

870108

11  
2ej

# UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD ECONOMIA Y TURISMO



TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

ORGANIZACION CONTABLE DE LA INDUSTRIA  
HOTELERA EN MEXICO

## TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CONTADURIA

P R E S E N T A

LUIS FRANCISCO HERNANDEZ SALAS

GUADALAJARA, JALISCO ENERO 1990



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# I N D I C E

	Pag.
INTRODUCCION . . . . .	1
ANTECEDENTES HISTORICOS . . . . .	3
CAPITULO I	
IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN MEXICO	
- Acción Gubernamental . . . . .	9
- Afluencia Turística Receptiva . . . . .	15
- El Multiplicador del Gasto Turístico . . . . .	19
- Distribución del Peso Turístico . . . . .	22
CAPITULO II	
ORGANIZACION DEPARTAMENTAL Y CONTROL DE SERVICIOS Y OPCIONES DEL HOTEL	
- La Gerencia . . . . .	26
- El Departamento de Habitaciones . . . . .	27
- El Restaurante . . . . .	29
- Operaciones secundarias . . . . .	30
- Mercadotecnia . . . . .	32
- Personal de Empleados . . . . .	32
- El Departamento de Contaduría . . . . .	33
CAPITULO III	
SISTEMA DE CONTABILIDAD	
- Sistema de Contabilidad . . . . .	37

- Mayor y Diario Generales . . . . .	37.
- El Mayor Tabular o de Columnas . . . . .	38
- Libros Mayores separados para cuentas de	
Balance General y Pérdidas y Ganancias . . . . .	43
- Mayor Confidencial . . . . .	45
- Diarios Especiales . . . . .	48
- El Diario de Resumen de Ventas . . . . .	48
- El Diario de Detalles de Ventas . . . . .	50
- Diario de Bonificaciones . . . . .	52
- Diario de Resumen de Entradas de Caja . . . . .	55
- El Diario de Compras . . . . .	57
- El Diario de Salidas de Caja . . . . .	59
- El Diario de Caja Chica . . . . .	61
 CATALOGO DE CUENTAS	
- Catálogo de Cuentas . . . . .	63
 BALANCE GENERAL	
- Balance General . . . . .	73
 ASPECTO FISCAL	
- Gravámenes a los que está sujeta la industria	
hotelera . . . . .	74
- Obligaciones de la Industria Hotelera . . . . .	79
 CONCLUSIONES . . . . .	 81
 BIBLIOGRAFIA . . . . .	 84

## I N T R O D U C C I O N

Cuando pensamos en la economía de México, vemos la necesidad de llevar desarrollo a nuevas zonas, no solamente en la industrialización que no siempre se hace posible en determinados lugares.

El turismo nos permite proyectar nuevas fuentes de trabajo aprovechando lo ya creado, la población ya establecida en determinados lugares. Es fácil darse cuenta de la cantidad de zonas turísticas con que cuenta nuestro país.

En comparación con la industria, podemos observar que ésta tiene o puede tener un desarrollo a un ritmo acelerado; empero, por tendencia económica procurará estar cerca de los centros de trabajo y de consumo, y ésta a su vez, será centro de trabajo. Los productos de la industria manufacturera se verán obligados a una competencia por calidad, duración y precio, tanto de consumo como de elaboración. Esto nos obliga a realizar actividades de otros tipos como de estudios de mercado, para mejorar la producción y distribución en el mercado nacional como en el internacional.

En la actualidad, somos testigos de una acelerada y constante transformación en la vida económica del país;

Los esfuerzos de las diferentes iniciativas tendientes a hacer de la industrialización un medio para alcanzar el bienestar económico, están fructificando. Al ver los resultados obtenidos, se han creado nuevas empresas, y las ya establecidas incrementan en forma constante sus inversiones. En su propio campo de acción la industria hotelera ha hecho esfuerzos semejantes y ha logrado un auge -- apreciable en los últimos años.

Debido al desarrollo económico del país, los contadores públicos, las instituciones que los preparan y las que los agrupan, se preocupan por seguir con interés las transformaciones de las industrias que ese vigoroso crecimiento económico ha logrado. Además de nuestras propias investigaciones, adoptamos los conocimientos que de el Viejo Mundo y de nuestros vecinos del Norte y del Sur recibimos constantemente, originando así nuevos métodos de administración, mejores estructuras de organización, y por ende, mejores procedimientos de contabilidad y mayor amplitud en la aplicación de la auditoría.

## ANTECEDENTES HISTORICOS

El hombre por naturaleza ha tenido la tendencia de viajar; en un principio lo hacía por necesidad, en busca de sus alimentos y a medida que fue evolucionando lo hacía con el fin de dedicarse al comercio, o bien representando investiduras políticas y sociales, creándose por consiguiente el hospedaje.

