

Facultad de Contaduría y  
Ciencias Administrativas.



*Análisis de la Planeación Estratégica para la  
Instalación de un Negocio  
“Villa Rincón Azul”*

TESIS

Para obtener el título de:

**“CONTADOR PÚBLICO”**

Presenta:

**Nadia Haydeé Barajas Alvarez.**

Asesor:

**M. A. Virginia Hernandez Silva.**

U  
M  
S  
N  
T

*ANÁLISIS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA*

*PARA LA INSTALACIÓN DE UN NEGOCIO*

*“VILLA RINCÓN AZUL”*

## *DEDICATORIA*

Cuando se llega a la meta anhelada, uno voltea la cara al pasado, sintiendo una emoción muy profunda y a veces nostalgia, debido a tantos recuerdos hermosos, que nos hacen pensar no en la satisfacción personal, más bien en todas aquellas; personas especiales en mi vida que me han ayudado durante el camino.

Por medio de estas líneas quisiera dar las gracias a todos los que me han llevado a la realización de mis sueños. Pero desafortunadamente, por serme imposible, solamente enunciare a los más ligados a mi vida:

Mi madre; Graciela Alvarez Toledo, la mas linda de todo el mundo, ya que gracias a ella soy la persona que soy en este momento. Te adoro mami...

A mi padre; Guillermo Barajas Velásquez, por sus sabios consejos.

A mi hermana, Ing. Graciela Barajas Alvarez, ella es mi ejemplo a seguir.

A mi hermano; L.A.E. Ilot Guillermo Barajas Alvarez, por su apoyo en los momentos mas difíciles.

A mis profesores; por su sabiduría y todos los días de enseñanza.

A mi profesor en especial, M.A. Gerardo Alfaro Calderón, por su ayuda incondicional en este proyecto. Muchas Gracias!!

A mis amigos; por tantos momentos preciosos que compartimos juntos, por sus consejos y palabras de aliento.

Y por ultimo sin ser menos importante a mí asesor M.A. Virginia Hernández Silva; por su apoyo y paciencia en este proyecto.

Nadia Haydeé Barajas Alvarez.

*INDICE*

INTRODUCCION

CAPITULO 1

*PLANEACION ESTRATEGICA*

Definición .....	1
1. Metas y Objetivos.....	3
a) Objetivos Generales del Negocio.....	3
2. Definición Misión y Visión del Negocio.....	4
a) Elementos de la declaración de la Misión.....	4
b) La visión contra la misión.....	5
3. Análisis Interno de la Empresa.....	5
a) Definición e Importancia.....	5
b) Elementos de Control Interno.....	6
c) Bases de control Interno.....	6
d) Ingresos que generan los departamentos de alimentos y bebidas.....	10
4. Establecer planes a mediano plazo y anuales.....	15
a) Descripción de Objetivos.....	15
. Objetivos a largo plazo.....	15
. Objetivos Anuales.....	15
. Objetivos generales.....	15
. Objetivos Particulares Departamentales.....	16

CAPITULO 2

*ANALISIS FODA*

Definición.....	17
a) Oportunidades y Amenazas.....	17
b) Fortalezas y Debilidades.....	18
c) Competencia y Debilidades competitivas.....	18

CAPITULO 3

*ORGANIZACIÓN CONTABLE*

1. Información Contable.....	20
2. Sistema de Contabilidad.....	22
3. Catalogo de Cuentas.....	24
4. Manual de Catalogo de Cuentas.....	26

## CAPITULO 4

### *TURISMO*

1. Que es Turismo.....	32
a) Beneficios del Turismo.....	33
b) Festividades en Morelia.....	34
c) Atractivos turísticos de la Cd. de Morelia.....	34
d) Relación de Hoteles.....	36
e) Tipos de Turismo.....	39
f) Turismo cultural.....	41
2. Planes de Turismo en Morelia.....	44
a) Certificación para la calidad Turística.....	45
b) Elevación de los Ingresos por turismo.....	47
c) Para profesionalizar los servicios turísticos, abren espacios SECTUR Y UTM.....	47
d) Combinación de Viajes y Turismo.....	49

## CAPITULO 5

### *TURISMO AL CUAL NOS ENFOCAMOS*

a) Turismo de Negocios.....	50
b) Turismo Religioso.....	51

## CAPITULO 6

### *JUSTIFICACION DE MERCADO*

a) Estadísticas de Turismo de Negocios Y Turismo Religioso.....	52
b) Porque este tipo de establecimiento?.....	56
c) Actividades que realizamos.....	56

## CAPITULO 7

### *ENFOQUE PLANEACION ESTRATEGICA "VILLA RINCON AZUL"*

a) Misión y Visión .....	57
b) Objetivos generales y particulares.....	58
c) Estructura FODA.....	59
d) Estrategias.....	61

## CAPITULO 8

### *MANUAL DE ORGANIZACIÓN*

1. Procesos para la elaboración del Manual.....	66
a) Organigrama.....	67
b) Descripción de puestos.....	68
c) Atribuciones y limitaciones de cada puesto.....	74
d) Descripción de Jerarquías.....	74

CAPITULO 9	
<i>DISEÑO Y UBICACION DE VILLA RINCON AZUL.....</i>	<i>75</i>
<i>CONCLUSIONES.....</i>	<i>78</i>
<i>BIBLIOGRAFIA.....</i>	<i>79</i>

## INTRODUCCION

### *NUESTRA HISTORIA*

Villa Rincón Azul fue edificada a principios del año 2005, ya que era un terreno abandonado en su totalidad; pues en sus toscos muros unicamente se veían pequeñas ventanas enrejadas con barrotes de madera. Ya que difícilmente permitían el paso de la luz a los grandes y oscuros cuartos de la construcción.

Situado a solo media cuadra de la plaza de Armas, una de las principales calles de la Ciudad de Morelia Michoacán México, donde encontrará museos, artesanías, joyas arquitectónicas entre otros atractivos turísticos.

Todo comenzó con la ilusión de poder brindarles a los turistas un lugar con mayor comodidad y sobre todo explotar al máximo las hermosas construcciones antiguas de nuestra ciudad y brindarle a Morelia un mayor panorama de calidez y cultura. El sueño de rescatar este hermoso lugar y hacer de ella "Villa Rincón Azul", después de adquirirla la remodeló, restauró sus elementos mas importantes como son los artesonados de madera, la cantera, la fuente de hierro colado y otros, esta casa ya se distinguía de sus circunvecinas por fabrica de cantera y sus amplios arcos tallados en piedra y otros bajo un diseño especial para hacer un Hotel y Restauran confortable y de primera calidad.

Sus gruesos muros de adobe se desplantan sobre cimientos de piedra que se elevan a 1.20 mts. De altura sobre el nivel de los patios y más de 6 mts. del nivel de la calle hasta la carniza superior. Sus techos actualmente son de vigería y tejamanil y, los dos hermosos balcones que dan a la calle, ofrecen sendos marcos de cantera labrada, tal como corresponde a las modificaciones hechas en el siglo XIX.

Este trabajo se realizó bajo la dirección de su propietaria quien desea ofrecer a sus favorecidos y amigos un verdadero rincón de ensueño; una cocina que satisfaga los exigentes gustos de su clientela y un lugar de esparcimiento, así como un elegante bar donde nuestros distinguidos huéspedes tendrán la oportunidad de tomar un aperitivo en la máxima comodidad. El hotel cuenta también con cuatro suites finamente decoradas y con alta tecnología

Se piensa en que su estancia sea placentera, exclusivamente en el cliente mas exigente y cansado de las grandes multitudes de hoteles que ofrecen un sin número de habitaciones.

Escogí esta Industria por la razón del auge del turismo que esta teniendo en esta región así como la necesidad de conservar e incrementar esta fuente de Ingresos.

Para efectos de desarrollo de mi trabajo mi trabajo lo dividí en 9 Capítulos:

*Planeación Estratégica. Capítulo 1*

Cabe definir como la ciencia que ayuda al negocio a alcanzar sus objetivos y metas, para que llegue a tener éxito de la organización, esta acción señala a cada uno de los departamentos del negocio.

El tipo de Negocio que será la empresa, dadas sus amenazas y oportunidades externas y amenazas y debilidades Internas.

*Análisis FODA. Capítulo 2*

Resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial; para después tener la capacidad de realizar estrategias.

La palabra FODA esta formada por las siglas "Fortalezas y Debilidades, Amenazas y Oportunidades" así explotamos aun mas los recursos exclusivos o las competencias nucleares de la Organización.

*Organización Contable Capítulo 3*

En este capitulo veremos la forma en que podamos contabilizar la actividad de nuestro hotel, tenemos las cuentas de activo, pasivo y capital clásicas así como cuentas extras que nos ayudaran a manejar mejor el negocio

*Turismo. Capítulo 4*

El Turismo en Morelia es majestuoso gracias a la grandeza de su cultura y costumbres a los maravillosos movimientos civiles y religiosos de los siglos XVI al XIX; es un gran placer caminar por las calles ya que nos da la sensación de habitar otros tiempos.

Turistas es el desplazamiento temporal de personas de otros destinos fuera de sus lugares de Residencia.

*Turismo al cual nos enfocamos. Capítulo 5*

Este punto es de máxima importancia ya que nuestros servicios los enfocamos a cierta clase de gente trabajadora, como son turistas de negocios y turistas religiosos, como también de personas que gusten de un servicio excepcional para una estancia agradable.

*Justificación de mercado. Capítulo 6*

Sin duda cabe destacar en este capitulo las estadísticas de turismo que visitan nuestra ciudad y es importante recalcar que el turismo de negocios y religiosos un



numero importante que viene a Morelia sobre todo en temporada baja. En temporadas altas tenemos el honor de contar con toda clase de turistas.

*Enfoque de la Planeación Estratégica “Villa Rincón Azul”. Capítulo 7*

La planeación estratégica en nuestro negocio nos a servicio para llegar a nuestras metas y objetivos anhelados. Ya que tenemos identificado desde nuestro punto de vista la Misión y la Visión del negocio, así como también los objetivos que tenemos a corto y largo plazo; identificamos la matriz FODA para implementar estrategias.

*Manual de Organización. Capítulo 8*

Es un instrumento de trabajo que nos ayuda a reasignar las funciones del personal. Dando responsabilidades como sus limitaciones; como también define las funciones entre puestos y estructura.

*Diseño y ubicación de “Villa Rincón Azul”. Capítulo 9*

Gracias a las planeación estratégica y todos los puntos vistos tenemos el lugar perfecto para abrir nuestro negocio, ya que tenemos los fundamentos necesarios para llegar al éxito.

*Villa Rincón Azul* cuenta con 4 habitaciones de lujo, bar, restaurant, salas de descanso, una de estas con una mesa de villar y un estacionamiento para la tranquilidad del huésped. Su ubicación es en el centro a espaldas de la catedral Moreliana.

## CAPITULO I

### *Planeación Estratégica*

Cabe definir a la administración estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permitan a la organización alcanzar sus objetivos. Esta definición implica que la administración, la mercadotecnia, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas computarizados de información para tener éxito de la organización. El termino Administración estratégica se usa en muchas escuelas superiores y universidades como nombre de un curso culminatorio de la administración de empresas llamado “políticas de empresa”, integra material de todos los cursos sobre negocios.

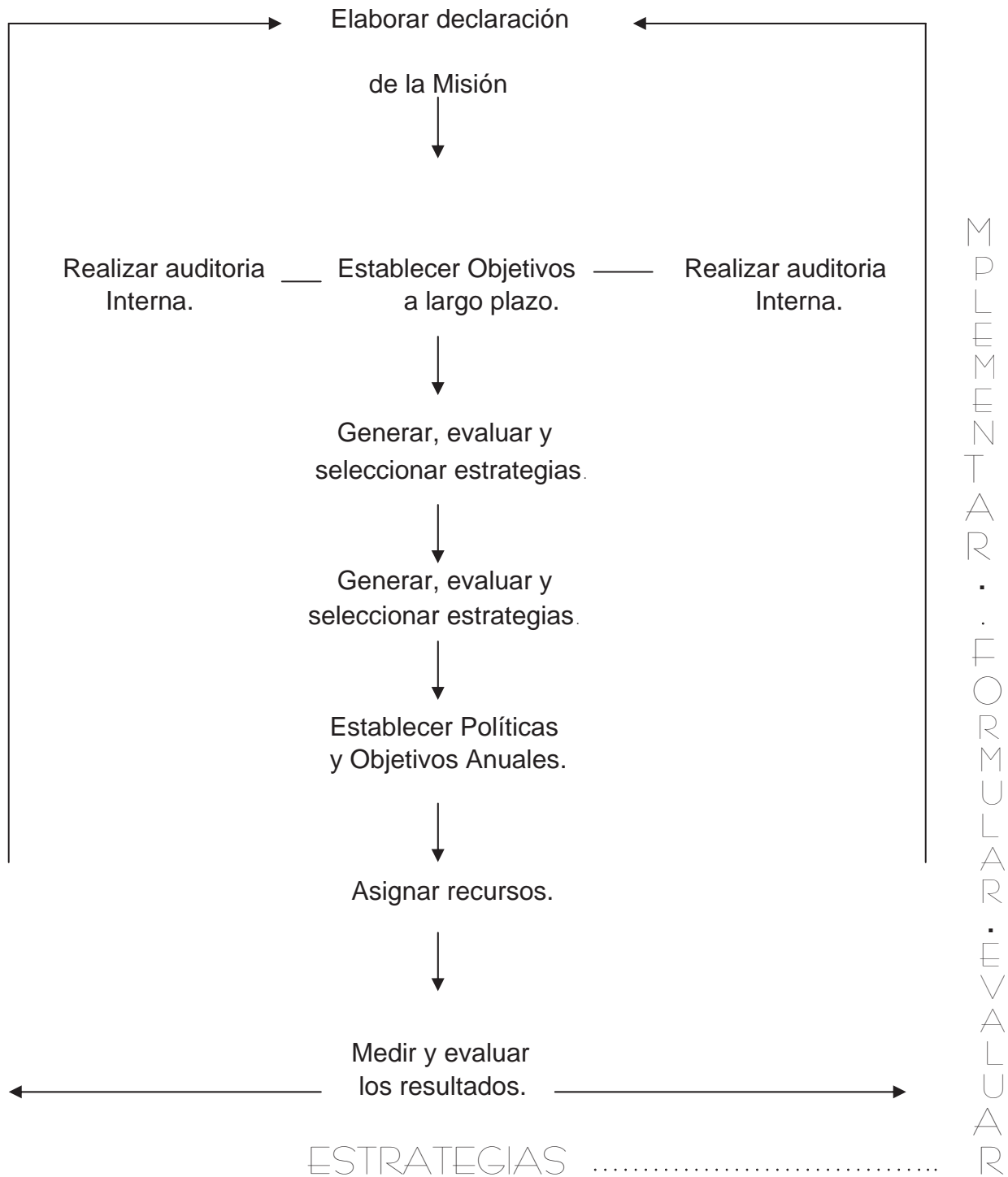
El interés creciente de la planeación estratégica puede explicarse, porque el ambiente se vuelve más dinámico para la mayoría de las organizaciones. Las recesiones económicas, la inflación el incremento en empresas competidoras, hacen que la planeación exacta sea más difícil como paradójicamente más importante. En respuesta a tales circunstancias, durante los últimos años se desarrollan herramientas mejoradas para la planeación estratégica. La administración no podía ignorar la evidencia de que las organizaciones que se usaban bien la planeación estratégica superaban aquellas que no lo hacían.

### **El proceso de la planeación estratégica.**

El proceso de la planeación estratégica esta integrada por las fases siguientes: definición de la misión de la organización, establecimiento de los objetivos, examen del ambiente, elaboración de predicciones, análisis de oportunidades y riesgos, selección de estrategias, instrumentación de estrategias.

Bibliografía: Direccion Estrategica  
Ferry Jonson-Kevan Scholes  
Ed. Prentice Hall  
5 ta Ed.  
Año 2001

Figura. 1.1 Modelo General de la Administración Estratégica.



Bibliografía: Administración Estratégica  
Autor: Fred R. David  
Ed. Pearson Education  
5 ta. Ed. Año 1997

## 1. Metas y Objetivos (Objetivos generales del Negocio)

Los objetivos son METAS. Se refieren a resultados deseados para los individuos, grupos o hasta organizaciones enteras.

Dan dirección a todas las decisiones generales y forman el criterio contra el cual los logros reales pueden ser medidos. Por eso es que son el fundamento de la planeación

### Objetivos reales en comparación con los objetivos Establecidos

Los OBJETIVOS ESTABLECIDOS son manifestaciones oficiales de lo que una organización dice (y lo que crean que los grupos interesados en ella crean) que son sus objetivos. No obstante los objetivos establecidos (que pueden encontrarse en el acta constitutiva de una organización, su informe anual, anuncio de relaciones públicas o en declaraciones de sus gerentes hechas en público) con frecuencia están en conflicto y tiene una influencia excesiva de lo que la sociedad cree de las organizaciones deberían hacer.

El conflicto en las metas establecidas existe que por las organizaciones responden a una amplia gama de públicos. Lamentablemente estos grupos con frecuencia evalúan a la organización mediante criterios distintos.

#### a) *Objetivos Generales del Negocio*

Las funciones principales que corresponden a este departamento son dadas por los objetivos siguientes:

- ❖ La presentación de servicios a los huéspedes mediante una adecuada Retribución Económica, dichos servicios conforme más pasa el tiempo ya no se basa única y exclusivamente a la renta de Habitaciones sino más bien de servicios tendientes a colmar al cliente de atenciones y buenos servicios, desde las habitaciones, restaurant, bar y en algunas ocasiones en actos de buen gusto.
- ❖ Mantener las instalaciones del hotel en las mejores condiciones de servicio.
- ❖ Mantener los cuartos con el equipo de servicio más apropiado, que proporcione la máxima comodidad a los huéspedes durante su estancia.
- ❖ Mantener los cuartos en buen estado de limpieza, incluyendo las mudas de blancos que sean necesarias para el confort de los huéspedes.

- ❖ La presentación física de las instalaciones del hotel quiere decir mucho, usando una expresión del pueblo “de la vista nace el amor”. Es necesario limpiar y conservar en buen estado los pasillos, jardín, fuente, escaleras, etc.
- ❖ Los cuartos no nada más necesitan aseo sino que deben estar muy funcionales y todo perfecto debe de ser reparado. Si el departamento funciona perfectamente, en este punto se podrá evitar mayores gastos en lo que respecta a las reparaciones.

