMENIDADES				
OTROS (ESPECIFIQUE)								
IV DE POSEER HABITACIONES SIN BAÑO PRIVADO, INDICAR LA DISTRIBUCIÓN DE SANITARIOS Y DUCHAS DE USO GENERAL								
CANTIDAD DE DUCHAS PARA CABALLEROS		CANTIDAD DE DUCHAS PARA DAMAS		CANTIDAD DE SANITARIOS PARA CABALLEROS		CANTIDAD DE SANITARIOS PARA DAMAS		
V SEGURIDAD Y PREVENCIÓN								
DETECTORES DE HUMO	EXTINGUIDORES	SISTEMA DE MANGUERAS	ROCIADORES	SAUDAS DE EMERGENCIA	PLAN DE EVACUACIÓN	SEÑALIZACIÓN	PERSONAL CAPACITADO PARA ATENCIÓN DE EMERGENCIAS	
ESCALERAS DE EMERGENCIA	ENFERMERIA	BOTIQUIN	CAJA DE SEGURIDAD	OTROS (ESPECIFIQUE)				
VI FORMAS DE PAGO ACEPTADAS								
EFFECTIVO	CHEQUES PERSONALES	CHEQUES DE CAJA	CHEQUES DE VIAJERO	TARJETAS DE DÉBITO	MASTER CARD	VISA	DINERS CLUB	AMERICAN EXPRESS
CITY BANK	OTROS (ESPECIFIQUE)							