Según la historia, en el México precortesiano, por lo menos en el camino que comunicaba lo que habría de llamarse la Villa Rica de la Vera Cruz y la ciudad de Tenochtitlán, había casas de refugio donde podían encontrar alojamiento los viajeros. En cuanto a los mercaderes aztecas, llamados "pochteca", ellos eran personajes de calidad tan alta tanto como los guerreros y los sacerdotes. Los pochteca recibían una instrucción esmerada que les permitía desempeñar funciones tan importantes como la de los embajadores, investigadores de mercados, topógrafos, y de estrategia tanto económica como de carácter militar y político. Sin duda, en sus viajes contaban con elementos suficientes para acampar en despoblado y seguramente, al arribar a lugares poblados, los caciques les proporcionarían alojamiento y alimentación adecuados a su rango.

Don Luis González Obregón considera como el inicio de establecimientos hoteleros el primero de diciembre de 1525, cuatro años después de la toma de la ciudad de México, cuando el español Pedro Hernández Paniagua se dirigió al municipio de la Real Rica Villa de la Sta. Vera Cruz - de Archidonna, solicitando licencia para establecer un mesón en la ciudad de México, en la que se llamó desde entonces Calle de Mesones. Hay indicios de que ya existían otros mesones en el país, que datan de 1527 llamados: San José de Perote, establecido por Pedro de Anzures, ubicado entre la Real Villa Rica y la capital de la Nueva España; el de San Juan de la Villa Rica, el de La Campana, El Sol, La Luna, y otros tantos que deben haberse establecido a lo largo de los caminos que se fueron construyendo a partir de la consumación de la conquista, presentándose así un rápido desarrollo de paradores, ventas y figones, originando así que las autoridades se vieran en la necesidad de tomar medidas para regular su funcionamiento.

En los últimos años de la colonia, los caminos principales eran el de México-Acapulco, por Chilpancingo; el de la capital comunicaba a Guatemala, por el estado de Oaxaca; y el que llevaba a Durango y a Santa Fe de Nuevo México, llamado el camino de tierra adentro.

El de México a San Luis Potosí y a Monterrey, a -

Valladolid y a Guadalajara, puede considerarse que era ra  
mificación del Camino Real de las Provincias Internas. -  
En todos ellos, a distancia de seis o diez leguas, había\_  
posadas.

Para 1852 en la capital aún prestaban servicio los  
viejos mesones de Balbanera, de El Angel, de Santo Tomás,  
de El Chino, de Regina, de San Pedro y San Pablo, de Nue-  
vo México, y de Santa Anna, por nombrar los más conocidos.

Consumada la independencia, se marcó el inicio a -  
la apertura del comercio exterior incrementándose así el  
flujo de visitantes de varios países a quienes había que  
hospedar. Debido a la revolución industrial surgieron -  
nuevas necesidades. En Europa como en América las hospede-  
rías tuvieron que ir ampliando su capacidad de servicio  
y en todo el mundo adoptaron el nombre genérico de la len  
gua francesa hotel, y fue el crecimiento de esa multitud\_  
de albergues comerciales lo que dio origen a lo que en la  
actualidad conocemos como la industria hotelera.

En México, al extenderse la comunicación ferrovía-  
ria, poco a poco los mesones fueron desapareciendo, y los  
que permanecían prestaban servicio a gente de muy reduci-  
dos recursos económicos. Grandes casas señoriales, am- -  
plias y de lo más cómodo en su época, algunas de ellas -

con tradición histórica, fueron transformados en hoteles.

A partir del presente siglo, se marca el inicio de la construcción de hoteles modernos. La cronología que a continuación se presenta, muestra los nombres de los establecimientos que empezaron a prestar servicio desde los primeros años del siglo XX:

- El Hotel Palacio, inaugurado en el año de 1903.
- El Hotel Terminal, de Veracruz, inaugurado en el año de 1910.
- El Hotel Imperial, un majestuoso hotel que contaba con 90 cuartos, y que a raíz del grito de la Independencia fuera muy celebrado por su novedosa construcción.
- El Hotel Geneve, con 250 cuartos, conocido más popularmente como Hotel Génova.
- El Hotel Regis, el más moderno en su tiempo, y entonces el más importante en la capital de la república.
- El Hotel Mancera, que fue construido muy al estilo colonial.
- El Hotel Ritz, que abrió sus puertas hace no mucho tiempo.

- El Hotel Ancira de Monterrey, que se inició su construcción en el año de 1908, con una muy cuantiosa construcción y con una capacidad de 73 cuartos.
- El Hotel Fénix y el Hotel San Francisco, fueron construidos en la ciudad de Guadalajara.
- El Hotel Imperial y el Hotel Rivera, fueron construidos en la ciudad de Tampico.

Es en esta época donde nace y se desarrolla la industria hotelera, la cual necesita como parte vital del turismo puesto que es el que reclama constantemente instalaciones más adecuadas a las necesidades de alojamiento y por consecuencia a nuevos servicios.