## 2. Definición Misión y Visión del Negocio

Toda organización tiene una misión que define su propósito y que; en esencia, pretende contestar una pregunta: ¿en que negocio se esta?, el definir la misión de la organización fuerza a la administración a definir con cuidado el espacio de su producto o servicio.

La determinación del negocio en el que esta una organización es aplicable tanto a organizaciones no lucrativas como a las lucrativas. Los hospitales, las oficinas gubernamentales y universidades también tienen que definir su misión. Por ejemplo: ¿Debe una universidad capacitar a los estudiantes para sus profesiones. Entrenarlos para ocupaciones particulares o desarrollar estudiantes polifacéticos a través de una educación liberal?, ¿Debe buscar estudiantes con coeficiente intelectual mayor de los egresados de preparatoria, aquellos que tienen bajas calificaciones pero resultados altos en la prueba de aptitudes o aquellos que están en el vasto campo del promedio? Las respuestas a preguntas como estas aclaran el propósito de la organización y permiten a la administración establecer objetivos.

### a) Elementos de la declaración del negocio

Las declaraciones de la misión pueden variar, y de hecho varían en cuanto extensión, contenido, formato y especialidad. La mayor parte de los practicantes y estudiosos de la Administración estratégica piensa que una estrategia afectiva debe contener nuevas características y elementos esenciales. A continuación se incluyen los elementos y las preguntas respectivas que debe contestar la declaración de la misión.

1. Clientes: ¿Quiénes son los clientes de la empresa?
2. Productos o servicios: ¿Cuáles son los principales productos o servicios de la empresa?
3. Mercados: ¿Dónde compete la empresa?
4. Tecnología: Es la tecnología un interés primordial de la empresa?

5. Interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad: ¿Trata la empresa de alcanzar objetivos económicos?
6. Filosofía: ¿Cuáles son las creencias, valores aspiraciones y prioridades filosóficas fundamentales de la empresa?
7. Concepto de si misma: ¿Cuál es la competencia distintiva de la empresa o su principal ventaja competitiva?
8. Interés por la imagen pública: ¿Se preocupa la empresa por asuntos sociales, comunitarios y ambientales?
9. Interés por los empleados: ¿Se considera que los empleados son un activo valioso de la empresa?.

#### *b) La Visión contra la Misión*

Algunas organizaciones elaboran la declaración de la misión y también una de la visión; este objetivo general de lo que se quiere. La declaración de la Misión contesta la pregunta ¿Cuál es nuestro negocio?, mientras que la Visión contesta: ¿Qué queremos ser?

### 3. Análisis Interno de la Empresa

#### *a) Definición e Importancia*

El estudio y evaluación del control interno se efectúa con el objeto de cumplir con la norma de ejecución del trabajo.

El conocimiento y evaluación del control interno deben permitir al auditor establecer una relación específica entre la calidad del control interno de la entidad y la naturaleza, alcance y oportunidad de las pruebas de auditoría. Por otra parte el auditor deberá comunicar las debilidades o desviaciones al control interno de los clientes que son definidas en este boletín como situaciones a informar.

#### Objetivo

Definir los elementos de la estructura del control interno y establecer los pronunciamientos normativos aplicables a su estudio y evaluación, como un aspecto fundamental a diseñar la estrategia de auditoría, así como señalar los lineamientos que deben seguirse al informar sobre debilidades o desviaciones al control interno.

*b) Elementos de Control Interno*

- I. CONTABILIDAD. Como instrumento de control es importante porque es la base para la elaboración de los estados financieros por su exactitud numérica y por la unifimidad de sus registros.
- II. PRESUPUESTOS. Estos tiene como característica limitante la de no medir condiciones futuras exactas, solamente aproximadas. Para que el presupuesto cumpla con su función como elemento de control interno es necesario realizar regularmente o frecuentemente comparativas entre las cifras reales y las presupuestadas, para determinar las variaciones y además en su caso corregir regularmente con el fin de lograr máxima eficiencia en la administración.
- III. ESTADISTICA. Se basan en resultados obtenidos con anterioridad y suelen ser presentadas por medio de las graficas que permitan comparar rápida y eficazmente los puntos esenciales a cualquier persona aun sin tener competencia técnica o instrucción técnica para interpretar los datos como resultados.
- IV. PERSONAL O RECURSOS HUMANOS. Como elemento de control el personal importante por su condición se puede considerar inclusive indispensable ya que es el detonador y operador de los demás elementos. Cabe destacar que su eficiencia esta en función de su competencia habilidades experiencia etc.
- V. EQUIPOS MECANICOS. Los equipos varían de acuerdo a la naturaleza de la actividad preponderante de la empresa sin embargo podemos ejemplificar que como elementos de control debemos considerar desde una protectora de cheques hasta un sofisticado equipo de computo.

*c) Bases de Control Interno*

I. DEPARTAMENTO DE OPERACIONES. A través del cual desde el momento de establecer un sistema de control interno se deben determinar cuales son las operaciones que deben controlarse.

II. DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO. Se refiere al establecimiento de los diversos departamentos de acuerdo a cada operación y a su importancia.

III. ASIGNACION DE LABORES AL PERSONAL. Como consecuencia de la distribución del trabajo se deberá efectuar la distribución de trabajo que del mismo se hará en cada departamento.

IV. DESLINDAR RESPONSABILIDADES. Designando al personal de cada departamento y asignándole sus funciones y sus niveles de autoridad.

El control interno se inicia en la administración de un hotel a través del área de reservaciones en el cual al recibir una petición o una solicitud utilizamos la hoja de reservación, con el fin de tener la información que nos permita planear la ocupación anual de los espacios que disponga la empresa una parte importante de esta información es la forma de pago que nos permita investigar oportunamente la solvencia crediticia del cliente, también con este elemento de control daremos principio en forma simultanea a nuestros registros contables en el caso de que la reservación allá sido garantizada que generalmente es el importe de la tarifa por una noche.

Bibliografía: Normas y Procedimientos de Auditoria  
Instituto Mexicano de Contadores Públicos  
Ed. ANFECA  
23 a. Ed. Año 2003



Figura 1-2 Hoja de Reservas

<b>HOJA DE RESERVACIONES</b>	
EN LISTA DE ESPERA	RESERVACION CONFIRMADA
NOMBRE: _____	_____
LLEGADA: VIA DE LLEGADA; HECHA POR: FORMA DE PAGO: OBSERVACIONES: _____ _____	SALIDA: PRECIO: HORA: DEPOSITO: _____

En forma simultanea elaboramos un concentrado tabular de concentraciones en el que se consigna la mayor cantidad de información requerida en la hoja de reservas con la diferencia de que este concentrado solamente se anotan los datos de las reservas confirmadas con el propósito de clasificarlas por fechas de llegada y en orden alfabético para conocer con rapidez diariamente los nombre de los huéspedes que entran y salen del hotel.

Figura 1-3 Concentrado de Reservas

<b>CONCENTRADO DE RESERVACIONES</b>										
NOMBRE OBSERVACIONES:	N. PERSONAS	HABITACION N.	PRECIO	IVA	HORA DE LLEGADA	DEPOSITO	IVA	HECHA POR:	FORMA PAGO:	

Al llegar el huésped al hotel se expiden un documento de registro del huésped en el cual se consigna sus datos personales y se determinan quien o quienes registran sus firmas autorizándolos con ello para solicitar consumos o servicios y firmas las cuentas respectivas, de este documento se envían copias a la recepción al conmutador telefónico, al comedor o restaurante u a otros departamentos que requieran registrar la autorización de las firmas consignadas en el.

Figura 1-4 Llegada de Huéspedes

<b>LLEGADA DEL HUESPED A, VILLA RINCON AZUL</b>	
<b>TARJETA DE REGISTRO</b>	
NOMBRE:	
DOMICILIO:	
CIUDAD:	ESTADO:
OCUPACION:	
NACIONALIDAD:	
FECHA DE SALIDA:	
FIRMA:	

El informe del ama de llaves se utiliza que para que tanto las camaristas como el ama de llaves en turno lleven a cabo la supervisión de la operación en que se encuentre cada habitación así como el número de huéspedes que se encuentren habitando realmente cada habitación, estas verificaciones se realizan dos veces por día. Como mínimo y sus resultados deberán ser comparados en la oficina de la recepción para comprobar como ya se dio el número de habitaciones y el número de huéspedes que se encuentran en "VILLA RINCONAZUL".

Figura 1-5 Reporte Ama de llaves

<b>REPORTE AMA DE LLAVES</b>						
HABITACION NUM.	CAMARISTA	AMA DE LLAVES	HABITACION NUM.	CAMARISTA	AMA DE LLAVES	HABITACION

El informe de ocupación de diario del hotel se deben considerar en forma cuidadosa que: además de verificar el importe de las rentas cargadas en las cuentas de los huéspedes; también obtenemos un resumen de habitaciones que no se encuentran, generando ingresos al hotel por diversas causas que son, habitaciones en reparación, cortesía, casa etc.

La formula para determinar el porcentaje de ocupación será simplemente dividir el número de habitaciones rentadas entre el número de habitaciones disponibles con ello obtenemos el porcentaje de ocupación diaria de un hotel esto nos permite la toma de decisiones adecuada para ofrecer los servicios del hotel que disminuyan el índice de desocupación que nos refleje dicho informe.

*d) Ingresos que generan los departamentos de alimentos y bebidas*

El control de dichos ingresos deberá ser motivo de analizar en primer término el sistema de contabilidad que se encuentre operando en la empresa. El problema que plantea este control interno consiste en que debemos considerar a los departamentos de almacén, cocina, cajeros en áreas de comedor y recepción.

También debemos considerar en la operación diaria de la Villa que manejar productos comestibles que son de consumo inmediato y de consecuencia de reposición diaria lo cual implica un manejo diferente a los comestibles perecederos.

Para el control de los ingresos por concepto de bebidas se utilizaran documentación y mecanismos igual que los del restauran cambiando solamente los conceptos, así mismos para los servicios solicitados en la habitación (room service) el procedimiento también se sustenta en el uso de la comanda y el cheque respectivo.

Figura 1-6 Comanda para el control de Ingresos.

“VILLA RINCONAZUL”  
MORELIA MICHOACAN

FECHA	MESA	MESERO	NUM. PERSONAS	NUM. HABITACION
COMANDA _____ RESTAURANTE				
CONCEPTO:				
NO PAGUE ESTA NOTA ES COMANDA DE RESTAURANTE				

Figura 1-7 Comanda de Servicios solicitados detalladamente.

*"VILLA RINCÓN AZUL"*  
MORELIA MICH.

REC:		FOLIO:	
FECHA	MESA	NUM. PERSONAS	NUM. HABITACION
RESTAURANT PRICIPAL			
CONCEPTO:		IMPORTE:	

Se sugiere en consecuencia que a través del almacén se utilicen el sistema de inventarios perpetuos porque permite conocer en cualquier momento nuestras existencias y su valor de costo.

Las salidas de almacén deberán respaldarse invariablemente con requisiciones autorizadas por el jefe de cocina responsabilizándose así de su aplicación. Por su parte el almacenista deberá elaborar un informe diario de entradas y salidas del departamento de contabilidad anexándole a estas las remisiones, las notas, facturas o en su caso vales de salida respectivamente que serán los documentos fuente para hacer las pólizas de cargo al almacén por las compras y cargo a los costos de alimentos por las salidas al final del mes se ajustara el costo de los alimentos con el inventario físico.

Para el control de los ingresos en el restaurante cuando el huésped solicita un servicios utiliza un documento llamado COMANDA en el que se consigna en forma detallada la cantidad y el concepto del servicio solicitado .Es recomendable enterar con este documento en primer lugar al jefe de cocina para que proceda a ordenar la elaboración de servicio, el cajero en turno para que prepare el cheque o nota de consumo respectivo, el mesero para que le sirva de guía en el orden en que deberá atender servicios y al checador para que verifique el servicio en la comanda.

Figura 1-8 Reporte de Cajeros.

*"VILLA RINCÓN AZUL"*  
MORELIA MICHOACAN  
REPORTE DE CAJEROS

FECHA:		
CAJERO:		
DEPARTAMENTO:		
TURNO:	A.M.	P.M.
*VENTAS EN EFECTIVO: *MENOS EFECTIVO PAGADO POR CUENTAPOR CUENTA DE NUESTROS HUESPEDES *INGRESOS NETOS *FALTANTES *SOBRANTES *NETO A DEPOSITAR		
CONTENIDO DEL DEL SOBRRRE	\$	100.00
		50.00
MONEDAS NACIONALES BILLETES DE		20.00
		10.00
		5.00
		1.00
FRACCIONARIA		
SUBTOTAL		
CHEQUE N. MN		
RECIBOS PROPINAS DE MESEROS		
VALES		
CHEQUES DLS.		
CHEQUE DE VIAJERO		
BILLETES DLS.		
TOTAL ADJUNTO,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,		
NETO A DEPOSITAR.....		
DIFERENCIA POR REEMBOLAR...		

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Figura 1-9 Comanda de Servicios Telefónico

*VILLA RINCÓN AZUL*  
**MORELIA MICH.**

INGRESOS POR CONCEPTO DE SERVICIO TELEFONICO TELEFONOS DE LARGA DISTANCIA			
NOMBRE:	FECHA:	N.	
FECHA	SIMBOLO	CUARTO	IMPORTE
PERSONA LLAMADA		TIEMPO	IMPORTE
MONBRE CIUDAD		HORA TERMINA	A.M. P.M.

Figura 1-10 Reporte diario de Telefono

*VILLA RINCÓN AZUL*  
**MORELIA MICH.**

**REPORTE DIARIO DE DEPARTAMENTO DE TELEFONOS**

VOLANTE OTROS N.	CUARTO N.	PERSONA Q. HABLO	LUGAR AL Q. LLAMO	N.TEL	TIEMPO	COSTO	CARGO SERVICIO	IMPORTE A HUSPED	
SUMAS									
V.B. AUDITORIA NOCTURNA				VERIFICO JEFE DE DEPTO.					

Figura 1-11 Tintoreria

TINTORERIA

FECHA		FOLIO N.	CUARTO N.
NOMBRE:			
FECHA	SIMBOLO	CUARTO	IMPORTE
CONCEPTO		IMPORTE	
PLANCHADO LAVADO EN SECO			
FIRMADO POR:			

Figura 1-12 Miscelaneos

MISCELANEOS

FECHA		FOLIO N.	CUARTO N.
NOMBRE:			
FECHA:	SIMBOLO:	CUARTO:	IMPORTE:
CONCEPTO		CARGOS	
PERIODICOS MEDICAMENTOS FLORES (ARREGLOS) REGALOS			

Fuente: Administracion Hotelera  
C.P. Armando Hernandez Ortiz  
5 to. Semestre  
Año 2001

#### 4. Establecer planes a mediano plazo y anuales

##### a) Descripción de Objetivos.

Los objetivos representan los resultados que la empresa espera obtener, son fines por alcanzar, establecidos cuantitativamente y determinados para realizarse transcurrido un tiempo específico.

##### Objetivos a Largo Plazo

Largo plazo significa un año. Los objetivos de las diferentes unidades de la organización deben de ser cuantitativos, mensurables, realistas comprensibles, desafiantes etc. Además cada objetivo debe de ir ligado con un límite de tiempo. Por lo general los objetivos se establecen en términos como crecimiento de los activos, crecimientos de las ventas, rentabilidad participación del mercado, grado y naturaleza de la diversificación, grado y naturaleza de la integración vertical, utilidad por acción y responsabilidad social. Los objetivos establecidos con claridad ofrecen muchos beneficios. Marcan un curso, permiten la sinergia, sirven para la evolución, establecen grados de importancia, disminuyen la incertidumbre, reducen los conflictos, estimulan su ejercicio y sirven tanto para la asignación de recursos como para el diseño de puestos.

##### Objetivos Anuales

Los objetivos anuales son las *METAS* que deben alcanzar las organizaciones a corto plazo para lograr los objetivos a largo plazo. Los objetivos anuales igual que los objetivos a largo plazo, deben ser mensurables, cuantitativos, desafiantes, realistas, consistentes y estar por orden de prioridad. Los objetivos anuales deben definir en términos de resultados de la gerencia, marketing, finanzas y contabilidad, producción y operaciones, investigación y desarrollo y sistemas de información. Cada objetivo a largo plazo requiere una serie de objetivos anuales, Los objetivos anuales son muy importantes para llevar a cabo una estrategia, mientras que los objetivos a largo plazo son primordiales para la formulación de estrategia. Los objetivos anuales sientan las bases para asignar los recursos.

##### Objetivos Generales:

Comprenden toda la empresa y se establecen a largo plazo. Servir como un instrumento de apoyo que defina y establezca la estructura orgánica y funcional; formal y real, así como los tramos de control y responsabilidad y los



canales de comunicación que permitan una funcionalidad administrativa de la institución.

Objetivos particulares departamentales:

Se refieren a un área o un departamento de la empresa, se subordina a los objetivos generales y se establecen a corto y mediano plazo.

Definir la estructura orgánica formal y real de la institución que establezca los niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad, requeridos para el funcionamiento organizacional.

Definir, describir y ubicar los objetivos y funciones de cada puesto y unidades administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo, duplicidad, etc.

Identificar las líneas de comunicación para lograr una adecuada interrelación entre las unidades administrativas integrantes de la institución.

Bibliografía: Elementos Básicos de Administración  
Maurice Eyssautier de la Mora  
Ed: Trillas  
Año: 2002

## CAPITULO 2

### *ANALISIS FODA*

#### Definición.

El análisis FODA resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial y de la capacidad estratégica de una organización. Así pues una de las principales cuestiones analizadas, El objetivo consiste en identificar hasta que punto la estrategia actual de una organización, y mas concretamente sus fuerzas y debilidades, son relevantes y capacitan para afrontar los cambios que se están produciendo en el entorno económico. También puede utilizarse para determinar si existen oportunidades para explotar aun mas los recursos exclusivos o las competencias nucleares de la organización. La palabra FODA esta formada por las siglas de “Fortalezas y Debilidades, Amenazas y Oportunidades”, pero este análisis no se limita a generar una lista de las anteriores en función de las percepciones de los directivos, sino que se trata de efectuar un análisis mas estructurado, de forma que se puedan alcanzar nuevas conclusiones que permitan formular una estrategia .

#### *a) Oportunidades y Amenazas.*

Estos términos se refieren a tendencias y hechos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, jurídicos, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que podrían beneficiar o perjudicar significativamente a la organización en el futuro. Las oportunidades y la amenazas están en gran medida, fuera de control de una organización cualquiera; de ahí el termino externas.

La revolución de las computadoras, biotecnología, los cambios poblacionales, el cambio de valores y actitudes laborales, la exploración del espacio, los empaques reciclables y el aumento de competencia de las compañías extranjeras son algunos ejemplos de Amenazas y Oportunidades de las compañías, como la nuestra. Este tipo de cambios esta produciendo otro de consumidor y de ahí otros productos servicios y estrategias. Otro ejemplo de Amenazas y Oportunidades serían la aprobación de una nueva ley, la introducción de un producto nuevo por parte de un adversario, una catástrofe nacional o una baja del valor del dólar. La fuerza de un adversario podría significar una amenaza. La inquietud en Europa Oriental, el aumento de las tasas de interés o la lucha contra las drogas podrían significar una oportunidad o una amenaza.

Un postulado básico de la administración estratégica es que las empresas deben formular estrategias que le permitan aprovechar las oportunidades

externas o evitar y disminuir las repercusiones de las amenazas externas. Por consiguiente, para alcanzar el éxito resulta esencial detectar, vigilar y evaluar las Oportunidades y Amenazas externas. El proceso de la investigación la recopilación y asimilación de información externa, en ocasiones, se conoce por el nombre de estudio ambiental o análisis de la industria.

*b) Fortalezas y Debilidades.*

La aproximación básica para un análisis interno consiste en la identificación de las FORTALEZAS y DEBILIDADES. Una fortaleza es cualquier recurso o circunstancia que ayuda a la empresa a realizar sus objetivos y estrategias, capitalizar sus oportunidades o debilitar las amenazas.

Contrariamente una DEBILIDAD es un factor que impide a la empresa a realizar sus objetivos y estrategias, capitalizar sus oportunidades o defenderse de sus amenazas.

Con la finalidad de hacer el análisis interno de Fortalezas y Debilidades más operables, se dividirá en cuatro categorías:

- ❖ Recursos Financieros
- ❖ Recursos de Mercado
- ❖ Recursos Operacionales
- ❖ Recursos Humanos

*c) Competencia y Debilidades Competitivas.*

La determinación de la competencia que distinga a nuestro mesón y sus debilidades para competir son el paso final en la etapa del análisis de nuestro modelo.

El análisis de medio externo relevante releva una cantidad de áreas de oportunidad, quizá los competidores hayan crecido tanto que ya no den el “toque personal” que los consumidores desean o esperan quizás hayan aparecido nuevos segmentos o nichos que no han sido atendidos. Quizá las necesidades y preferencias han cambiado tanto, que basta con agregar productos o servicios complementarios para incrementar significativamente el ingreso de huéspedes y los beneficios que contraen esto.

De hecho las mencionadas son oportunidades del entorno, pero no deben olvidarse que habrá que medir las oportunidades del nuestro negocio para ver si son congruentes.

Nuestro negocio “Villa Rincón Azul” debe estar acorde con el actuar de aquellas oportunidades que han superado el escrutinio del análisis interno y que se convierten en oportunidades relevantes para el hotel.

La competencia distintiva es cualquier área, factor o consideración que dé a la empresa o negocio una duración significativa competente.

La competencia distintiva, **DISTINGUE** a la empresa de sus **COMPETIDORES**. Es toda actividad que una empresa, no solamente hace **BIEN** sino que realiza **MEJOR**, que cualquier otra.

Las áreas de competencia distintiva de las pequeñas empresas son:

- ❖ Calidad
- ❖ Servicio
- ❖ Localización
- ❖ Atención a un nicho especial
- ❖ Flexibilidad y Adaptabilidad
- ❖ Orientación directa a los consumidores
- ❖ Reputación e imagen
- ❖ Reputación e imagen
- ❖ Personal
- ❖ Precio.

Bibliografía: Administración Estratégica  
Fred R. David  
Ed. Pearson Educación  
5 ta Ed.  
Año 1997

Dirección Estratégica  
Ferry Jonson\_ Kevan Acholes  
Ed. Prentice Hall  
5 ta Ed.  
Año 2001

## CAPITULO 3

### *Organización Contable*

#### 1. Información Contable.

**CONTABILIDAD.** Es la disciplina que enseña las normas y los procedimientos para ordenar, analizar y registrar las operaciones practicadas por las unidades económicas constituidas por un solo individuo o bajo la formas de sociedades civiles o mercantiles (bancos, industrias, comercios e instituciones de beneficencia, etc.)

Fines Fundamentales de la contabilidad. Los propósitos fundamentales de la contabilidad son los siguientes:

1. Establecer un control riguroso y las obligaciones del negocio.
2. Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la empresa durante el ejercicio fiscal.
3. Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera que guarda el negocio.
4. Prever con bastante anticipación el futuro de la empresa.
5. Servir como comprobante y fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a lo establecido por la ley.

Por lo tanto es fundamental para la empresa obtener de ella los datos suficientes y necesarios, los cuales es conveniente sean sentados por el profesionista Contador Publico, ya que es el quien proporciona con mayor certeza y seguridad, la razonabilidad de la información. Así mismo porque es el mas capacitado para interpretarla y sacar el mayor provecho de las conclusiones a que se lleguen.

La información Contable es proporcionada a través de estados financieros, los cuales deben ser presentados en forma periódica y oportuna para que de esta forma se puedan obtener las ventajas que la información contable presenta.

Existen además de los estados financieros, otros estados o informes contables que son de gran utilidad, ya que estos nos muestran algunos aspectos del movimiento en forma analítica y en algunos de ellos en algunos de ellos en periodos cortos, como puede ser diariamente.

-Balance General:

Documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada; este es de mayor preponderancia por ser el que nos muestra la situación financiera de la empresa en un momento dado, y es conveniente sea presentado mensualmente para que se tenga una visión clara, y se puede tomar en forma acertada las decisiones necesarias.

-Estado de Resultado:

Es un documento contable que muestra los resultados obtenidos en un periodo determinado, ya sea la utilidad o pérdida del ejercicio.

Como la misión de este estado es analizar el desarrollo de las operaciones, en forma adecuada, para que se sepa el funcionamiento de la administración, mostrando los resultados obtenidos por la misma, desprendiéndose de ahí la importancia que tiene su presentación.

-Otros:

Por ser necesarios para controlar las operaciones de la empresa, es de gran importancia es de gran importancia que sean presentados mensualmente, excepto el de existencias de caja y bancos que deben de ser elaborados diariamente, ya que es vital contar con la liquidez suficiente para desarrollar en forma adecuada las operaciones del negocio.

Exciten además de los Estados Financieros, otros estados o informes contables que son de gran utilidad, ya que estos nos muestran, algunos aspectos del movimiento en forma analítica y en algunos de ellos en periodos muy cortos.

Los Estados Financieros que un Hotel necesita son los siguientes:

Balance General  
Estado de resultados

Y otros informes como son:

- Existencia de caja y bancos.
- Relación de restauran y bar.
- Relación de compras y comestibles y bebidas.
- Relación Analítica de clientes, indicando antigüedad de saldos.
- Huéspedes, indicando la antigüedad de saldos.
- Deudores diversos.
- Pagos anticipados.
- Documentos por pagar.
- Proveedores.
- Impuestos por pagar.
- Acreedores diversos.
- Anticipos de clientes.

-Costos y gastos, por conceptos, indicando las cifras del mes y acumuladas a la fecha.

## 2. Sistema de Contabilidad.

Para poder implantar un sistema de Contabilidad debe hacerse un estudio de sus características, que a mí modo de ver las clasificaría como las siguientes:

- ❖ Metas y Objetivos.
- ❖ Análisis Interno de la empresa
- ❖ Planes a mediano plazo y anuales
- ❖ Manual de Organización

De ahí la importancia que debe dársele al sistema de Contabilidad, ya que a través de informes periódicos es como se puede palpar el empresario, la obtención de dichos objetivos.

Para fines de mi trabajo hago la aclaración, que se basa en un hotel pequeño, con poco personal de tipo administrativo, prestando los servicios que señalo:

- ❖ Renta de habitaciones.
- ❖ Restoran.
- ❖ Bar.
- ❖ Llamadas de larga distancia
- ❖ Lavandería, tintorería.

Por lo tanto, el sistema que recomiendo por la facilidad de su manejo , es el llamado pólizas de tres registros.

A continuación una breve explicación del funcionamiento del sistema:

-Comprobantes.

Documentos contabilizadores que amparan, autentifican y demuestran la realidad de una operación. Dichas operaciones son única y exclusivamente de tipo económico.

-Pólizas de Ingresos.

Son los documentos contabilizadores en donde serán registradas las operaciones que impliquen entrada de efectivo.

-Pólizas de Egresos.

Son los documentos contabilizadores en donde serán registradas las operaciones que impliquen salidas de efectivo.

-Pólizas de Diario.

Son las pólizas donde se registran los movimientos que no impliquen, ni entradas ni salidas de efectivo.

-Auxiliares.

Se deben llevar los auxiliares necesarios, tanto como para un mejor control de operaciones como para una mejor información.

Por lo tanto, para fines señalados, propongo los siguientes auxiliares:

-Bancos.

Es necesario llevar un auxiliar, que podrían ser nuestros libros, en el cual constantemente veamos los movimientos del efectivo que contemos, para de esta forma poder tener un buen control de los saldos.

-Gastos.

Es necesario clasificar los gastos y llevar detalle de cada uno de ellos, (como por ejemplo la caja chica del hotel) para que se pueda tener un buen control, para que se pueda tener un buen control, ahí mismo, para mejorar políticas a seguir respecto a ellos.

-Cuentas Colectivas.

Por el gran volumen de operaciones a crédito, es necesario llevar la cuenta y razón de dichos movimientos, aconsejándose los siguientes:

Clientes

Cuentas por cobrar.

\*Agencia de viajes.

\*Tarjetas de crédito.

Acreedores.

Deudores.

Proveedores.

-Registro de Pólizas de Ingresos: En este libro se hará la anotación de las pólizas de Ingresos.

-Registro de Pólizas de Egresos: En este libro se hará la anotación diaria de las pólizas cheque.

-Registro de Pólizas de Diario: En este libro se hará la anotación diaria de las pólizas de diario.

-Libro de Resumen de Polizas: Se anotara en dicho libro las concentraciones mensuales que mas resalten de los libros de registro de pólizas.



-Libro de Mayor: En este libro se llevan las diversas cuentas, cada una de ellas, en su folio correspondiente, siendo los pases por concentración mensual. Así una hoja se destina por ejemplo, a Clientes y de ahí se anotaran exclusivamente las operaciones que afecten a esta cuenta.

-Libro de Inventarios y Balances: En el se anotan se anotan el balance general y los inventarios finales de cada año que fueron formulados como resultado de las operaciones realizadas por la empresa.

### 3. Catalogo de Cuentas.

#### 1. Activo

##### a) Circulante

- 10 Fondo Fijo de Caja.
- 11 Bancos.
- 12 Huéspedes.
- 13 Cuentas por cobrar.
- 14 Documentos por Cobrar
- 15 Deudores Diversos
- 16 Almacén de Víveres.
- 17 Almacén de Bebidas.
- 18 Almacén de Material y Conservación y Limpieza.

##### b) Fijo

- 20 Terreno.
- 21 Edificio.
- 22R Depreciación Acumulada de Edificio.
- 22 Mobiliario y Equipo.
- 23 Equipo de Transporte.
- 23R Depreciación Acumulada de Equipo de Transporte.
- 24 Equipo de Oficina.
- 24R Depreciación de Equipo de Oficina.

##### b) Diferido

- 31 Seguros Anticipados.
- 32 Pagos Anticipados.
- 33 Gastos de Organización.
- 33R Amortización Acumulada de Gtos. De Organización.
- 34 Gastos de Instalación.
- 34R Amortización de Gtos. de Instalación.

## 2. Pasivo

### a) Circulante

- 10 Prestamos Bancarios.
- 11 Impuestos por pagar.
- 12 Documentos por pagar.
- 13 Acreedores Diversos.
- 14 Anticipo a Clientes.
- 15 Impuestos Retenidos.
- 16 Dividendos por Pagar.

### b) Largo Plazo

- 10 Hipotecas por Pagar.

## 3. Capital Contable

- 300 Capital Social
  - 01 Suscrito
  - 02 Pagado
- 301 Reserva Legal
- 302 Reserva Reinversión
- 303 Resultados de Ejercicios Anteriores
- 304 Resultados presente Ejercicio.

### A.\_ Cuentas de Resultados Acreedoras.

- A1.\_ Ingresos Cuartos
- A2.\_ Ingresos Restaurante
- A3.\_ Ingresos Bar
- A4.\_ Ingresos Servicios Telefónico
- A5.\_ Ingresos de Lavandería
- A6.\_ Otros Productos.

### B.\_ Cuentas de Resultados Deudoras.

- B1.\_ Comisiones
- B2.\_ Costo Restauran
- B3.\_ Costo Bar
- B4.\_ Costo Servicio Telefónico
- B5.\_ Costo Lavandería.
- B6.\_ Gastos de Habitación.
- B7.\_ Gastos de Administración.
- B8.\_ Otros Gastos

C.\_ Cuenta Liquidadora.  
C.\_ Perdidas y ganancias.

4. Manual del Catalogo de Cuentas.

Es indispensable que el catalogo de cuentas tenga una guia del funcionamiento de sus cuentas, con el objeto de que el personal a cargo del manejo de ellas, sepa darles movimiento sin necesidad de preguntar el cargo del departamento.

Dado que el catalogo de cuentas, sugerido para un hotel, incluye muchas cuentas que son ampliamente conocidas, en el presente trabajo nada mas explicare aquellas que son privativas en la Hoteleria.

CUENTAS

1112

Huéspedes.

De las concentraciones diarias de la relación huéspedes, por concepto de las rentas de cuartos, consumo de comida y bebida, utilización de servicios de teléfono, lavandería pagos efectuados por su cuenta, en general, por todos los servicios de que se haya disfrutado.

Se abona de las concentraciones diarias de la relación de huéspedes, por concepto de pago ya sea al contado o a crédito.

Saldo: Representa el monto de los adeudos que tengan los huéspedes alojados.

1113

Cuentas por Cobrar

Por las concentraciones diarias de liquidación De cuentas de los huéspedes que paguen, ya Con tarjeta de crédito, venga por conducto de Agencia de viajes, o lo que sea aceptada su Firma.

Por los cobros efectuados.

Saldo: Representa el importe de las cuentas del Hotel y las notas de Restauran, pendientes de cobro.

1116

Almacén de Víveres

De todas las compras de víveres para el restauran.

Del importe de las salidas a precio del costo estimado de las ordenes servidas.

Saldos: Representa el valor del precio del costo de los comestibles almacenados, para su venta.

1117

Almacén de Material de Conservación y Limpieza.

Del importe de compras de material de Limpieza y conservación.

De las bajas del material, según la nota hecha para el efecto del control de los mismos, a precio de costo.

Saldo: Representa el valor, a precio de costo de los materiales de conservación y limpieza.

1118

Almacén de bebidas.

Del importe de las compras de bebidas.

Del importe de las salidas, a Precio de costo estimado.

Saldo: Representa el valor de la existencia de bebidas almacenadas.

Fuente: Tesis Profesional  
Manuel Montes arroyo

A1

Ingresos a Cuartos

Por traspaso de su saldo al final del ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.

Por todos los ingresos concernientes a la renta de habitaciones.

Saldo: I. Durante el ejercicio de su saldo siempre será acreedor y representara los por la renta de habitación.

II. Al finalizar el ejercicio será traspasado el saldo a la cuenta liquidadora quedando esta cuenta saldada.

A2

Ingresos restaurante

Por traspasos del saldo al finalizar el ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.

Por todos los ingresos provenientes de las ventas efectuadas por el Restoran.

Saldo: I. Durante el ejercicio su saldo será acreedor, mostrando los ingresos percibidos por la venta de alimentos.

II. Al final del ejercicio, su saldo será traspasada a la perdidas y ganancias Quedando saldada.

A3

Ingresos Bar

Por traspasos al finalizar el ejercicio a la Cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.

Por todas las ventas efectuadas. por el Bar.

Saldo: I. Su saldo sera acreedor durante el ejercicio, representando el total de Ingresos por servicio de llamadas de larga distancia.

II. Al finalizar el ejercicio quedara saldada, mediante un traspaso a la Cuenta de perdidas y ganancias.

A4

Ingresos por servicios Telefónicos

Por traspasos a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias, cuando finalice el ejercicio	Por todos los ingresos provenientes de la presentación del servicio de larga distancia.
---	---

Saldo: I. Su saldo será acreedor durante el ejercicio, representando el total de I de Ingresos por servicios de llamadas de larga distancia.  
II. Al final el ejercicio quedara saldada, mediante un traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias.

B2

Costo de Restante

Por todas las erogaciones hechas por el departamento, como son las siguientes: sueldos, conservación y mantenimiento cuotas del seguro social, combustibles, alimentos empleados y consumo de alimentos.	Por traspasos al finalizar el ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.
--	---

Saldo: I. Su saldo será siempre deudor durante el ejercicio mostrándonos las erogaciones efectuadas por el Bar.  
II. Al finalizar el ejercicio quedara saldada mediante el traspaso a la cuenta de perdidas y ganancias.

B3

Costo de Bar.

Por todas las erogaciones efectuadas el departamento, como son las siguientes: sueldos, conservación y mantenimiento, cuotas del IMSS, alimentos de empleados consumo de bebidas y fondo vivienda.	Por traspaso al finalizar el ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.
--	--

Saldo: I. Su saldo será siempre deudor durante el ejercicio mostrándonos las erogaciones efectuadas por el Bar.  
II. Al finalizar el ejercicio quedara saldada mediante el traspaso a la cuenta de perdidas y ganancias.

B4

Costo de servicio telefónico

Por todas la erogaciones, efectuadas para la prestación del servicio telefónico.

Por traspasos al finalizar el ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.

Saldo: I. Durante el ejercicio nos mostrara el costo del servicio telefónico.  
II. Al finalizar el ejercicio, quedara saldada mediante el traspaso a la cuenta de perdidas y ganancias.

B5

Costo de Lavandería.

Por todas las erogaciones efectuadas por el departamento, dichas erogaciones son: sueldos, conservación y mantenimiento, cuotas del IMSS, IVA, ISR, combustibles fondo de vivienda.