En 1910, con el surgimiento de la Revolución Mexicana, se vio desfavorable el desarrollo de la apenas naciente industria hotelera. Debido a la conmoción política y social que se presentaba en nuestro país, redujo al mínimo la entrada de visitantes del extranjero. Al finalizar la guerra Europea de 1914, la situación de la industria hotelera y la del país en general se vio bastante mejorada; para el año de 1921, hubo alguna afluencia de viajeros a la república, especialmente de Norteamérica, de los que la mayoría eran huéspedes del Gobierno; de - -

igual forma llegaban comerciantes y personas en viaje de placer. La situación de la economía en el país no era mala, y las esperanzas de que adviniera una época de prosperidad y tranquilidad era muy grande; así se fue creando un ambiente favorable al desarrollo de la industria hotelera y se invirtieron sumas muy considerables en la ciudad de México, en Guadalajara, en el puerto de Tampico, en Veracruz, en Monterrey, y en otros puntos importantes, en lo relativo a la construcción de nuevos hoteles y a la mejora y transformación de los ya viejos.

CAPITULO I

" IMPORTANCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO DE LA INDUS- -  
TRIA HOTELERA EN MEXICO " .

## ACCION GUBERNAMENTAL

Para el fomento del turismo es necesario unir los esfuerzos del gobierno y de la iniciativa privada. De esta forma, por acuerdo de la Secretaría de Gobernación, en diciembre de 1928 se instaló la comisión mixta Proturismo, que estaba integrada por representantes de las dependencias del ejecutivo, con la finalidad de fomentar el turismo, y de instituciones cuya naturaleza pudiera favorecer su desarrollo. Este organismo fue encargado de estudiar los procedimientos, proponerlos y ejecutarlos, para de esta forma crear una corriente turística, cada vez con mayor fuerza para el beneficio del país. Una de sus funciones características principales fue la de coordinar las disposiciones legales y reglamentarias de Migración, Salubridad y Aduanas, proporcionando al turista todo tipo de facilidades para su entrada y estancia en México. De igual forma, lanzó una convocatoria a la iniciativa privada, interesada en los beneficios del turismo, para así unificar los esfuerzos en todo aquello que pudiera contribuir en su fomento y desarrollo. El 13 de enero de 1930, desaparece dicha comisión creándose así la Comisión Nacional de Turismo, intensificando así la acción del gobierno en pro del turismo. La Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y su reglamento fueron expedidos en enero

de 1930 y fue a principios de 1933 cuando se acordó la -- creación del Comité Oficial, y el Patronal o de turismo - que tenía la labor de estudiar el fenómeno del turismo, - le correspondía a la comisión de turismo, así como la de proponer medidas para su desarrollo óptimo; también la de servir de consulta a los otros dos departamentos.

El comité de turismo tenía como finalidad la de es- tudiar los problemas que se pudieran originar con rela- - ción al turismo actual.

El patronato del turismo tenía la responsabilidad\_ de decidir y solucionar los problemas que surgieran en re- lación al turismo, según lo señalaba el decreto del 3 de mayo de 1933.

La duración de este decreto se prolongó hasta el 7 de junio de 1937, fecha en la que aparece el departamento de turismo, como órgano de la Secretaría de Gobernación.- Dentro de sus funciones estaba la de mejora y fomento de\_ los centros turísticos existentes y la creación de otros nuevos, vigilancia de restaurantes, hoteles, casas de - - huéspedes y otros alojamientos de tipos diversos con el - objeto del control de precios.

El Consejo Nacional de Turismo fue creado por la -

Ley del 15 de diciembre de 1949, como órgano encargado de señalar la política de asesorar técnicamente en ese aspecto a la Secretaría de Gobernación; dicho consejo desapareció al formarse el Departamento de Turismo.

En esta época se constituyó por decreto del 14 de noviembre de 1956 el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, cuyo manejo en fideicomiso se encomendó a Nacional Financiera, S. A.

Dicho fondo se rige por un comité técnico, formado por representantes del departamento de turismo: la Secretaría de Industria y Comercio, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el Banco de México, S. A. por medio del Departamento de Turismo como organismo autónomo. Se señalaban las atribuciones y funciones en la vigente ley de turismo, promulgada el 13 de enero de 1961.

La Ley Federal de Turismo, en su artículo V, establece como autoridades de turismo:

- El Departamento de Turismo.
- Las delegaciones y oficinas del mismo en todas y cada una de las entidades federativas.

Por lo que respecta a las atribuciones del Depar--

tamento de Turismo, se encuentran contenidas en el artículo VI de la misma ley. A continuación se mencionarán los fundamentales:

- Intervenir ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en la declaratoria de necesidades, en la fijación de requisitos, en los pliegos de condiciones, en la formulación de los cuadros de ruta, y en el otorgamiento de concesiones y permiso de transportes de servicio público federal exclusivo de turismo.
- Fomentar el turismo mediante los programas federales que al efecto formule conforme a esta ley.
- Supervisar los servicios turísticos a que se refiere esta ley.
- Establecer en el interior del país así como en el extranjero las oficinas de turismo que estime necesarias.
- Promover, dirigir y realizar la propaganda oficial en materia de turismo, tanto en el país como en el extranjero, así como aprobar la publicidad privada que reúna las condiciones que fija esta ley.

- Fomentar y mantener el catálogo turístico nacional.

La misma ley establece en su artículo 9º, que en cada entidad federativa funcionará una comisión local, así como una oficina del Departamento de Turismo en cada una de las entidades federativas cuando el Gobierno del Estado convenga en coordinar sus actividades, en materia con el Federal. Estas comisiones locales tienen como funciones específicas las siguientes:

- Fomentar el turismo.
- Supervisar los servicios turísticos.
- Controlar la aplicación de los precios y tarifas.