Por traspasos al finalizar el ejercicio a la cuenta liquidadora de perdidas y ganancias.

Saldo: I. Su saldo será Deudor durante el ejercicio, representándonos el monto de las erogaciones que a efectuado la lavandería.  
II. Al finalizar el ejercicio, quedara saldada mediante el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias.

B5

Gastos de Habitaciones.

Por todas las erogaciones del departamento y que son las siguientes: Sueldos, IMSS, ISR, conservación y mantenimiento, Fondo de Vivienda, Combustibles, energía eléctrica, comisiones.

Por todos los traspasos al finalizar el ejercicio, a la cuenta liquidadora de perdida y ganancias.

Saldo: I. Su saldo será deudor durante el ejercicio, representándonos el monto de las erogaciones, relativas a gastos de habitación.  
II. Al finalizar el ejercicio quedara saldada, mediante el traspaso a la cuenta de perdidas y ganancias.

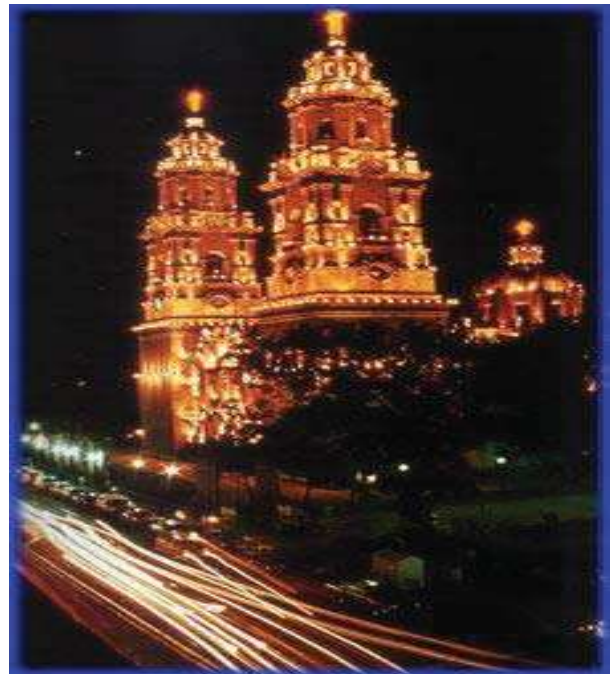
## CAPITULO 4

## T U R I S M O

Michoacán es único e irrepetible, es cuna del invencible Imperio Purépecha, que floreció y se extendió por casi todo el centro del país. Aun en la actualidad es posible disfrutar la riqueza cultural de este imperio, en los vestigio arqueológicos de la región y en las poblaciones indígenas tanto de la ribera del Lago de Pátzcuaro, como en la Meseta Purépecha, la Ciénega de Zacapu y la Cañada de los Once Pueblos, ricas en tradiciones como Noche de Muertos Y Semana Santa, ferias como la del geranio, guitarra, cobre y aguacate, así como en fiestas, costumbres música, danzas, gastronomía, artesanía y arquitectura que se refleja en sus Pueblos Típicos multicolores y hermosas ciudades coloniales como Pátzcuaro y Morelia, Patrimonio de la Humanidad desde 1991.

Caracterizada por su rica tradición cultural y artística, la región de Morelia, no solo cuenta con la belleza arquitectónica y colonial de la ciudad capital que lleva el mismo nombre, sino con una variedad de pueblos típico michoacanos, que ofrecen la oportunidad de visitar zonas arqueológicas, deleitarse con sus balnearios y disfrutar de sus sabores gastronómicos.

Morelia capital del estado donde la Majestuosa Catedral de cantera domina El paisaje... Caminar por su centro histórico cuyas amplias avenidas se encuentran flanqueadas por maravillosos movimientos civiles y religiosos de los siglos XVI al XIX es un placer, pues se tiene la sensación de habitar otros tiempos, sus calles que invariablemente culminan en el templo o iglesia, fueron trazadas con la intención del rumbo de la fé...Morelia...



*Catedral de Morelia*



## 1. Que es Turismo?

“Turismo es el desplazamiento temporal de personas a destinos fuera de sus lugares habituales de Residencia, y comprende las actividades que realizan durante su estancia en estos destinos y las facilidades creadas para satisfacer dichas necesidades”

### Cuatro Perspectivas diferentes del Turismo

**EL TURISTA:** Busca diversas experiencias y satisfacciones intelectuales y físicas.

**LOS NEGOCIOS QUE PROPORCIONAN BIENES Y SERVICIOS AL TURISTA:** Consideran al turismo como una oportunidad para obtener utilidades al suministrar los bienes y servicios que el mercado turístico demanda.

**GOBIERNO DE LA COMUNIDAD O AREA ANFITRIONA:** Los Políticos consideran al Turismo como una fuente de riqueza. Consideran las entradas de divisas extranjeras y entradas tributarias.

**COMUNIDAD ANFITRIONA:** Gente local suele ver al turismo como factor cultural y de empleo.

### VIAJERO

Visitantes de un solo día:

Visitantes que no pernoctan en el país que visitan.

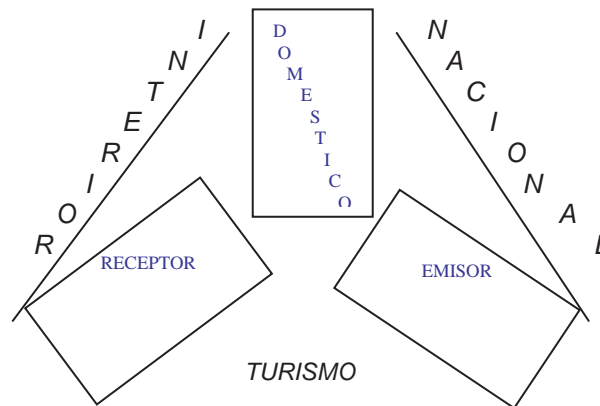
### Turistas:

Visitantes que pertenecen en el país visitado cuando menos una noche.

### Excursionistas:

Viajero que pasa menos de 24 horas en el destino.

Figura 4-1 Formas de Turismo



El lugar de origen de los Turistas y destino elegidos:

Turismo Domestico: Residentes visitando su propio país.

Turismo Receptivo: No residentes procedentes de un país determinado.

Turismo Emisor: Residentes del propio país se dirigen a otros países.

*a) Beneficios del Turismo*

- Proporciona oportunidades de empleo, especializado y no especializado.
- Genera oferta de cambio de divisas.
- Aumenta ingresos.
- Se puede construir sobre infraestructura existente.
- Establece infraestructura que estimulara comercio e industria local
- Se puede realizar con productos y recursos locales.
- Ayuda a diversificar la economía
- Tiende a ser actividad de desarrollo económico compatible al complementar otras actividades económicas.
- Extiende el desarrollo
- Tiene un gran efecto multiplicador.
- Aumenta ingresos gubernamentales.
- Amplia horizontes educativos y culturales y mejora sentimientos de auto valía.
- Mejora calidad de vida relacionada con mayores ingresos y mejores condiciones de vida.
- Refuerza la conservación de la herencia y tradición
- Justifica protección y mejoramiento ambientales.
- Proporciona instalaciones Turísticas y recreativas que pueden ser usadas por la población local.
- El interés de visitante por cultura local proporciona empleo a artistas, músicos que acrecienta herencia cultural.
- Rompe barreras del lenguaje, socioculturales, de clase, raciales, políticas y religiosas.
- Crea imagen mundial favorable del lugar.
- Favorece a la comunidad mundial.
- Favorece entendimiento y paz internacionales.

*b) Festividades en Morelia*

Morelia la Antigua Valladolid lleva en su nombre el tributo de su pueblo a la memoria de Don José María Morelos y Pavón.

Es la capital del estado de Michoacán y en su estilo noble y señorial muestra sus edificios hoy monumentos de la época virreinal.

Febrero: Carnaval

Marzo (variable): Festival Internacional de la Guitarra

Marzo-Abril: Semana Santa

Abril- Mayo (variable): Expo feria

Mayo: Festival Internacional del Órgano

Julio- Agosto (variable): Festival Internacional de Música

Septiembre 15 y 16: Fiestas Patrias

Septiembre 30: Natalicio de Don José María Morelos y Pavón

Septiembre (variable): Festival de Mariachi

Diciembre: Fiesta de la Inmaculada Concepción, Fiestas Guadalupanas

Altura sobre el nivel del Mar: 1951 metros

Temperatura: mínima 14 C máxima 38 C

Artesanías:

Alfarería, cestería, vajillas y loza utilitaria de barro de alta y baja temperatura, alhajeros, charolas bateas de laca y maque, herrería, piezas de cantera en arquitectura y escultura, mantelería deshilada y a gancho y blusas bordadas.

Gastronomía:

Ates, laminilla, cocada, jaleas y chocolates hechas de azúcar y frutas naturales además de enchiladas “placeras” y capirotada.

*c) Atractivos turísticos de la Cd. de Morelia*

1. Templo de la Merced
2. Mercado de Dulces y Artesanías
3. Biblioteca Publica
4. Palacio Clavijero
5. Colegio de San Nicolás de Hidalgo
- 6 y 7. Templo y Conservatorio de Música de las Rosas
8. Museo del Estado
9. Centro Cultural Universitario
10. Casa de Mariano Michelena (preparatoria N. 5)
11. Palacio Municipal
12. Museo Regional Michoacano

13. Palacio de Justicia
14. Antigua Alhóndiga
15. Templo de los Agustinos
16. Casa Natal de Morelos
17. Catedral
18. Plaza de Armas o de los Mártires
19. Sanatorio del Sagrado Corazón
20. Ex Obispado
21. Museo de Arte Colonial
22. Templo y Exconvento de Carmen
23. Palacio de Gobierno
24. Antigua casa de Gabriel García Obeso (Bancomer)
25. Antigua Casa del Diezmo (Banamex)
26. Antigua casa del Intendente José Ma. Anzorena
27. Antiguo Hospital de los Juaninos (Banco HSBC)
28. Museo Casa de Morelos
29. Casa del Conde Sierra Gorda
30. Templo de la Cruz
31. Iglesia y Convento de San Francisco (casa de las artesanías)
32. Iglesia de Capuchinas
33. Templo de la Monjas
34. Templo de San José
35. Nuevo Seminario Tridentario (preparatoria Pascual Ortiz Rubio)
36. Palacio Federal
37. Plaza Villalongín
38. Las Tarascas
39. Acueducto
40. Calzada Fray Antonio de San Miguel
41. Museo de Arte Contemporáneo “Alfredo Zalce”
42. Bosque Cuauhtemoc
43. Museo de Historia Natural “Dr. Manuel Martínez Solórzano”
44. Estatua Ecuestre del Patriota Morelos
- 45 y 46. Sanatorio de Guadalupe y Ex Convento de San Diego
47. Parque Zoológico Benito Juárez
48. Planetario
49. Museo de Geología y Mineralogía: “Dr. Jenaro González Reyna”

Fuente: [www.michoacantravel.com/fiprotur/mor\\_info\\_morelia.htm](http://www.michoacantravel.com/fiprotur/mor_info_morelia.htm).  
Que es Turismo

d) Relación de Hoteles

**HOTELES MÁS SOLICITADOS EN LA CIUDAD DE MORELIA**

Figura 4-2 Hoteles categoría 2 Estrellas

**2 ESTRELLAS**

	<i>HOTEL</i>	<i>NUM. HABI.</i>	<i>COSTO</i>	<i>DIRECCION</i>
1	ESTEFANIA	16	\$ 240.00	PLAN DE AYALA N. 874
2	FLORIDA DE MORELA	36	360.00	AV. MORELOS SUR N. 161
3	LA MERCED	33	350.00	AV. MADERO PONIENTE N. 670
4	MANSION ACUEDUCTO	37	526.00	AV. ACUEDUCTO N. 25
5	MINTZICURI	37	250.00	VASCO DE QUIROGA N. 227
6	PLAZA	28	450.00	VALENTIN GOMEZ FARIAS N.
7	PASADA DON VASCO	36	250.00	VASCO DE QUIROGA N. 232
8	VALLADOLID	25	260.00	PORTAL HIDALGO N. 245
9	POSADA DEL CORTIJO	48	235.00	EDUARDO RUIZ N. 673
10	ARBOL GRANDE	49	350.00	AV. MADERO PONIENTE N. 1670
11	RINCON TARASCO	17	300.00	GUADALUPE VICTORIA N. 330

Figura 4-3 Hoteles Categoría 3 estrellas

3 ESTRELLAS				
	HOTEL	NUM. HABITACIONES	COSTO	DIRECCION
1	D ANTILANIS	27	\$ 397.00	CORREGIDORA N. 465
2	HOTEL CASINO BETS WESTERN	47		PORTAL HIDALGO N. 229
3	CALLE REAL MORELIA	63	835.00	AV. MADERO ORIENTE N. 766
4	HOTEL DE LA SOLEDAD	58	835.00	IGNACIO ZARAGOZA N. 90
5	HOTEL CATEDRAL	45	800.00	IGNACIO ZARAGOZA N. 37
6	HOTEL DIANA DEL BOSQUE	63	695.00	RAFAEL CARRILLO N. 144
7	SAN MIGUEL	60	320.00	AV. MADERO PONIENTE N. 1036
8	HOTEL VILLA DEL SOL	78-12 VILLAS	650.00	AV. MADERO NORTE N. 3257
9	PLAZA MORELOS	82	500.00	GLORIETA MORELOS N. 31
10	REAL CAMELINAS	44	769.00	AV. CAMELINAS N. 58
11	TORREMOLINOS	51	350.00	AV. PERIODISMO N. 2555

Figura 4-4 Hoteles Categoría 4 estrellas.

4 ESTRELLAS				
	HOTEL	NUM. HABTA.	COSTO	DIRECCION
1	HOLIDAY INN EXPRESS	80	\$1,235.00	AV. CAMELINAS N. 5000
2	ARANZAZU ACUEDUCTO MORELIA	88	850.00	AQUILES SERDAN N. 647
3	CONCORDIA	56	490.00	VALENTIN GOMEZ FARIAS N. 328
4	LAS AMERICAS	55	580.00	AV. CAMELINAS N. 2783
5	VILLA CAPRI	80	292.00	AV. MADERO PONIENTE N. 2069

Figura 4-5 Hoteles Categoría 4 estrellas.

5 ESTRELLAS				
	HOTEL	NUM. HABITACIONES	COSTO	DIRECCION
1	CASA DE LA LOMA	14	\$1,453.00	MOZART N. 380
2	CASA DE LAS ROSAS	4	1,800.00	GUILLERMO PRIETO N. 125
3	HOTEL VILLA MONTAÑA	36	2,117.00	PATZIMBA N. 201
4	HOTEL HOLIDAY INN	123	1,250.00	AV. CAMELINAS N. 3466
5	HORIZON	80	1,050.00	AV. CAMELINAS N. 3325
6	TUROTEL	32	994.00	AV. ACUEDUCTO N. 3805
7	HOTEL LOS JAUANINOS	33	1,600.00	AV. MORELOS SUR N. 39

Fuente: Investigación Propia

e) Tipos de Turismo

TURISMO DE AVENTURA

Es el tipo de Turismo Constituido por programas y actividades connotaciones de desafío, expediciones accidentadas, la mayoría de las veces para adultos, que incluyen viajes valientes e imprevistos. Ejemplos; escaladas, espeleológica, safaris en jeep.

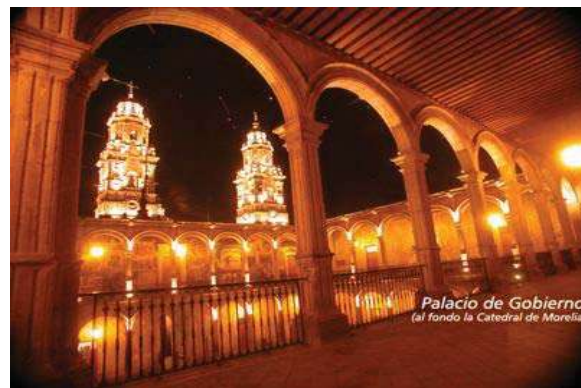


TURISMO DE BIENESTAR.

Es el Turismo Constituido por programas y actividades desarrolladas para mejorar o equilibrar las condiciones físicas o espirituales de un individuo o grupo de personas. Ejemplos: Yoga, Workshops, clínicas para desintoxicación, Spas.

TURISMO CULTURAL.

Es el Turismo Constituido por programas destinados a participantes interesados en conocer las costumbres de un determinado pueblo o región. Ejemplos: Danza, Folclore, Gastronomía.



TURISMO DEPORTIVO.

Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con el fin específico de promover la practica de deportes para aficionados o profesionales. Ejemplos: Alpinismo, Golf, Submarinismo, Pesca, Windsurf.

TURISMO DE ESTUDIO

Es el turismo constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos in situ, en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales. Ejemplos: Antropología, botánica, cocina, idiomas, fotografía y zoología.



### TURISMO DE INCENTIVO

Es el Turismo Constituido por programas y actividades para empresas u organizaciones, para motivar o premiar a funcionarios y equipos al fin de alcanzar las metas de producción o calidad. Ejemplos: Cruceros fluviales, safaris en jeep.

### TURISMO DE INVESTIGACION.

Es el Turismo que consiste en viajes y expediciones para el reconocimiento o estudio, llevado a cabo por instituciones o profesionales interesados en temas específicos. Ejemplos: antropología, arqueología, botánica, impacto medio ambiental.



### TURISMO PROFESIONAL.

Es el tipo de Turismo constituido por programas y actividades que permiten a los profesionales un contacto directo, in situ, con el tema al que se dedican, y en el que pueden ampliar conocimiento con otros profesionales. Ejemplos: agricultura, antropología, botánica, gemología.

### TURISMO RURAL.

Es el tipo de Turismo que ah surgido con la revaloración cultural y de las actividades rurales en los hoteles-haciendas.

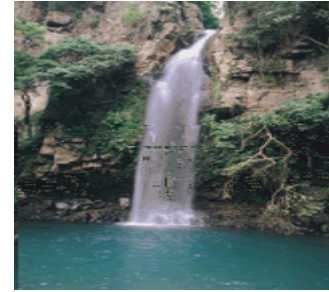
### ECOTURISMO

Ha nacido como producto de la nueva concepción de turismo, que consiste en no solo ocupar lugares con paisaje único por su belleza natural, sino en interactuar con la naturaleza. La arquitectura juega un papel fundamental en el Ecoturismo verdadero, que exige que la construcción sea un electo mas, pero no el predominante es así como esta disciplina obliga a interactuar, al ambiente (aspectos biológicos terrestres y marinos) con la arquitectura.