En colaboración de las Secretarías de Educación Pública, del Patrimonio Nacional y de Agricultura, conservando los monumentos históricos, artísticos y los parques nacionales.

El Consejo Nacional de Turismo, instituido por decreto ejecutivo el 16 de septiembre de 1961 como órgano de consulta, asesoramiento y promoción en materia turística de Gobierno Federal.

El Consejo Nacional de Turismo está constituido - en su administración por cinco miembros, los cuales son - nombrados directamente por el C. Presidente de la República, es decir, un presidente, un secretario y tres vocales. Los vocales serán:

- El Subsecretario de Hacienda y Crédito Público.
- El Secretario de Gobernación.
- Un miembro destacado de la Iniciativa Privada.

Las funciones de este consejo pueden agruparse bajo los tres siguientes rubros:

- Estudios concretos, específicos y generales.
- Sugestiones de alcance inmediato en cuanto a - expedición de disposiciones, reglamentos y leyes.
- Elaboración de programas anuales de acuerdo con el Plan Nacional de Turismo.

## AFLUENCIA TURISTICA RECEPTIVA

Para obtener un efectivo desarrollo del turismo, es necesario contar con suficientes y adecuadas vías de comunicación, tanto marítimas, terrestres y aéreas, lo que es de mucho interés para el Gobierno como para la Iniciativa Privada.

Actualmente el Estado en fusión con la Iniciativa Privada, ha producido un incremento en la construcción de caminos nacionales, lo que hace más fácil para el viajero trasladarse con mayor rapidez y comodidad, permitiendo así al visitante extranjero como del país conocer las bellezas nacionales de nuestro territorio.

Los medios de transporte han tenido en consecuencia un desarrollo favorable en cuanto a comodidad y eficacia, atendiendo satisfactoriamente la creciente demanda, tanto por los ferrocarriles que cuentan con el equipo moderno necesario, o bien por carretera, en autobuses de pasajeros; de igual forma, la aviación comercial se encuentra estrechamente ligada al turismo y su desarrollo es consecuencia de la creciente preferencia de los turistas por este servicio.

En la tabla que a continuación se presenta, se -

demuestra con datos generales proporcionados por la Secretaría de Turismo (Dirección General de Turismo), la preferencia de los medios de transporte utilizados por turistas nacionales y extranjeros al visitar nuestro país entre los años de 1974 a 1980.

MEDIOS DE TRANSPORTE  
SINTETIZADO

AÑO	TERRESTRE	AEREO	MARITIMO	TOTAL
1974	1 738 142	1 613 748	10 086	3 361 976
1975	1 644 335	1 560 671	12 872	3 217 878
1976	1 571 489	1 531 380	4 324	3 107 193
1977	1 519 473	1 723 477	4 296	3 247 246
1978	1 582 451	2 166 393	5 504	3 754 348
1979	1 640 583	2 496 266	4 952	4 141 801
1980	1 673 573	2 465 767	5 236	4 144 576

Al interpretar la tabla que se presentó, notamos la preferencia del turista en los últimos años por el transporte aéreo, que representa en el año de 1980 un 59.5% en comparación con con el terrestre, representa un 40.4%, colocándose en segundo lugar por preferencia del turista nacional y extranjero.

De los turistas extranjeros que viajan al interior de nuestro país, el mayor número procede de los Estados Unidos de Norteamérica, los que representan cerca de un 90%.

La corriente de visitantes de otros países ha ido en aumento a consecuencia de la promoción que ha impulsado la iniciativa privada y la oficial, dando una idea clara de lo que es México y borrar juicios absurdos acerca de costumbres, habitantes y desarrollo cultural.

El turismo local cuenta con una red extensa de medios de transporte que le permite trasladarse con facilidad y rapidez, dejando atrás los medios rústicos y deficientes que se utilizaban antaño, que por ser tan incómodos disminuían o anulaban el interés por ir a lugares distantes a vacacionar o a tomar un descanso.

El movimiento del turismo nacional es de suma importancia, puesto que su desarrollo se ha visto considerablemente impulsado durante los últimos años. El creciente desarrollo de la industria hotelera permite al turismo interior cobrar una importancia elevada y cada vez mayor durante los últimos años.

La procedencia de los turistas nacionales y extranjeros durante el año de 1980 se presenta en la tabla si--

guiente, según datos recabados de la Secretaría de Turismo (Dirección General de Turismo).

NACIONALIDAD	No. DE TURISTAS EN 1980			
	EXTRANJEROS	%	NACIONALES	%
CANADA	167 136	4.6	3 035	0.6
EE. UU.	2 946 675	81.3	496 345	95.8
EUROPA	230 619	6.4	9 849	1.9
AMERICA LATINA	246 379	6.8	7 104	1.4
OTRAS	37 117	0.9	317	0.3
T O T A L :	<u>3 627 926</u>	<u>100.0</u>	<u>516 650</u>	<u>100.0</u>

La tabla anterior nos muestra lo que anteriormente se había mencionado, según datos verídicos comprobamos que los Estados Unidos de Norteamérica tiene un 83.1% de turistas que visitan nuestro país, en el año de 1980, y que año con año se incrementa el número de visitantes extranjeros.