El medio paisaje biológico debe ser protegido y conservado, y las instalaciones turísticas deben provocar el menor Impacto posible.

El buen ecoturismo exige confort, pero también exige contemplar naturaleza inalterada.

Hay ecoturistas con tendencias a la forma marina, desde aquella que se observa buceando, como la que se observa en lancha; o bien hay grupos cuya preferencia son los pájaros. Otros, quieren sentir el ambiente como un apoyo para la conservación de estos ambientes, y no solo experimentarlo como turismo de aventura.



Ecoturismo **no** es urbanización: es paisaje y naturaleza no alterada.

De manera paralela al surgimiento del ecoturismo, ha presentado en los últimos años una decadencia en otros tipos de Turismos, como el llamado “Sol, playa, diversión y evasión”, que alcanzo su clímax durante la década de los años cincuenta. Hoy, el turismo de este tipo esta desapareciendo del mundo, y ello se debe, en parte a la conscientización y a la cultura ecológica. El explosivo e incontrolado desarrollo de infraestructuras turísticas en numerosas playas de todo el mundo, provoco la contaminación del entorno cultural de un gran numero de sitios que originalmente fueron elegidos, por su atractivo natural para construir las instalaciones hoteleras. Esta degradación obedece a que dichas infraestructuras, traicionando sus objetivos iniciales, se prostituyeron y convirtieron las metas turísticas en metas comerciales.

Hemos visto diferentes tipos de turismo en diferentes clases y categorías, pero nuestro objetivo es presentar una clase de Turismo familiar y de eventos clásicos, que abarque todo lo que es una Cd. colonial y visto estas nos enfocamos mas a lo que abarca todo el Turismo Cultural. A continuación veremos este detalladamente:

#### *f) Turismo Cultural* IMPORTANCIA.

El Turismo Cultural abarca todos los aspectos de los viajes por medio de los cuales las gente conoce la vida y pensamiento de otras personas. Por esto, el turismo es un instrumento importante para promover las relaciones culturales y la cooperación internacional. Por otra parte, estimular los factores culturales dentro de la nación es un medio de fomentar para atraer visitantes.

A los canales mediante los cuales un país se presenta frente a los turistas, se les puede considerar como factores culturales. Estos son: alimentos, bebidas, hospitalidad, productos manufacturados y artesanías de un país y todas las demás características de su estilo.

El turismo que logra éxito no se limita a tener mejores transportes y hoteles, sino que consiste también en saber dar un sabor nacional particular en lo que se refiere a estilos tradicionales de vida, y en proyectar una imagen favorable de los beneficios que esos bienes y servicios les brindaran a los turistas.

Bibliografía: Armando Deffis Caso  
Ed. árbol

Las atracciones culturales de una nación deben presentarse con inteligencia y creatividad esta época técnica de uniformidad, los productos de un país casi no se distinguen de otro. Tomados en un sentido mas estricto, los factores culturales en el turismo representan un papel dominante, en especial en aquellas actividades cuya intención específica es fomentar la transmisión o la participación de conocimientos e ideas. Veanse algunos ejemplos:

- ❖ Bibliotecas, museos, exhibiciones.
- ❖ Espectáculos musicales
- ❖ Programas y Grabaciones de radio y televisión
- ❖ Excursiones o cursillos de estudio
- ❖ Escuelas y universidades para estudios e investigaciones a largo plazo.
- ❖ Expediciones científicas y arqueológicas
- ❖ Producción conjunta de cintas cinematográficas
- ❖ Conferencias, congresos, reuniones, seminarios.



Además, muchas actividades que no son culturales o educativas en un sentido estricto, proporcionan oportunidades para que las personas de distintos países se conozcan.

## OTROS ATRACTIVOS TURISTICOS QUE ABARCA EL TURISMO CULTURAL.

### ARTE.

Admirar las expresiones como la pintura, la escultura, las artes graficas, y la arquitectura, constituye una importante motivación para viajar. Como un ejemplo específico, recuérdese la belleza de las formas artísticas japonesas como los esmaltes o pinturas en madera.

Una tendencia reciente en la administración de hoteles de vacaciones ah sido la exhibición de objetos artísticos y artesanías locales dentro del hotel, o en las cercanías, de manera que los huéspedes pueden conocer el arte de la población local. Estos objetos pueden estar a la venta y convertirse así en valiosos recuerdos. Los festivales artísticos incluyen a menudo diferentes expresiones de las bellas artes, así como otras expresiones culturales que les imprimen un atractivo más general.

## MUSICA Y DANZA.

Las expresiones y recursos musicales de un país se cuentan entre sus aspectos más atractivos y entretenidos. De hecho en algunos países o estados la música es una fuente principal de diversión y satisfacción para los visitantes.

Los hoteles de vacaciones, en particular pueden brindar a los huéspedes oportunidades para disfrutar lo mejor de la música local. Los visitantes gustan de conciertos comunitarios, desfiles militares y ceremonias de bienvenida.

La danza en sus formas nativas o étnicas es uno de los aspectos más atractivos de la cultura de un país, y puede ofrecer como un eficaz atractivo turístico. Este atractivo se va incrementando por el color, el vestuario, la música, la decoración, la habilidad y la forma de ejecución. Las combinaciones de la danza y la música étnicas son parte de la cultura y deberán mostrarse como atractivo turístico, pero los espectáculos locales, como clubes nocturnos y los programas comunitarios presentan oportunidades adicionales.



## ARTESANIAS.

Para satisfacer la curiosidad de los turistas, los artículos de regalo o de recuerdo que se ofrezcan a la venta deberán fabricarse en el mismo país donde se haga la compra. No satisface el adquirir y un artículo y descubrir después que se fabricó en otro país distante miles de kilómetros. No hay sustituto para el artículo genuino. Si el artículo producido en la localidad es útil y atractivo, se deberá colocar en tiendas convenientes ubicadas. Una visita a los establecimientos donde se fabrican los artículos de artesanía constituye una forma efectiva de entretener a los huéspedes. Si el visitante puede ver el proceso de la fabricación del objeto en manos del artesano, y tiene la oportunidad inmediata de comprarlo.

## ALIMENTOS Y BEBIDAS.

Los alimentos y bebidas de un país figuran entre sus expresiones culturales más importantes. El turista disfruta de los alimentos nativos, en particular de los alimentos de naturaleza étnica o local; cuando se encuentra de viaje, probar nuevos platillos es parte de la diversión. Los restaurantes y Hoteles pueden causar una grande impresión en el turista si incluyen platillos locales en el menú y quizás también una explicación sobre lo que contiene el plato y como se prepara. Tiene un atractivo especial el restauran cuyo ambiente concuerda con el tipo de alimentos que se sirva.

La adquisición de alimentos y bebidas locales es otra fuente de ingresos turísticos, así como la satisfacción y recuerdos para los visitantes.

El turista considera que comer y beber son parte importante de sus vacaciones. Es de gran importancia la forma en como se preparen y sirvan estos alimentos. Entre los recuerdos mas agradables se puede contar la experiencia de comer en un restaurante particularmente atractivo y original, donde se preparen y sirvan platillos locales.

Es muy conveniente que las organizaciones turísticas estimulen a los restaurantes y hoteles a que sirvan comidas regionales.

## 2. Planes de Turismo en Morelia

El Ayuntamiento de Morelia a través de la Secretaria de Turismo, tiene como propósito posicionar a su Ciudad como uno de los principales destinos de Turismo cultural en México. Lograrlo, implica múltiples esfuerzos: publicitar congruentemente la Cd. Al exterior del Estado y del país; capacitar a los empresarios turísticos; y participar todos en el cuidado de la Ciudad, los atractivos Turísticos, la conservación de las tradiciones y el buen trato al turista.

La actividad turística en Morelia, al igual que en otras ciudades del mundo, puede convertirse en la clave para llegar al desarrollo y conservación de la ciudad; así como llegar a representar una fuente importante de ingresos económicos para los morelianos y para el mejoramiento de su calidad de vida.

La campaña publicitaria se desarrolla, maneja como slogan **Morelia de fuego y cantera**. De esta manera, con el **fuego** se significa ímpetu, la visión y la fortaleza de una ciudad históricamente propositiva; y con la **cantera**, la belleza de sus monumentos y plazas depositarios de una tradición cultural y una forma de vida.

Además del slogan, la campaña tiene como promesa: **Historia Pasión y Alegría**. Así el turista al visitar Morelia encontrara historia que significa el devenir cultural, artístico y monumental de la ciudad desde sus orígenes a la fecha; pasión con su gente visionaria creativa impetuosa y de espíritu fuerte; y alegría como resultado de la experiencia del turista en nuestra Ciudad.

Bibliografía: Roberto McIntosh  
Shashikant Gupta  
Ed. Lumusa

Morelia es una ciudad preparada para competir con otros destinos. Sus servicios: hoteles, restaurantes, centro de convenciones, centro Histórico (Patrimonio Mundial de la Humanidad desde 1991), y atractivos cercanos la colocan como una ciudad privilegiada y de gran potencial para atender al mercado del turismo cultural y de convenciones. Además su ubicación Geográfica y sus conexiones carreteras permiten el acceso a dos mercados importantes, el Distrito Federal y Guadalajara.

Una ciudad es su gente, lo más importante de la alegría que da la experiencia del visitante y surge como resultado de la convivencia amable y cordial y atenta entre el turista y nuestra gente. **Tú eres el corazón de Morelia.**

Para ser el corazón de Morelia necesitamos que nos ayudes:

- ❖ Atendiendo amablemente y respetuosamente al turista.
- ❖ Brindando al turista información.
- ❖ Sirviendo con rapidez y eficiencia al turista.
- ❖ Respetando las costumbres y tradiciones.
- ❖ Regalando siempre una sonrisa.
- ❖ Respetando los señalamientos de tránsito (cruces peatonales paradas de autobuses y cruces para discapacitados)
- ❖ Conservando limpia la Ciudad, los monumentos, parques y plazas.

Nuestros visitantes tuvieron la oportunidad de elegir entre muchos destinos turísticos del país, inclusive del mundo, y al elegir Morelia tenemos un gran compromiso de calidez que solo podremos cumplir con tu apoyo.

#### *a) Certificación para la calidad Turística*

Es compromiso del Ayuntamiento de Morelia apoyar y promover el desarrollo de la industria Turística en la Ciudad, y el cumplimiento de este objetivo se ha creado el Consejo para el Desarrollo Turístico de Morelia, el cual tiene dentro de sus atribuciones la Calidad Turística programa que contribuirá al mejoramiento de los servicios turísticos en la Ciudad.

Es por eso que el solicitante a la Certificación deberá de cubrir los siguientes requisitos y contestar la información solicitada, entregando esta información en impresión y en disco para la computadora.

#### **CARTA**

Dirigida al Consejo para el Desarrollo Turístico Municipal, solicitando la certificación de la calidad turística para su negocio o actividad.

## FOTOS DEL ESTABLECIMIENTO

De la fachada e interiores.

## DATOS GENERALES

1. Nombre de la empresa.
2. Giro.
3. Razón social.
4. Dirección completa.
5. Teléfono.
6. Fax.
7. Correo Electrónico.
8. Nombre del gerente y/o encargado.
9. Cámaras a las que se encuentra afiliado.

## DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

- ❖ Horarios de funcionamiento (actual y solicitado).
- ❖ Tipo de comida (si maneja alimentos).
- ❖ Grupo musical y/o variedad (si los tiene).
- ❖ Capacidad del establecimiento.
- ❖ Numero de empleados.
- ❖ Cursos de capacitación a empleados programados o ya impartidos durante el presente año.
- ❖ Programa de capacitación anual por área.
- ❖ Programa de acreditación de calidad.

## REQUISITOS DE PROTECCION CIVIL

Salidas de emergencia	SI	NO
Extinguidotes	SI	NO
Señalización	SI	NO
Acceso para personas discapacitadas	SI	NO
Instalaciones sanitarias para personas discapacitadas	SI	NO

## DATOS DE SERVICIO

Su establecimiento cuenta con:		
Baños de damas.	SI	NO
Baños de caballeros.	SI	NO
Bodega.	SI	NO
Estacionamiento o contrato con alguno.	SI	NO
Valet Parking	SI	NO

## SERVICIOS BILINGÜES

Su establecimiento cuenta con:

Carta bilingüe.	SI	NO
Personal Bilingüe.	SI	NO

Es importante señalar que la certificación turística municipal toma e cuenta los antecedentes de su empresa en el cumplimiento de los horarios establecidos, las quejas de los vecinos y el buen comportamiento de sus clientes en la vía publica al salir de su establecimiento.

El expediente completo deberá ser entregado a la Dirección de Turismo y será analizado por el consejo para el desarrollo turístico de Morelia dentro de las Juntas Ordinarias para su evaluación. La respuesta será entregada por escrito con copia para la secretaria del Ayuntamiento y para la Dirección de Inspección y Vigilancia.

### *b) Elevación de los Ingresos por Turismo*

En el cuarto año de gobierno de la presente administración, se ha avanzado en consolidar los ejes rectores que guían la política de México: hacer del Turismo una prioridad nacional, tener turistas realmente satisfechos, mantener destinos sustentables y contar con empresas competitivas. Así lo demuestran los resultados obtenidos en el año 2003 al mantener el 8bo lugar en la captación de turistas, lo cual refleja la competitividad y diversificación de nuestros productos turísticos en relación con los de otras naciones. Durante el primer semestre del año 2004, México continuó con la trayectoria positiva, tanto en el número de visitantes internacionales como en la derrama de divisas.

### *c) Para profesionalizar los servicios turísticos, abren espacios para SECTUR Y UTM*

*Se firma Acuerdo de Profesionalización con la Secretaria de Turismo del Estado*

La universidad proporcionara a la Secretaria de Turismo del Estado nuevas formas de profesionalización y capacitación para el sector, como una preparación polivalente para eficientar su desempeño en empresas, industrias o instalaciones del sector publico o privado, así como en el desarrollo de su propia empresa, además de brindar nuevos apoyos como el acceso a la utilización de su infraestructura de laboratorios.



La Secretaria de Turismo a su vez, abrirá sus espacios a los alumnos de la Universidad con carreteras afines al sector, para que efectúen labores de servicio social, Estancias y Estadías.

En ese sentido, las estancias se refieren a practicas interactivas de 120 horas en las cuales el alumno accederá al medio productivo, confrontando la aplicación practica de las tecnologías y ciencias en su plan de estudios.

Las estadías a su vez, se refieren al periodo de interacción-durante el sexto cuatrimestre de estudios, donde el alumno permanecerá en una empresa, organización publica o privada, bajo la tutela de uno de sus integrantes, contando con la asesoría de la Universidad, para desarrollar un proyecto de investigación tecnológica que se traduzca en una aportación a la misma.

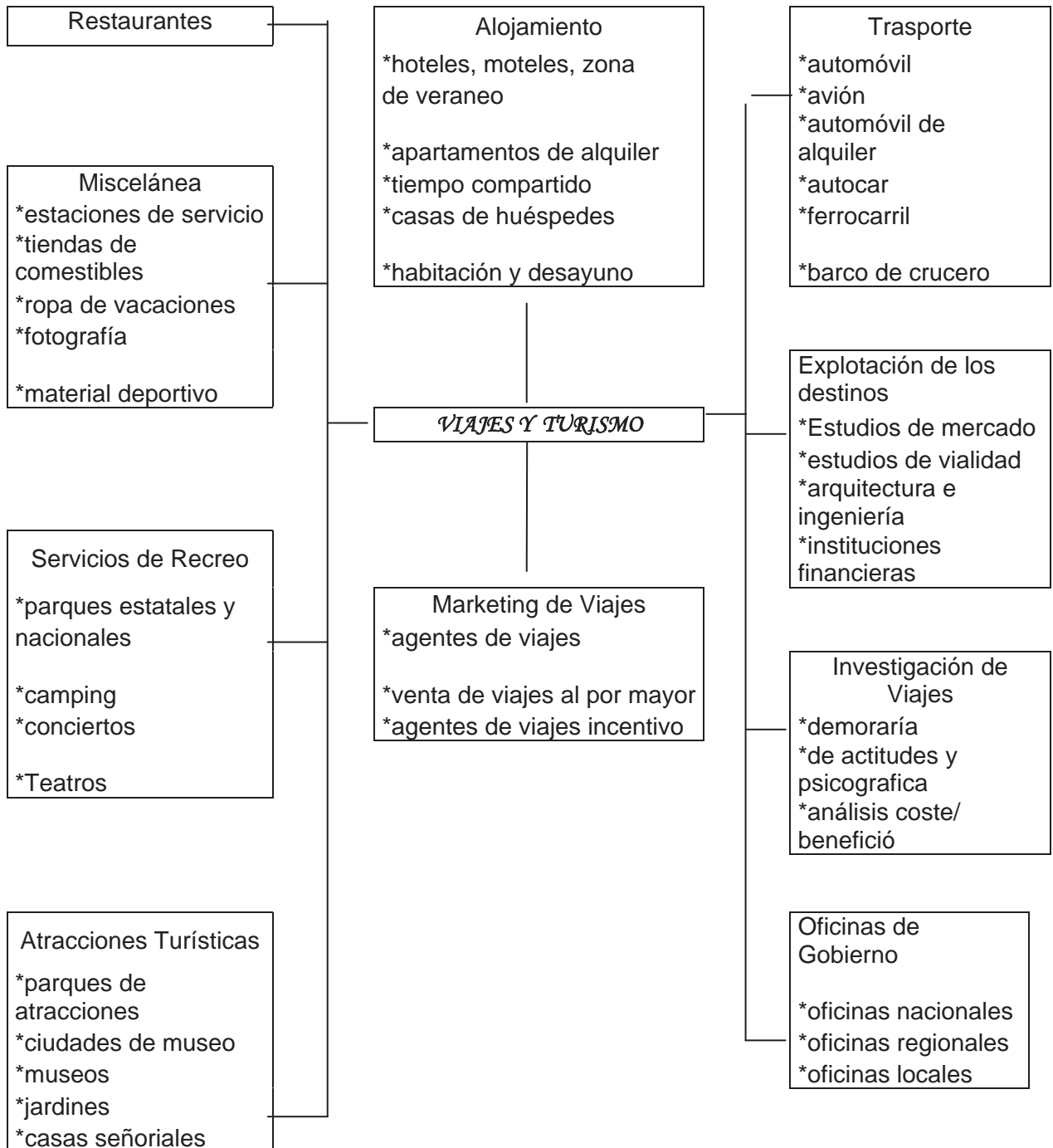
La Secretaria apoyara a la Universidad como enlace con los prestadores de servicios turísticos para que participen en las acciones tendientes a la elaboración de estudios de factibilidad y colaboración en propuestas de planes y programas para la apertura de alguna carrera relacionada con el sector.

El convenio surtirá efectos a partir de este lunes 19 de Enero hasta el 30 de Noviembre del año 2006.

Al término de la reunión se llevo acabo un taller de trabajo para el personal de la Secretaria del Estado, en donde la coordinación de comunicación social realizo una Exposición detallada sobre los diversos Lineamientos y Disposiciones que establece la Ley de Acceso a la información

Información: Secretaria de Turismo.  
Gobierno del Estado de Michoacán  
Departamento de Información y Estadísticas

Figura 4-6 Combinación de Viajes y Turismo  
d)



Bibliografía: Manual de Organización y Administración de Turismo  
Donald E. Lundberg, Ph.D. Ed. Centrum

## CAPITULO 5

*TURISMO AL CUAL NOS ENFOCAMOS*

Posada Rincón Azul se enfoca al tipo de turismo de Negocios el cual permite a personas con un ingreso considerado, a gozar de nuestros servicios, como también tenemos la alternativa del Turismo de incentivo que ya se hablo anteriormente de las características de este. Otro mercado muy importante que tenemos es el Turismo Religioso, ya que brindamos hospitalidad de sacerdotes y obispos.

*a) Turismo de Negocios*

Es el turismo que practica el hombre de negocios (Comerciante, profesional o técnico) cuando a desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajísticas y sitios de diversión. Venezuela tiene muchas instalaciones industriales, tales como a Siderúrgica con su diferentes plantas de procesamiento de metates, su gran industria petrolera, su proceso agrícola y pecuario, etc. que hacen que muchos comerciantes, inversionistas, profesionales especializados y técnicos que vienen al país en plan de negocios compartan su viaje con el turismo, si le presentamos facilidades para tal fin. Si nos atuviéramos a la definición que hacen los suizos de la Escuela de Altos Estudios Económicos de la universidad de Berna, la cual dice así; "Se entiende por turismo al conjunto de relaciones y fenómenos resultantes del viaje y de la estada de no residentes siempre que esa estada no cree un establecimiento durable ni derive en actividad lucrativa", no podríamos considerar la existencia del turismo de negocios, pero si consideramos que el hombre de negocios, al conseguir facilidades para practicar el turismo, comparte su tiempo en esparcimiento, si podemos incluir dentro de la clasificación del turismo, el turismo de negocios. Además, pudiera ser que el hombre de negocios que visite nuestro país, por las bondades turísticas de Venezuela, prolongase su estada en nuestro país y por ende aumentase su gasto al reinvertir aquí parte de las divisas que obtuvo en el negocio que originalmente lo trajo a Venezuela. Yo creo, sin chocar con el criterio suizo, en el "Turismo de negocios", criterio que a fin y al cabo es solo definición y estadística, por lo que pienso que los venezolanos debiéramos incorporar más comerciantes, técnicos y hombres de negocios en general, al disfrute de nuestro turismo para crecimiento de nuestra tecnología y desarrollo económico.

## b) Turismo Religioso

El término turismo religioso es un término de nueva creación que fue acuñado en los últimos decenios. Puede que date del mismo período que el término turismo. Hay que preguntarse, sin embargo, si en épocas anteriores no existía ya este tipo de turismo que hoy en día viene definido como turismo religioso. Lo seguro es que antes no fue practicado por grandes masas. ¿Pero, a lo largo de la historia, no van apareciendo caminantes de varia índole que en sus peregrinaciones anhelaban conocer el mundo, satisfacer su curiosidad, tal vez más que alcanzar destinos religiosos?

Intentemos definir con más precisión los términos, sabiendo que esta definición sólo será un esbozo. Una peregrinación se define como un "viaje que se emprende para llegar a un lugar considerado sagrado por la acción de Dios en él". Este viaje se emprende por motivos religiosos y para realizar actos religiosos de penitencia o de devoción. Nace del deseo de ponerse en contacto con el Sacrum. El turismo religioso debe considerarse como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales. A los motivos tradicionales para hacer turismo como el deseo de moverse, el descanso, la curiosidad para conocer un nuevo paisaje, para conocer a nuevas personas y el patrimonio cultural, se les añaden cualitativamente nuevos elementos.

El término turismo religioso no sólo ha empezado a introducirse en la terminología laica sino también en la eclesiástica. Este término se utilizó en el Directorio general para la pastoral del turismo publicado por la Sede Apostólica, es decir, en el documento principal para la actual pastoral. El texto original en latín utilizó el término *turismus religiosus* que viene a representar un neologismo latino especial. A este término se le añadió entre paréntesis el término *peregrinatio*. Un análisis más profundo de todo el documento no ayuda para distinguir entre los dos conceptos ni tampoco contribuye a definir con exactitud el turismo religioso.

Los Papas Pablo VI y Juan Pablo II definieron la peregrinación como una forma especial de hacer turismo. Tanto las afirmaciones de los Papas como el Directorio citado más arriba, no constituyen ninguna base para crear científicamente la definición de ambos conceptos. Tampoco pueden considerarse afirmaciones oficiales realizadas por parte de la Iglesia.

## CAPITULO 6

### JUSTIFICACION DEL MERCADO

#### a) Estadísticas de Turismo de Negocios y Turismo Religioso

El Turismo de Negocios y el Turismo Religioso cada uno ocupa el 2% de visitantes a la Cd. de Morelia. A continuación mostrare el número exacto de visitantes por mes:

MES	RESIDENTES	NO RESIDENTES	TOTAL
Enero	2016	466	2482
Febrero	2078	608	2686
Marzo	1859	612	2471
Abril	2436	381	2817
Mayo	1911	545	2456
Junio	2011	560	2571
Julio	3871	937	4808
Agosto	2940	777	3717
Septiembre	2774	481	3255
Octubre	3095	760	3855
Noviembre	2981	873	3854
Diciembre	3114	898	4012
	<i>31,086 personas</i>	<i>7,898 personas</i>	<i>3,8984 personas</i>

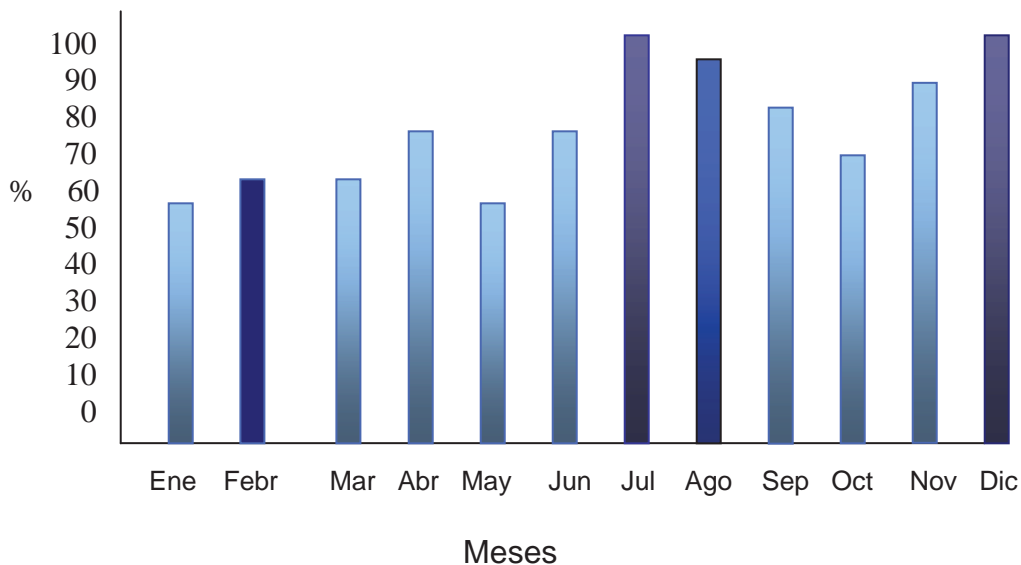
Fuente: Secretaria de Turismo  
Gobierno del Estado de Michoacán  
Departamento de Información y Estadísticas

En la mayoría de los hoteles de nuestro centro colonial en temporadas bajas se puede confirmar que el 30% de los turistas son de negocios, la mayoría de los huéspedes se queda mas de una noche, en promedio la estancia es de 3 días ya que estos hoteles cuenta con 33 hasta 112 habitaciones.

Villa Rincón Azul, es del estilo parecido a la Casa de las Rosas, ya que se esta ofreciendo una estancia muy colonial estilo casona. En temporadas bajas tiene una totalidad de ocupación del 60% de turismo de negocios y religioso. Los días que cuenta con mas demanda son de Jueves a domingo (este ultimo es el día de salida).

En temporada alta todas nuestras habitaciones están ocupadas día a día, por toda clase de turismo. Nuestros clientes son frecuentes ya que si nos visitan una vez tenemos el privilegio de esperarlos nuevamente.

Figura 6-1 Ocupación por mes, Turistas de Negocios y Religioso.

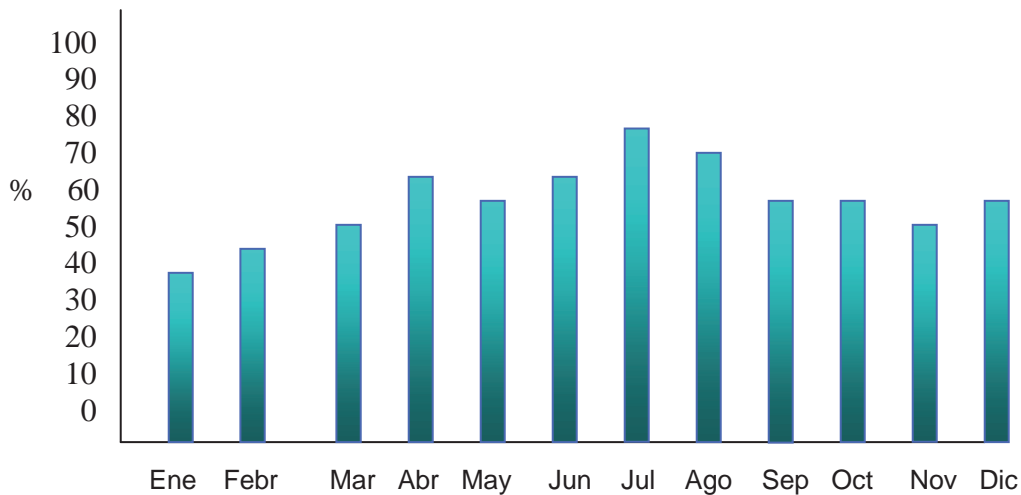


Fuente: Secretaria de Turismo  
Gobierno del Estado de Michoacán  
Departamento de Información y Estadística

Ocupación Hotelera y Estadía Promedio “Mensual” en los Centros Turísticos.

MES	OCUPACION HOTELERA % MENSUAL	ESTADIA PROMEDIO DIARIO
Enero	41	2.14
Febrero	46	2.14
Marzo	55	2.19
Abril	59	2.22
Mayo	57	2.22
Junio	59	2.11
Julio	73	2.23
Agosto	66	2.26
Septiembre	55	2.17
Octubre	55	2.21
Noviembre	50	2.34
Diciembre	55	2.12

Figura 6-2 Ocupación hotelera y estadía Promedio “Mensual” en los centros Turísticos.



Fuente: Secretaría de Turismo  
Gobierno del Estado de Michoacán  
Departamento de Información y Estadísticas

Figura 6-3 % de hoteles de acuerdo a su categoría en la Ciudad de Morelia

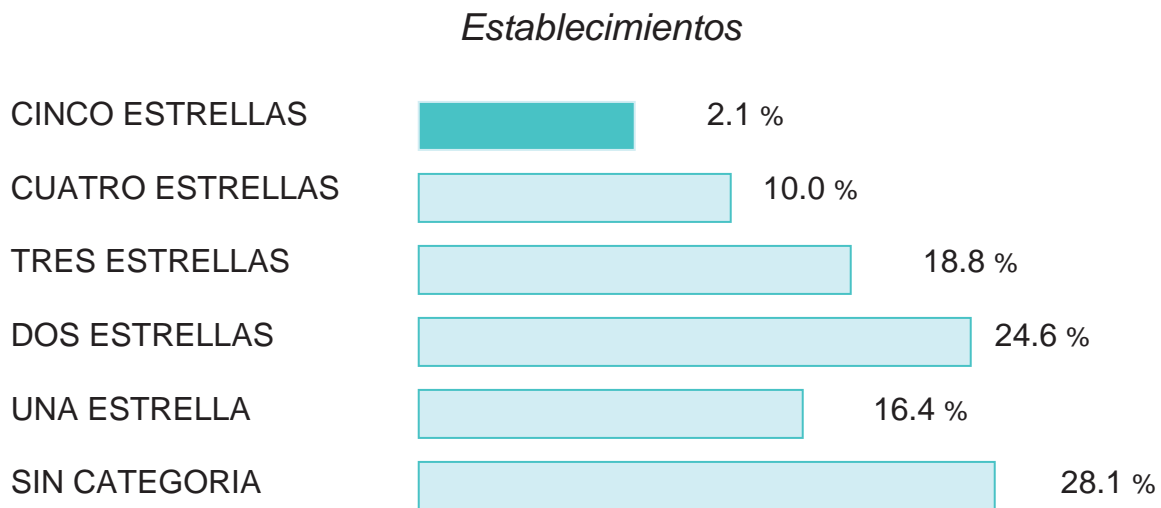
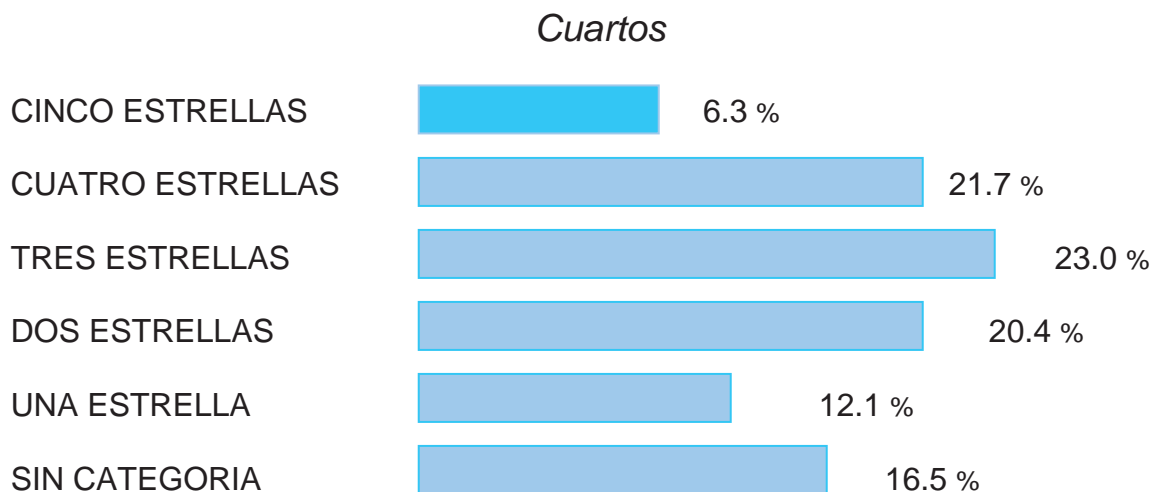


Figura 6-4 % de habitaciones en hoteles dependiendo de su categoría.



Fuente: Secretaría de Turismo  
Gobierno del Estado de Michoacán  
Departamento de Información y Estadísticas



*b) Porque este tipo de establecimiento?*

Morelia cada año cuenta con un número notable de visitantes, que vienen por parte de Gobiernos de otros estados, para tratar asuntos concernientes a Política es por eso que el Turismo de Negocios cuenta ampliamente con el servicio de sus habitaciones y actividades que desarrolla para su mayor comodidad hacia nuestros clientes distinguidos. Así también podemos contar con todas aquellas personas que han sido enviadas por cierto tipo de empresas para abarcar programas realizados por estas; conociendo este tipo de turismo como Turismo de Incentivo.

Nuestros Turistas a su vez pueden conocer y explorar nuestro precioso centro histórico, así como también pueden contar con la suerte de presenciar eventos que hay en distintas fechas del año.

Villa Rincón Azul, también ofrece lo que es un hermoso restaurante y bar, que es ideal para aquellas ocasiones en que nuestros clientes requieran el servicio de Brindis, cenas Navideñas o eventos familiares de gran calidad como también de empresas. Ya que contamos con un gran ambiente de confort; y que decir de una agradable e íntima noche de Bodas para los enamorados novios, ya que nuestras suites son perfectas para una noche acogedora y de gran Romanticismo.

Villa Rincón Azul es un proyecto en el cual piensa en nuestros turistas, los cuales sabemos que son clientes distinguidos y de grandes exigencias y caprichos, las cuáles enfrentamos con gusto y agrado porque nuestro trabajo es servir y garantizar calidad.

*c) Actividades que realizamos*

- ❖ Villa Rincón Azul se enorgullece con las actividades y servicios que le brindamos a nuestros clientes.
- ❖ El hotel cuenta con 4 suites finamente decoradas.
- ❖ Las suites están equipadas con la más alta tecnología, DVD, cómodos y elegantes muebles y conexión a Internet.
- ❖ Bar en donde el ambiente el buen gusto y la elegancia se hacen presentes
- ❖ Contamos con un restaurante con un ambiente de comodidad el cual ofrece platillos tanto nacionales como internacionales.

## CAPITULO 7

*ENFOQUE PLANEACION ESTRATEGICA "VILLA RINCÓN AZUL"**a) Misión Villa Rincón Azul*

Ofrecer al viajero alojamiento con unas distinguidas estancias de descanso, comodidad y distinción; donde usted podrá contar con otros servicios complementarios como restaurante donde podrá encontrar toda clase de suculentos alimentos mexicanos; y un bar donde ofrece al cliente y a su paladar el buen gusto con la refinada gama de licores y bebidas complementarias.

Usted podrá elegirnos y nos preferirá, porque ofrecemos servicios y resultados de primera calidad con la máxima eficacia y eficiencia por parte de nuestros empleados que se sentirán orgullosos y con ganas de trabajar en *Villa Rincón Azul*.