## EL MULTIPLICADOR DEL GASTO TURISTICO

El multiplicador del gasto turístico, o gastos del turista con respecto a la economía nacional, se dijo ya - que el turismo representa un renglón importante en el ingreso de divisas, y es en consecuencia una de las razones para que el gobierno y la iniciativa privada se preocupen de su incremento.

El efecto multiplicador se debe al siguiente proceso:

El monto de la inversión adicional produce ingresos personales a los propietarios de los factores de la producción (utilidades a los accionistas, sueldos y salarios a los empleados y trabajadores y renta a los propietarios de edificios o terrenos), con motivo del aumento de los bienes capitales demandados por dicha inversión. - Hasta aquí, el ingreso nacional crece en el mismo monto - en que lo ha hecho la inversión adicional; sin embargo, - los propietarios de los factores productivos, canalizan - su ingreso hacia el consumo y la inversión. Estas cantidades se convierten en ingreso para los propietarios de - los efectos requeridos para producir los bienes de consumo que posteriormente demandarían los primeros, y así - sucesivamente mediante este proceso se multiplica la in--

versión adicional.

La tabla que a continuación se presenta, muestra la información obtenida del Banco de México, S. A. con relación a los gastos de turistas visitantes y extranjeros durante los años de 1970 a 1980.

AÑO	TURISMO FORANEO	TURISMO EXTRANJERO	TOTAL
1970	415 048	1 050 101	1 465 149
1971	461 035	1 176 102	1 637 137
1972	562 640	1 312 703	1 875 343
1973	724 220	1 526 301	2 250 521
1974	842 043	1 649 800	2 491 843
1975	800 132	1 924 701	2 724 833
1976	835 590	2 266 402	3 101 992
1977	866 526	2 075 910	2 942 436
1978	1 121 015	2 363 704	3 484 719
1979	1 443 323	2 919 220	4 362 543
1980	1 671 245	3 660 713	5 331 958
SUMA	13 026 004	28 103 352	41 129 356

++ Las cantidades expresadas en esta tabla están en miles de dólares.

El mejoramiento de los servicios, las muestras de educación y la cortesía hacia los huéspedes por parte de la iniciativa privada, así como las facilidades para la tramitación migratoria y aduanal por parte de nuestras autoridades, han contribuido para obtener resultados satisfactorios que causando una impresión positiva en el visitante extranjero y nacional sirve de estímulo para que sucedan sus visitas.

## DISTRIBUCION DEL PESO TURISTICO

Cada uno de los pesos mexicanos invertidos por los turistas para su diversión y confort en nuestro país, -- es distribuido según informes del Banco de México, S. A., de la manera en que se indica a continuación:

AÑO 1980

CONCEPTO	PORCENTAJE
Hospedaje	30.78
Alimentos (restaurantes-cafés)	30.25
Centros nocturnos y diversiones	10.84
Mercancías (comercio)	4.28
Transporte local	7.61
Artesanías	10.68
Combustible y lubricantes	3.23
Otros (varios)	<u>2.33</u>
	<u>100.00%</u>

Como se puede apreciar, el destino de gastos individuales de los turistas extranjeros es de importantes - beneficios para el comercio nacional.

En la actualidad los hoteles existentes en la Repú

blica, representan para la iniciativa privada una inversión de miles de millones de pesos, que corresponde a un total de más de 6 809 establecimientos, de los cuales -- aproximadamente 644 se encuentran únicamente en la ciudad de México, según las fuentes de información de la Secretaría de Turismo (Departamento de Turismo).

Para ilustrar la importancia del turismo con relación a la industria hotelera, a continuación se presentan datos que muestran el número de establecimientos de hospedaje, por sus diferentes tipos y categorías, hasta el año de 1976 en el interior de la República, y hasta 1978 en el Distrito Federal.

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE  
EN LA REPUBLICA MEXICANA  
1976

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	CUARTOS	TOTAL
Apartamentos	521	7 500	8 021
Casa de huéspedes	1 321	14 444	15 765
Hoteles	4 196	152 373	156 569
Moteles	754	17 289	18 043
SUMA	6 809	192 183	198 992

CATEGORIAS	ESTABLECIMIENTOS	CUARTOS	TOTAL U.
AA	223	20 420	20 643
A	497	24 051	24 548
B	1 101	39 653	40 754
C	1 389	36 539	37 928
D	1 685	34 680	36 365
E	1 914	36 840	38 754
	<u>6 809</u>	<u>192 183</u>	<u>198 992</u>

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE  
EN EL D. F.  
1978

TIPO	ESTABLECIMIENTOS	CUARTOS	TOTAL
Apartamentos	150	3 208	3 358
Casa de huéspedes	116	1 294	1 410
Hoteles	368	27 821	28 189
Moteles	10	307	317
	<u>644</u>	<u>32 630</u>	<u>33 274</u>

Estacionamientos

para trailers	2 esp.	150	152
---------------	--------	-----	-----

CATEGORIAS	ESTABLECIMIENTOS	CUARTOS	TOTAL U.
AA	41	6 339	6 380
A	93	7 133	7 226
B	127	6 123	6 250
C	154	5 951	6 105
D	144	4 214	4 358
E	85	2 870	2 955
	<u>644</u>	<u>32 630</u>	<u>33 274</u>

## CAPITULO II

" ORGANIZACION DEPARTAMENTAL Y CONTROL DE SERVICIOS Y OPCIONES DEL HOTEL " .

LA GERENCIA. La persona que controla efectivamente el funcionamiento de un hotel se llama gerente o, si también es uno de los directores de la compañía operadora, se llama director-gerente. En ocasiones un gerente de hotel es sumamente conocido; toma a su cargo la gerencia de dos o más de ellos, situados en diferentes ciudades y no afiliados entre sí, y coloca a un gerente escogido por él mismo, para que tenga directamente a su cargo las operaciones. En un caso así, los dos se designan generalmente, con los títulos de "gerente general" y "gerente residente"; estos títulos se usan también en las cadenas de hoteles pertenecientes a una misma empresa.

Las tareas a cargo de un gerente de hotel de tamaño mediano son múltiples y variadas. Además de dirigir los trabajos, el gerente por lo común aprueba las compras (excepto las de materiales constantes de trabajo); hace arreglos para convenciones y banquetes; aprueba créditos y todo el material publicitario, así como el pago de todas las facturas de compras; firma todos los cheques bancarios; a menudo vigila las cobranzas y lleva casi toda la correspondencia. Mientras más grande es el hotel, mayor es el número de estas tareas que se delegan a otras personas.

EL DEPARTAMENTO DE HABITACIONES. Todos los empleados que prestan servicios relativos al alojamiento de los huéspedes se hallan generalmente bajo la supervisión general de un subgerente. Una peculiaridad de la organización de hoteles es que el subgerente, a pesar de su título, no ejerce autoridad sobre los departamentos, salvo en los hoteles grandes en los que un primer subgerente puede desempeñar algunas tareas administrativas. Sin embargo, en los hoteles de tamaño mediano, la autoridad del subgerente se limita, por lo común, a la supervisión de la oficina de la administración, a la del servicio del personal uniformado, y hasta cierto punto, al departamento del ama de llaves, que son las tres divisiones del departamento de habitaciones; las demás tareas importantes del subgerente, son autorizar los cheques presentados por los huéspedes en pago de sus cuentas o para cambiarlos por dinero, y resolver reclamaciones hechas por los huéspedes relativas a una cuenta del hotel, o por cualquier otro motivo.

Aunque en algunos hoteles pequeños, el subgerente puede hacer las veces del empleado recepcionista durante el tiempo que está en servicio, o parte de él, en la mayoría de los hoteles con menos de 200 cuartos no hay subgerentes y sus tareas se reparten entre el gerente y los recepcionistas. Pero, por otra parte, en los hoteles más

grandes la supervisión de la oficina de la administración se confía al gerente de la oficina de la administración u oficial mayor.

La oficina de la administración, situada en el vestíbulo, es el departamento que tiene contacto directo más frecuente con los huéspedes. Sus funciones principales son tres:

1. Vender las habitaciones.
2. Servicio de la oficina de la administración.
3. Llevar las cuentas de los huéspedes, presentárselas y cobrarlas.

El servicio de la oficina de la administración consiste en tener actualizado al minuto un registro alfabético de todas las llegadas de huéspedes y de su salida reciente, para informar a los demás departamentos y a los visitantes; así como cuidar de las llaves de las habitaciones, del correo y de mensajes recibidos para los huéspedes. El número de empleados que requiere este servicio depende de la magnitud del hotel.

En un hotel de 100 habitaciones o menos, el repcionista hace todo el trabajo de la oficina de la administración. En cambio en algunos de los hoteles más grandes

y más lujosos, el servicio de esta oficina están tan dividido que hay una oficina "sucursal" localizada en cada piso, a cargo de empleados de "piso".

EL RESTAURANTE. Es característica de la organización del departamento de restaurante que cada una de sus tres divisiones esté a cargo de un jefe de departamento independiente de los demás y directamente responsable ante el gerente; está por demás señalar que la cooperación entre los tres jefes de departamento es esencial para el funcionamiento acertado del restaurante; el mayordomo compra todos los alimentos y supervisa la despensa, trabajando en estrecha unión con el jefe de cocina para vigilar el funcionamiento general de la cocina; el mayordomo tiene a su cargo la despensa auxiliar de la cocina donde se preparan las ensaladas, los aderezos de manjares, frutas, bebidas y otras cosas por el estilo.

El jefe de cocina tiene a su cargo la preparación de los manjares, con excepción de los preparados en las despensas auxiliares; el departamento del jefe de cocina consta de una carnicería en la que se preparan las carnes, las aves y los pescados, de la cocina donde se preparan los guisos, de una pastelería y nevería, así como de una pastelería-panadería.