Con el propósito de ser los mejores para nuestros clientes estamos comprometidos que una vez que usted nos visite, nos elegirá como su villa preferida ya que usted se sentirá en la comodidad de su hogar, pero con todos los servicios a su merced.

*Visión Villa Rincón Azul*

Seguir enfocándonos a los gustos y sugerencias de nuestros clientes, para que siempre salgan con una sonrisa en su rostro y un buen sabor de boca.

- ❖ Seguir identificándonos con nuestros clientes.
- ❖ Seguir trabajando en equipo.
- ❖ Calidad y mucho profesionalismo.

Para que así en algún futuro poder tener el gusto de ofrecer nuestros servicios en otra parte de la republica.

Así mismo importante para nuestra visión, es que vivimos sujetos a un código de conducta empresarial impulsado por un sistema de valores que promueve la honradez, la integridad y el crecimiento personal de todas las relaciones humanas con cada individuo.

Nuestros valores son las reglas que usamos, para operar: decidir la verdad, ser justo, mantener las promesas de cada servicio que ofrecemos, y respetar a las personas.

*b) Objetivos generales Villa Rincón Azul*

- ❖ Obtener gran demanda, para así poder tener la oportunidad a la apertura de nuevas sucursales tanto aquí en Morelia como en otras partes del estado.
- ❖ Obtener prestigio en cuanto a nuestros servicios y la calidad que ofrecemos.
- ❖ Ir mejorando cada año tanto en la calidez del personal como en el servicio.
- ❖ Lograr estadísticas excelentes de acuerdo a la información de la Secretaria de Turismo.
- ❖ Mejorar en cuanto a la competencia e ir cada vez mas arriba que ellos.
- ❖ Todos los servicios que ofrecemos se renueven cada temporada vacacional, para así tener algo innovador y de estilo propio.
- ❖ Cada año contar con una Auditoria para una excelente manejo contable de nuestra empresa.

*Objetivos particulares Villa Rincón Azul*

- ❖ En cuanto al Departamento Administrativo ir renovando la forma de trabajo, ofreciendo al Administrador cursos y seminarios para un buen desempeño del mismo.
- ❖ Ofrecer a nuestros trabajadores cursos, con la finalidad de orientarlos para su gran desempeño y trato hacia nuestros clientes.
- ❖ Ser fuente de empleo.
- ❖ Cada departamento cuenta y ofrecer calidad distinción y profesionalismo.
- ❖ Tanto el bar como el Restaurante tiene la meta de ofrecer calidad en cada una de sus funciones, en buen gusto.
- ❖ Pronta penetración en el mercado Hotelero de la ciudad de Morelia.
- ❖ Ser distinguidos a la altura de los hoteles de 5 estrellas.

c) Estructura FODA Villa Rincón Azul

FODA → Fuerzas → Oportunidades → Amenazas → Debilidades

Fuerzas.... Actividades que controlan la Organización

- Conocimiento en el área
- Relacionarse con gente del mismo ambiente
- Los ingresos son óptimos para la distribución con el personal, y por consiguiente la obtención de ganancias
- Responsabilidad y compromiso con los clientes
- Líderes en nuestra categoría
- Identidad propia en cuanto a categoría y ubicación
- Congruencia en valores, principios de nuestro personal
- Iniciativa en el buen servicio
- Creatividad para sorprender al cliente en el buen servicio
- Confianza en el medio que nos rodea
- Conocer el gusto y preferencia del cliente

Oportunidades.... Factor que promete que las metas serán alcanzadas.

- Mas clientes con aspiraciones de un servicio nuevo
- Localización del lugar donde se encuentran el tipo de turistas que buscamos
- Ciudad con bastantes turistas de Negocio y Religioso
- Localización en una Cd. llena de tradiciones y cultura
- Tenemos la tecnología a nuestro alcance, para la mayor visualización de nuestro negocio. Con el extranjero.
- Gracias al sitio web podemos darnos a conocer en todo el mundo con turistas que busquen nuestro tipo de servicio
- Los competidores han crecido tanto, que ya no dan el toque personal que los huéspedes desean y que nosotros si les podemos brindar.

Amenazas.... Impedir que la empresa logre sus metas.

- El mercado no identifica bien la clase de servicios que brindamos.
- Universo inmenso de competidores
- Experiencia de otros colegas
- Cambios fuertes en cuanto al gusto de los huéspedes
- Introducción en el mercado de una nueva villa con características semejantes
- Fuerza de un adversario
- La ubicación se encuentra en una calle no tan vista, como la avenida principal
- Mal tiempo de clima en la Cd. que impida al turista andar por las calles
- Las empresas rivales imitan nuestras ideas e innovaciones

Debilidades.... Te impiden seguir desarrollándote.

- Pesimismo recién abierta la villa
- Tensión por adquirir mas huéspedes para alcanzar a cubrir los gastos
- Enojo y frustración al ver la gran avalancha de competidores
- Desinterés al poco tiempo de haber abierto al público
- Preocupación al cumplir con el cliente en su satisfacción, como también con todos los requisitos requeridos legalmente.
- Tristeza al no obtener los resultados esperados tan pronto como pensábamos
- Desconfianza en los empleados (mala comunicación).
- Exageración desmedida en cuanto a cifras (todo se consigue poco a poco)
- Sentimientos de frustración en cuanto a no ver resultados deseados
- Conformidad en cuestión de trabajo
- Falta de palabra en cuanto a servicios
- Desobligación con los huéspedes enfocándonos al servicio.

d) Estrategias

- Estrategia **FO** Aprovechar las fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades.
- Estrategia **FA** Aprovechar las fortalezas para enfrentar las amenazas.
- Estrategia **DO** Superar las debilidades para tomar ventaja de las oportunidades.
- Estrategia **DA** Minimizar las debilidades y enfrentar las amenazas.

“A continuación señalaremos las Estrategias de Villa Rincón Azul”

**FO** Fortalezas → Oportunidades

- ❖ Ya conocemos el tipo de clientes que visitan nuestra villa, así que tratamos de darles el mejor que aspira.
- ❖ Entender la importancia de conocer gente en el mercado ya que gracias a la ubicación es un lugar donde se ubican varios hoteles y rondan los turistas.
- ❖ Tenemos todos los servicios en el Hotel, tal como reservación por vía Internet, información sobre tarifas, libro de visitas, descripción de instalaciones tanto dentro de la villa como la cultura de sus alrededores y promociones especiales.
- ❖ Realizamos traducciones y adaptamos el sitio a países diversos.
- ❖ Adiestramiento de la fuerza laboral.
- ❖ Incorporar nuevas técnicas y recursos para conocer mejor a los clientes y mejorar la manera de relacionarse con ellos.

**DO** Debilidades → Oportunidades

- ❖ Sabemos acerca de la capacitación de los clientes y de cómo lograr que cuando hayan visitado el sitio sigan confiando en nosotros.
- ❖ Tener a los empleados necesarios y muy bien capacitados para que presten buen servicio
- ❖ Gracias a la ubicación y mercadotecnia en distintos medios tenemos gran cantidad de turismo.
- ❖ Desarrollar más a fondo nuestros anhelos, teniendo en cuenta no llegar a nuestras debilidades

- ❖ No bajar la moral, vamos empezando y todo va surgiendo en base al tiempo para poder ver resultados
- ❖ Desarrollar métodos nuevos, para atraer al turista.

**FA** Fuerzas → Amenazas

- ❖ Tener la confianza de salir al mercado y al publico ya que estamos capacitados y tenemos conocimiento de nuestro proyecto
- ❖ Innovar nuestros servicios, teniendo en cuenta nuestro sello distinguido de confort y elegancia.
- ❖ Sabemos el gusto de nuestros clientes y por la clase de servicios que esperan recibir
- ❖ Entender la importancia del rol del prestador de servicio, atención y preservar la calidad, como resultado táctico para evitar la perdida de clientes y generar acciones que inviten a nuevos clientes.
- ❖ Identificar formas de analizar y actuar con alternativas mas efectivas para generar la lealtad con los clientes y evitar que se vayan con la competencia.

**DA** Debilidades → Amenazas

- ❖ Reconocer el tipo de inquietudes que tenemos y así darles una resolución y evitar la perdida.
- ❖ Revisar valores y comportamientos para asegurarse de estar orientados a incrementar la satisfacción de los clientes, a través de reconocer cada momento de interacción como una oportunidad de dar excelente servicio y calidad
- ❖ Identificar las prácticas que imposibilitan el avance de nuestro negocio en todos los aspectos para así dar una solución a cada tipo de acción mal ejecutada.
- ❖ Seguir adelante pese a todos los conflictos que podamos tener; ya que es mas valioso lo bueno y ser mas cuidadosos en cuanto sepamos que algo marcha mal.
- ❖ Aumenta la eficiencia de nuestros servicios; y así estar a la altura de cualquier tipo de negocios que se nos parezca
- ❖ Construcción de acuerdos para sacar adelante nuestro negocio
- ❖ Tener nuestro propio sello, con distinción, servicios y calidad.

Bibliografía: Administración Estratégica  
Fred R. David  
Ed. Pearson Educación  
5 ta Ed.  
Año 1997

## La matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE)

Esta técnica indica, en forma objetiva, cuales son las mejores estrategias alternativas.

La MCPE es un instrumento que permite a los estrategas evaluar las estrategias alternativas en forma objetiva, con base en los factores críticos para el éxito, internos y externos, identificados con anterioridad. Como los otros instrumentos analíticos para formular estrategias, la MCPE requiere que se hagan buenos juicios intuitivos.

El atractivo relativo de cada estrategia dentro de una serie de alternativas se calcula determinando el impacto acumulado de cada uno de los factores críticos para el éxito, internos y externos. En una MCPE se puede concluir cualquier cantidad de series de estrategias alternativas y una serie puede estar compuesta por cualquier cantidad de estrategias.

**CA** → Calificación del atractivo ¿Afecta este factor la elección de la estrategia?

Si la respuesta es Sí:

1= no es atractiva.

2= Algo atractiva.

3= bastante atractiva.

4= muy atractiva.

Si la respuesta es No:

Indica que el factor crítico para el éxito respectivo no tiene repercusiones para la elección concreta que se esta considerando.

**TCA** → Calcule las calificaciones del atractivo total.

Se obtiene multiplicando los pesos por la CA.

Las calificaciones del atractivo total, indican el atractivo relativo de cada una de las estrategias alternativas para el éxito.

**PESO** → Asigne un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa.

**RESULTADO DE LA GRAFICA POSTERIOR:**

Las oportunidades del negocio, tienen las estrategias mas atractivas, en comparación con las demás.



MCPE MATRIZCUANTITATIVA VILLA RINCÓN AZUL.

<b>Factores Críticos p/ el éxito</b>	<b>PESO</b>	<b>CA</b>	<b>TCA</b>
<i>Oportunidades</i>			
1.Localización del Negocio donde hay bastantes turistas.	0.10	4	0.40
2.Cd. bastantes turistas de Negocios y Religioso.	0.15	3	0.45
3.Contamos con servicio Web en toda su expresión.	0.10	4	0.40
4. Toque personal del negocio.	0.10	2	0.20
5.Clientes con aspiraciones nuevas.	0.05	—	—
			1.45
<i>Amenazas</i>			
1.El mercado no identifica aun nuestra clase de servicios.	0.10	2	0.20
2.Universo inmenso de competidores.	0.05	4	0.20
3.Experiencia de otros colegas	0.10	3	0.30
4.Ubicación en calle cerrada	0.05	—	—
5.Imitaciones empresas rivales	0.15	2	0.30
			1
<i>Fuerzas</i>			
1.Conocimiento en el área	0.10	3	0.30
2.Universo inmenso de Competidores.	0.10	2	0.20
3.Lideres de nuestra categoría	0.10	4	0.40
4.Iniciativa en el buen servicio	0.05	2	0.10
5.Conocer el gusto y preferencia del cliente.	0.15	2	0.30
			1.30
<i>Debilidades</i>			
1.Pesimismo recién la apertura	0.05	—	—
2.Tensión por la adquisición de nuevos clientes.	0.10	—	—
3.Enojo y frustración por la cantidad de competidores.	0.15	4	0.60
4.Tristeza en no obtener los resultados esperados.	0.15	2	0.30
5.Falta de palabra en cuanto al servicio.	0.05	4	0.20
			1.10

### *Instrumentación de la Estrategia.*

La instrumentación es el último paso. La mejor estrategia puede fallar si la administración no es capaz de traducirla en programas, políticas, presupuestos y otros planes a corto y largo plazo necesarios para llevarla a cabo. Además la etapa de instrumentación requiere de una comunicación exitosa de la estrategia a todos los niveles de la administración. Si los administradores no logran comprender la estrategia o su rol individual en esta, es seguro que la estrategia será suboptimizada.

### *Tipos de Estrategias.*

Se ha propuesto que puede adoptar una de cuatro estrategias: Estabilidad, Crecimiento, Contracción, o un enfoque combinado.

**Estabilidad.** Una estrategia de estabilidad se caracteriza por la ausencia de cambios significativos. Ejemplos de esta estrategia incluyen el continuar sirviendo a los mismos clientes ofreciendo en el mismo producto o servicio, manteniendo la participación del mercado o sosteniendo el nivel pasado de rendimiento sobre la inversión de la organización.

**Crecimiento.** En este contexto, el crecimiento significa aumentar el nivel de las operaciones de la organización. Esto incluye medidas tan populares como más ingresos, más empleados y una mayor participación en el mercado. El crecimiento puede alcanzarse a través de la expansión directa, una fusión con firmas similares o diversificación.

**Contracción.** Se tiene cuando en las empresas, sin más recursos naturales y humanos baratos, con la desaparición de los prestamos e bajo costo y una agresiva competencia externa, los administradores de muchas organizaciones se encuentran siguiendo la contratación: esto es, reduciendo el tamaño o diversidad de sus operaciones. Los departamentos fueron cortados; los productos y servicios reducidos y el personal despedido.

**Combinación.** Una estrategia combinatoria puede ser la persecución de dos o más de las estrategias previas en forma simultánea pero en distintas partes de la organización o el uso de dos o más estrategias con el tiempo.

## CAPITULO 8

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN

## Descripción

De manera general se puede decir que el manual de organización, es un instrumento de trabajo necesario para normar y precisar las funciones del personal que conforman la estructura organizativa, delimitando a su vez, sus responsabilidades y logrando mediante su adecuada implementación la correspondencia funcional entre puestos y estructura.

A fin de que el mencionado docto. sea realmente un instrumento operativo, en la presente guía, se incluye una serie de indicaciones de carácter práctico, para orientar y ordenar los trabajos de elaboración y/o actualización de estos documentos, que se pretende sean el resultado del estudio y análisis de la estructura funcional vigente, a fin de realizar los cambios adecuados a las necesidades de cada institución.

Para la elaboración del mencionado manual, se propone el seguimiento de 3 etapas, las cuales junto con una serie de actividades que se especifican son fundamentales en el logro de este objetivo. Estas etapas son: recabar información, análisis

## 1. Procesos para la elaboración del manual de Organización

Para proceder a elaborar el manual de organización es indispensable allegarse de un conjunto de información, para obtener los elementos básicos de análisis que nos proporcionen conocimiento de la situación orgánica, funcional y jurídica de la institución de referencia. Para tal efecto se recomienda la siguiente metodología que comprende una serie de actividades interrelacionadas entre sí y conformándose en 3 fases:

- 1.-Recabación de información.
- 2.-Análisis de la información.
- 3.-Integración del manual.

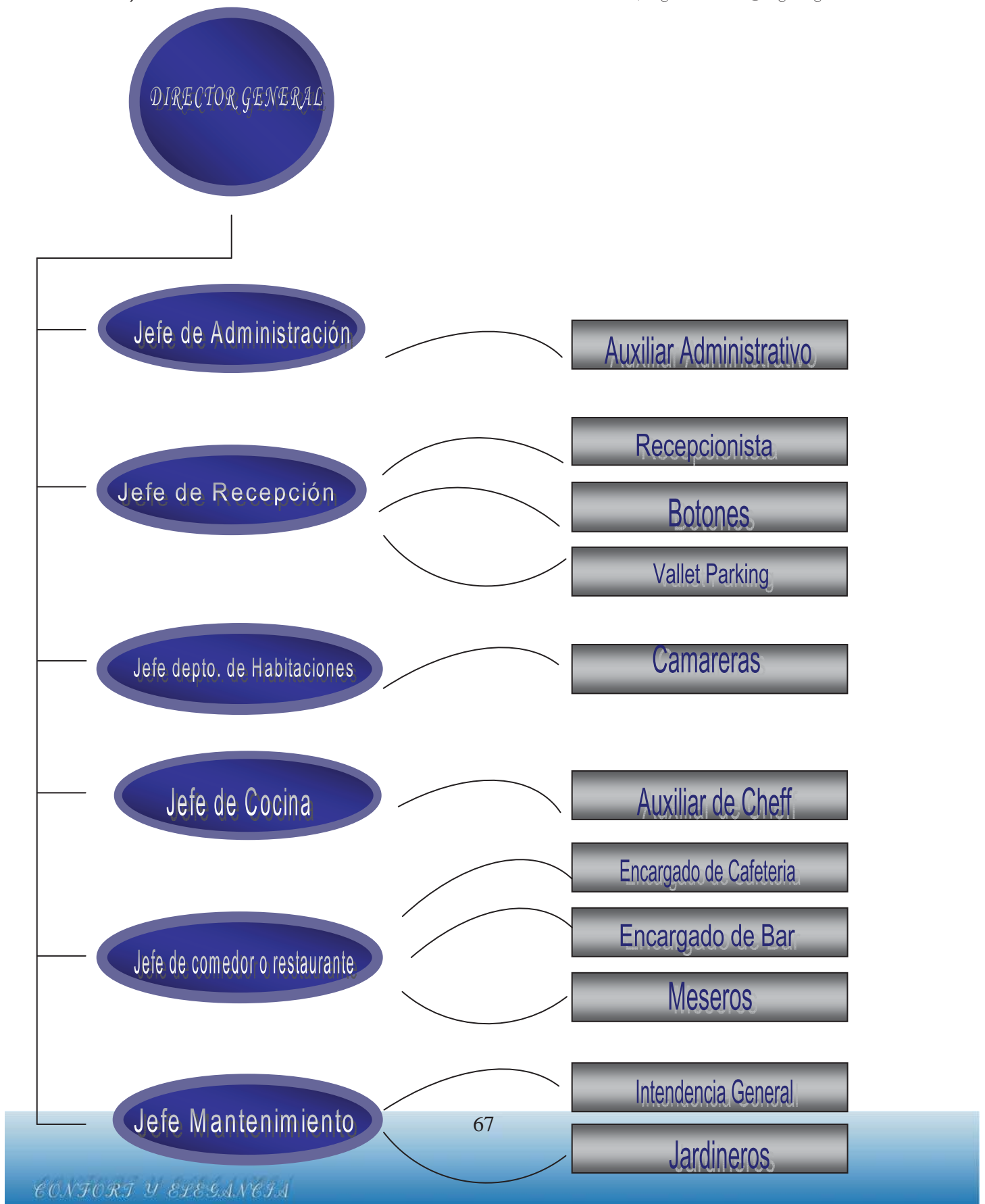
El manual de organización fue utilizado en las empresas grandes del sector privado. En las empresas publicas, adquiere el nombre de manual orgánico y se limita a definir las misiones y funciones de las respectivas áreas de actividad. No incluyen los contenidos de manual de organización del sector privado.

El contenido típico de todo manual de organización es el siguiente:

- ❖ El organigrama de la empresa y la descripción de cada uno de los puestos y funciones.
- ❖ Definición de los objetivos generales de la organización y de los objetivos particulares departamentales.
- ❖ Atribuciones y limitaciones de trabajo.
- ❖ Descripción de las jerarquías, autoridad, responsabilidad o relación lineal o de staff.

a)

Figura 8-1 Organigrama



b) Descripción de Puestos

Nombre del puesto: **Jefe de Administración.**

Resumen del Puesto: Aplicar sus conocimientos y destrezas, para planear organizar dirigir y controlar actividades con la finalidad de guiar nuestro hotel hacia la consecución de sus objetivos.

Condiciones de trabajo: Tener su propio espacio en una oficina cálida.

*Especificación del puesto.*

Nivel educativo Requerido: LAE o C.P. titulados

Experiencia de Trabajo: 2 años

Responsabilidades: Tener bajo control todos los movimientos administrativos.

Talentos especiales: Experiencia en el área responsable, disponibilidad de horario.

Sexo: Femenino

Sueldo percibido: \$8,000.00 mensual

Nombre del puesto: **Auxiliar Administrativo.**

Resumen del puesto: Apoyar en todo momento al Contador o Administrador para llegar a los objetivos del hotel.

Condiciones de trabajo: Junto al Contador o al Administrador en la misma oficina.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: LAE o C.P. pasante.

Experiencia de trabajo: Acabado de egresar de la Universidad.

Responsabilidades: Ser mano derecha de su jefe directo.

Talentos especiales: Disponibilidad de Horario, Responsable.

Sexo: Indistinto.

Sueldo Percibido: \$5,500.00 mensuales

Nombre del puesto: **Jefe de Recepción.**

Resumen del puesto: Aplicar sus conocimientos hacia el personal a su cargo en cuanto a la orientación del buen servicio para los clientes y la supervisión constante de estos mismos.

Condiciones de trabajo: Constante movimiento en las áreas a su cargo.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Carrera Técnica en Turismo.

Experiencia de trabajo: 1 año de experiencia en el área.

Responsabilidades: Tener control de sus áreas de trabajo para el buen funcionamiento de las mismas y que el cliente manifieste esta excelente servicio.

Talentos especiales: Manejo del idioma Ingles o mas, Facilidad de palabra, Excelente presentación.

Sexo: Masculino.

Edad: 22 a 34 años

Sueldo Percibido: \$5,500.00

Nombre del puesto: **Recepcionista**

Resumen del puesto. Tener contacto directo con los clientes en cuanto al reservación de habitaciones. Como también darle una calurosa bienvenida a estos, dándoles indicaciones respectivas.

Condiciones de trabajo: A la vista del cliente en un lugar calido y especial.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Carreta técnica.

Experiencia de trabajo: 1 año de experiencia en el área.

Responsabilidades: Tener un buen control de las habitaciones, como hora de llegada del cliente y la hora de su partida, cobrar al cliente la cantidad monetaria pactada.

Talentos especiales: Manejo del idioma ingles o mas, facilidad de palabra y excelente presentación.

Sexo: Femenino

Sueldo Percibido: \$5,000.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Botones**

Resumen del puesto: Cargar las maletas del huésped y subirlas hacia la habitación de este.

Condiciones de trabajo: En la entrada del hotel ya sea en el ballet Parking o a la vista del huésped.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Preparatoria terminada.

Responsabilidades: Que el equipaje este en buenas condiciones al llegar a su habitación.

Talentos especiales: Puntualidad y confianza.

Sexo: masculino.

Edad: 18 a 30 años.

Sueldo percibido: \$3,500.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Ballet Parking**

Resumen del puesto: Tener la habilidad para estacionar autos de cualquier tipo.

Condiciones de trabajo: En la entrada del hotel o ya sea en el mismo estacionamiento.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Preparatoria terminada.

Responsabilidades: Mantener los autos intactos de cualquier raspón o maltratos.

Talentos especiales: Habilidad para manejar y estacionar autos.

Sexo: Masculino.

Edad: 18 a 30 años.

Sueldo Percibido: \$3,500.00

Nombre del puesto: **Jefe de habitaciones, lavadero y limpieza.**

Resumen del puesto: Supervisión constante hacia el personal a su cargo; revisar que las actividades estén perfectamente realizadas.

Condiciones de trabajo: En el área del personal a su cargo.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Preparatoria concluida.

Responsabilidades: Excelente limpieza en las áreas a cargo.

Talentos especiales: Habilidad para el manejo del personal.

Sexo: Femenino.

Edad: 25 a 38 años.

Sueldo Percibido: \$3,000.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Camareras**

Resumen del puesto: Tener las habitaciones en perfectas condiciones de limpieza.

Condiciones de trabajo: Habitaciones del hotel.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Secundaria Terminada.

Responsabilidades: Honradez con las propiedades del cliente al momento de asear las habitaciones

Talentos especiales: Limpieza, honradez, puntualidad.

Sexo: Femenino

Edad: 18 a 38 años.

Sueldo Percibido: \$2,800.00

Nombre del puesto: **Jefe de Cocina o Chef**

Resumen del puesto: Excelentes guisos Nacionales y revisar los guisos que se realicen antes de salir de la cocina.

Condiciones de trabajo: Área de cocina y cuando se amerite en restaurante.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Licenciatura en gastronomía (chef)

Experiencia de trabajo: 2 años de práctica.

Responsabilidades: Dar a nuestros clientes excelencia en su área.

Talentos especiales: Disponibilidad de horario, manejo idioma ingles o mas.

Sexo: Indistinto.

Sueldo Percibido: \$7,000.00 mensuales

Nombre del puesto: **Auxiliar Chef**

Resumen del puesto: Realizar deliciosos platillos y auxiliar al encargado del área.

Condiciones de trabajo: Área de la cocina.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Licenciatura en gastronomía (chef)

Experiencia de trabajo: 1 año de experiencia.

Responsabilidades: Hacer guisos deliciosos.

Talentos especiales: Disponibilidad de horario, manejo idioma ingles.

Sexo: Indistinto.

Sueldo Percibido: \$6,500.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Jefe de Comedor o Restaurante. (Capitán)**

Resumen del puesto: Excelente supervisión del personal a su cargo, que realicen las tareas perfectamente, así como atención al cliente en su área.

Condiciones de trabajo: Área comedor, restaurante y bar.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Carrera técnica en el área.

Experiencia de trabajo: 1 año.

Responsabilidades: Supervisión y buen trato hacia el cliente.

Talentos especiales: Habilidad para tratar al personal, Excelente presentación,

Conocimiento en el área, manejo del idioma ingles u otros.

Sexo: Masculino.

Edad: 23 a 36 años.

Sueldo Percibido: \$5,500.00 mensuales



Nombre del puesto: **Meseros**

Resumen del puesto: Atender en el área del Restaurante los platillos pedidos por los clientes.

Condiciones de trabajo: Restaurante e incluso servicio a habitaciones.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Preparatoria terminada.

Experiencia de trabajo: 1 año

Responsabilidades: Excelente atención en el área.

Talentos especiales: Facilidad de palabra, Excelente presentación,  
Disponibilidad de horario, 80% idioma ingles.

Sexo: Masculino.

Edad: .23 a 30 años

Sueldo Percibido: \$3,500.00 mensual.

Nombre del puesto: **Encargado de bar.**

Resumen del puesto: Experiencia en el área de toda clase de bebidas.

Condiciones de trabajo: bar.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Carrera técnica.

Experiencia de trabajo: 1 año.

Responsabilidades: Realizar excelentes bebidas.

Talentos especiales: Disponibilidad de horario, manejo idioma ingles.

Sexo: Masculino.

Edad: 23 a 30 años

Sueldo Percibido: \$3,500.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Encargado de cafetería.**

Resumen del puesto: Encargado del área de cafetería y tener experiencia.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Carrera técnica o preparatoria terminada.

Experiencia de trabajo: 1 año.

Responsabilidades: Ver que se le este dando la atención adecuada al cliente.

Talentos especiales: Disponibilidad de horario, manejo idioma ingles.

Sexo: Indistinto.

Edad: 23 a 30 años.

Sueldo Percibido: \$ 3,500.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Jefe de Mantenimiento.**

Resumen del puesto: Revisar las áreas a su cargo como también la supervisión de todo el hotel que se mantenga en buenas condiciones, instalaciones etc.

Condiciones de trabajo: hotel en general.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Secundaria terminada.

Responsabilidades: Excelente Mantenimiento.

Talentos especiales: Facilidad de manejar a su gente.

Sexo: Masculino.

Edad: .30 a 40 años.

Sueldo Percibido: \$3,500.00 mensuales.

Nombre del puesto: **Intendencia general**

Resumen del puesto: Asear el Hotel

Condiciones de trabajo: toda el área del hotel.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Básico

Responsabilidades: Limpieza general.

Talentos especiales: Ser puntual.

Sexo: Indistinto.

Edad: 23 a 36 años.

Sueldo Percibido: \$3,000.00 mensual.

Nombre del puesto: **Jardinero**

Resumen del puesto: Mantener las áreas verdes en excelentes condiciones

Condiciones de trabajo: Áreas verdes.

*Especificación del puesto:*

Nivel educativo requerido: Básico

Experiencia de trabajo: Experiencia básica

Responsabilidades: Mantener nuestros jardines hermosos

Talentos especiales: Puntualidad y confianza

Sexo: Masculino

Edad: Buena salud

Sueldo Percibido: \$2,800.00 mensual

*c) Atribuciones y Limitaciones de cada puesto*

Cada persona que se contrate en el hotel se le notifica las funciones que debe desempeñar cada puesto y las actividades que debe realizar. Cada uno de nuestros empleados son importantes y deben saber las atribuciones que tienen a su cargo como las actividades que no deben hacer.

Esta estrictamente prohibido brincarse puestos ya que para eso hay jerarquías.

Ejemplo:

Auxiliar Administrativo

*Atribuciones*

Mano derecha del Jefe de Administración.

*Limitaciones*

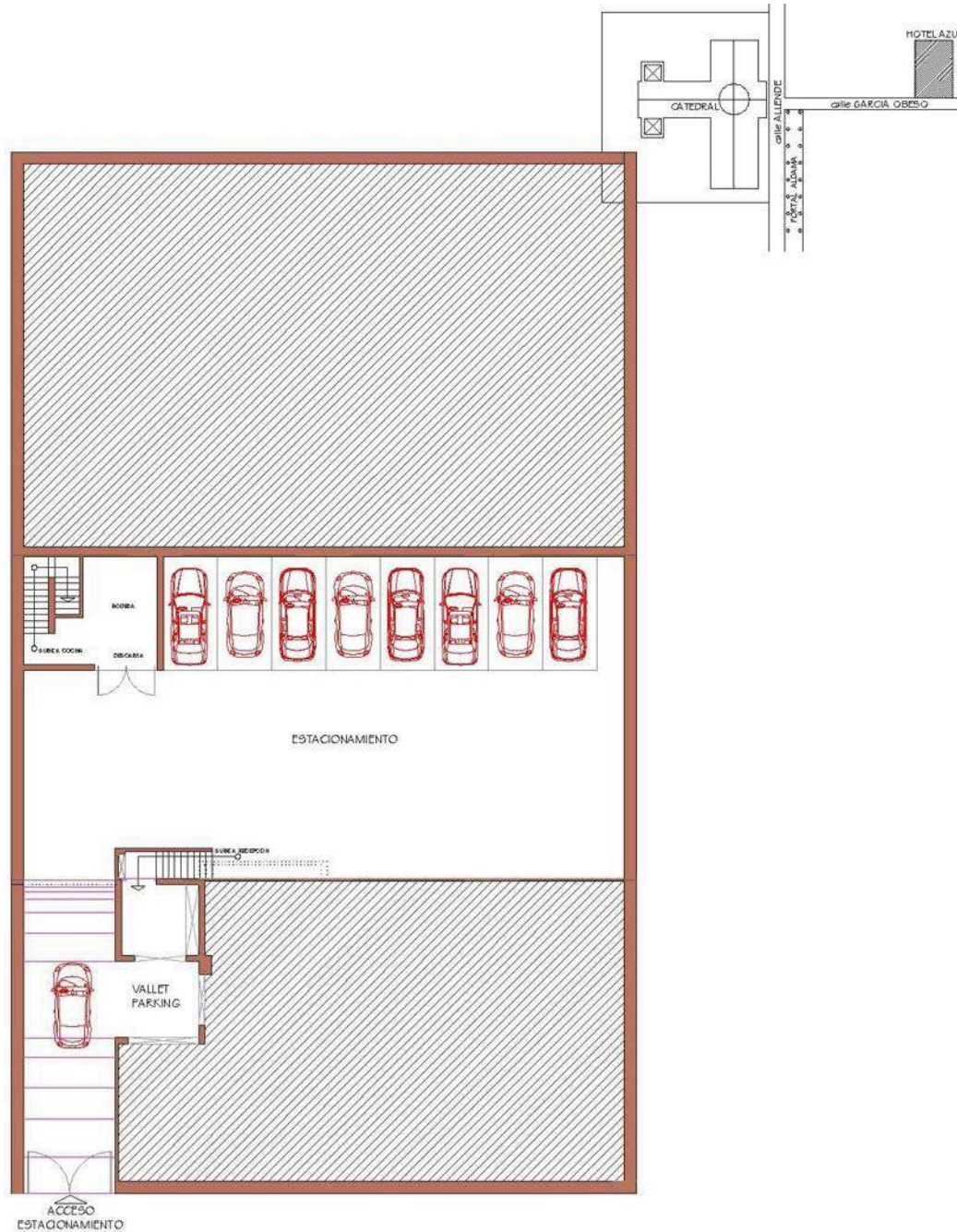
Tomar decisiones sin verlas con su jefe inmediato; pasar directamente con el Director General.

*d) Descripción de Jerarquías*

Figura 8-2 Desglose de jerarquías

Director General	Establece políticas, procedimientos, métodos y sistemas para orientar y vigilar jefes de cada departamento.	Elige el futuro.
Administrador	Planificar, programas y asignar asignar recursos de la empresa.	Dirige y agrupa de manera eficaz.
Jefe de Habitaciones	Buena organización y autoridad de mando y vigilancia.	Visión de cambio y mejora.
Jefe de Cocina	implanta rapidez y organización así como pronta toma de decisiones.	Servicio inmediato en tiempo record.
Jefe de comedor	Organiza a cada uno de su personal para obtener resultados eficaces.	Denota el buen servicio al momento.
Jefe de Mtto.	Procede resultado a corto plazo.	Inspira y genera el cambio cto. a anomalías del hotel.

CAPITULO 9  
DISEÑO Y UBICACIÓN DE VILLA RINCÓN AZUL



PLANTA DE ESTACIONAMIENTO





PLANTA ALTA  
AREA DE HABITACIONES

## CONCLUSIONES

La realización de mi tesis es un trabajo profesional, inspirado aun futuro a su propia realización. Porque no solo se debe tener a ilusión de abrir de abrir una empresa; sino hay que contar con el conocimiento amplio de la Planeación Estratégica, en donde tenemos en cuenta varios puntos.

Establecer metas y objetivos para llegar a la realización anhelada al éxito. Para ello tenemos que contar con una misión y visión que son el propósito de la empresa que las diferencia de las demás.

Tenemos que tener en cuenta la adquisición la adquisición de nuestro personal el cual es el encargado de hechar a andar el negocio, por lo consiguiente hacemos un "Análisis Interno de la Empresa".

Un sistema de Contabilidad, que controla las operaciones y nos muestre los resultados obtenidos para facilitar de esta manera la toma de decisiones.

En cuanto a la localización es de vital importancia que nuestro hotel este localizado en un lugar turístico, es por eso que manejamos varios censos del turista que elegimos para nuestro negocio. Implementar el análisis FODA fue trascendental e importante para así tener en cuenta la realización de las estrategias.

Como vemos la Planeación Estratégica es considerado por muchos como un procedimiento lógico, que tiene que ser realmente valorado y estudiado, ya que de la correcta aplicación de esta, va a depender que la empresa cumpla con su razón de ser; por ello a cada una de las etapas que lo forman, se les debe dedicar el tiempo, esfuerzo y personal necesario para que se desarrolle eficientemente.

Si se cumple debidamente con este proceso, habrá mayores probabilidades de que las empresas sean exitosas y puedan crecer cada vez mas.

*BIBLIOGRAFIA*

- Dirección Estratégica  
Ferry Jonson – Kevan Acholes  
Ed. Prentice Hall  
5ta. Ed  
Año 2001.
  
- Administración Estratégica  
Fred R. David  
Ed. Pearson Education  
5ta. Ed  
Año 1997
  
- Normas y Procedimientos de Auditoria  
Instituto Mexicano de Contadores Públicos  
Ed. ANFECA  
23ª Ed.  
Año 2003.
  
- Elementos Básicos de la Administración  
Maurice Eyssautier de la Mora  
Ed Trillas  
Año 2002.
  
- Armando Deffis Caso  
Ed. Árbol  
Año 2001.
  
- Roberto McIntosh  
Shashikant Gupta  
Ed. Lumisa  
Año 2001.
  
- Manual de Organización y Administración de Turismo.  
Donald E. Lundberg Ph D.  
Ed. Centrum  
Año 2002