El jefe de comedor tiene a su cargo todo el servicio de los comedores, inclusive de los privados, y las salas de banquetes, así como todos los platillos y las bebidas enviadas a las habitaciones de los huéspedes. El jefe de comedor tiene la ayuda de capitanes, que llevan a los huéspedes a las mesas y a menudo toman sus pedidos. Los camareros tienen ayudantes, que llenan los vasos de agua, sirven la mantequilla, cuidan de las servilletas y del servicio de plata en las mesas y posteriormente, retiran los platos sucios.

Cada día se generaliza más en los hoteles el funcionamiento de cafeterías o de restaurantes especializados, además del comedor normal. Es más, las empresas operadoras de grandes cadenas de hoteles parecen haber decidido que el mejor método para conservar a los huéspedes en el establecimiento durante las horas de comer, es ofreciéndoles algún tipo de manjares en ambientes exóticos. Cualquiera de estos lugares puede tener adjunta una cocina separada en la que se guisen parte de los platillos, en tanto que otros platillos preparados provienen de la cocina principal. A menudo estos restaurantes auxiliares se ponen a las órdenes de una persona más o menos independizada del jefe de comedor o del jefe de cocina.

OPERACIONES SECUNDARIAS. El número de departamentos lucrativos secundarios depende, en gran parte, de la magnitud y, hasta cierto punto, de la clase de hotel.

Las operadoras de teléfonos en hoteles pequeños es tán a las órdenes directas ya sea del gerente, del subgerente o del empleado de la recepción; y el conmutador está colocado en la oficina de administración.

El servicio de peluquerías está fuera de toda proporción con el tamaño del hotel. Esto es debido a que es te servicio puede atraer personas de la localidad, especialmente si se tiene entrada desde la calle.

La tabaquería y el puesto de periódicos se unen a menudo; aún en los hoteles de más de 500 cuartos, se requiere de un mínimo de empleados para cada turno.

La lavandería, por regla general, está bajo la dirección de un jefe o gerente de lavandería, a las órdenes directas del gerente o tal vez bajo la dirección o supervisión del ama de llaves.

Entre otros servicios a los huéspedes quizá se - - cuenta con agencias de arrendamiento de automóviles, oficinas vendedoras de boletos de teatros y espectáculos de

portivos, alberca, club de estética masculina o femenina, y baños sauna, así como instalaciones deportivas como recreativas, especialmente en lugares de destino especial de los huéspedes; éstos pueden ser discoteques o salones de baile entre otros.

**MERCADOTECNIA.** Las operaciones vinculadas con la forma de conocer el mercado existente para las instalaciones y los servicios de los hoteles, así como el personal requerido para la publicidad, las ventas y las promociones necesarias para crear y mantener la imagen del hotel en el mercado, son parte del departamento de mercadotecnia; los hoteles muy grandes tienen un director de mercadotecnia que coordina estos trabajos, mientras que los pequeños generalmente, son responsabilidad del gerente; entre otros trabajos de mercadotecnia se cuenta la oferta interna de los servicios del hotel para animar a los huéspedes a usar, por ejemplo, el restaurante, la investigación de mercados, el sistema de reservaciones, y lo relacionado con agencias de viajes y operadores de viajes para turistas.

**PERSONAL DE EMPLEADOS.** Generalmente el departamento de personal es responsable de determinar los estándares de desempeño de labores, prever las necesidades perso

nales y de programar de acuerdo con la demanda prevista; quizá se requiera un personal asesor para atender procedimientos más detallados de control de personal de trabajo; el hecho de que se reconozca el valor de la inversión en recursos humanos, representado por el costo de contratación y adiestramiento del personal, ha dado por resultado la evolución del departamento de personal bajo la supervisión del gerente de personal.

EL DEPARTAMENTO DE CONTADURIA. El jefe del departamento de contabilidad es el contralor, quien vigila el funcionamiento de la oficina de contabilidad. El personal de la contaduría generalmente consta, por lo menos, - de otras cuatro personas, cada una de ellas responsable - de un sector específico de la función contable.

El cajero general recibe el dinero de todos los cajeros y hace el depósito en el banco; también distribuye los cheques de salarios y hace otros desembolsos en efectivo.

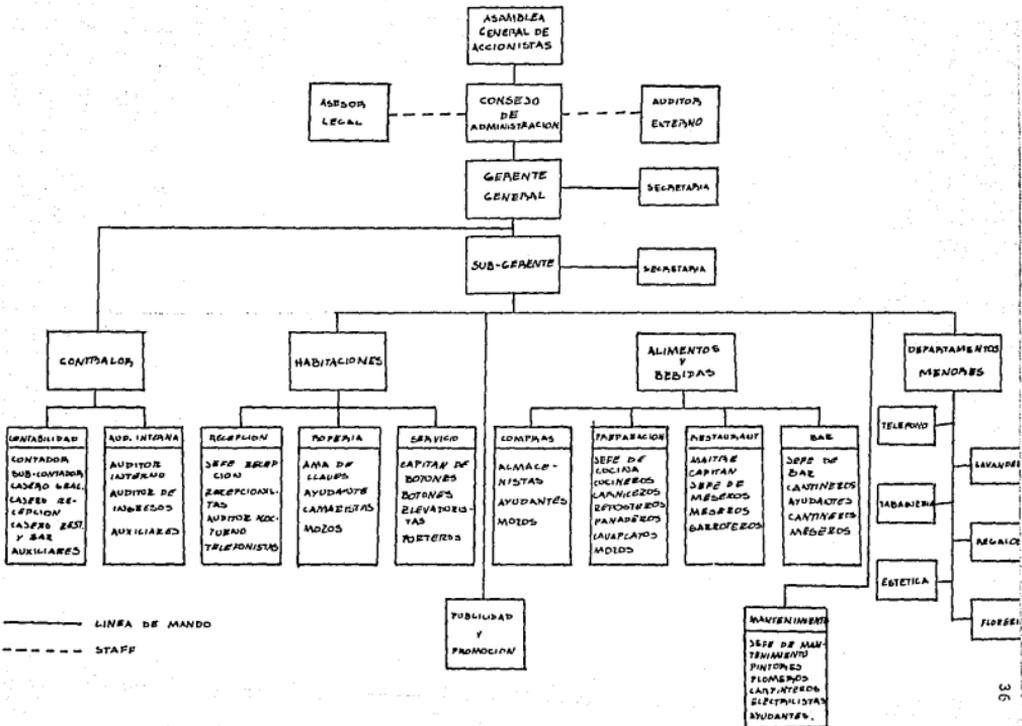
El auditor de ingresos hace diariamente la auditoría de todas las entradas de dinero en el hotel y comprueba la exactitud de las cuentas de los huéspedes basándose en el informe del auditor "de noche". Los registros de las ventas y del efectivo de todos los departamentos del

día anterior se entregan al auditor de ingresos cada mañana para conciliarlos.

El resto del personal de la contaduría es de uno o más empleados del libro mayor, de un empleado encargado de las cuentas por pagar; y frecuentemente de un empleado a cuyo cargo está la nómina. En los hoteles muy grandes, pudiera ser más detallada la división de trabajo; sin embargo, aún los hoteles pequeños deben tomar precauciones para el control interno lo más posible, si delegan diversas funciones contables. Muchos de los registros contables se llevan, o se originan, fuera de la oficina de contaduría. Las cuentas de todos los huéspedes se llevan en la oficina de administración; el cajero del comedor registra las notas de consumo que hacen quienes ejecutan el servicio y cobran el importe de las ventas; el ama de llaves hace la lista de las habitaciones ocupadas; el departamento de teléfonos y otros registran sus ventas; el empleado recepcionista formula la lista de todos los artículos recibidos; y el tomador de tiempo registra la llegada y salida de todos los empleados. Quedando todas estas funciones bajo la supervisión del auditor.

La siguiente gráfica (Fig. 1) muestra la jerarquía organizacional que se podría adaptar a cualquier hotel -

clasificado como de primera clase, tomando en cuenta las características de las actividades de este tipo de empresas en lo referente a la distribución de trabajo en todos sus departamentos, en cuanto a los conocimientos y - habilidades del personal que se dispone a lograr los mejores resultados y rendimiento en el desempeño de sus actividades.



CAPITULO III

" SISTEMA DE CONTABILIDAD "

## SISTEMA DE CONTABILIDAD.

De acuerdo con el Código de Comercio, los libros - principales de aplicación general son: Libro Diario, Libro Mayor e Inventarios y Balances. Tomando en cuenta - las necesidades específicas de cada empresa y la naturaleza de sus operaciones, se establecen determinados registros o libros auxiliares que permiten un detalle mayor de las operaciones realizadas y sirven de enlace con los libros principales, obteniéndose como resultado un mayor control e información cuando así se desea.

MAYOR Y DIARIOS GENERALES. Es necesario tomar conjuntamente en consideración el diario y el mayor generales, porque el formato del diario depende del formato del mayor que se use.

El mayor de formato estándar "de cuentas", es decir con una columna para el Debe y otra para el Haber es poco práctico para los hoteles. Es necesario, ya sea -- abrir una cuenta por separado para cada clase de gasto de cada departamento, o bien tener una sola cuenta para todos los gastos de cada departamento. En el supuesto primero, podría haber tantas cuentas que no se obtendrán los mejores resultados, y en el segundo caso se requiere dema

siado trabajo para formular los estados financieros mensuales, y sobre todo, para preparar el informe anual en virtud de la necesidad de analizar las cuentas.

Si se usa el formato estándar de mayor, los asientos pueden pasarse tomándolos directamente de los diarios especiales (que posteriormente se mencionarán), y el diario general de formato estándar contendrá solamente el asiento de resumen para la nómina y los ajustes de inventarios, los gastos pagados anticipadamente, los cargos diferidos, los gastos acumulados y otros ajustes similares.

EL MAYOR TABULAR O DE COLUMNAS. El mayor tabular o de columnas, en el cual se agrupan en una hoja varias cuentas relacionadas entre sí, es mucho más práctico que el mayor de formato estándar ya que cada hoja tiene una columna para el total y una para cada cuenta. La forma de la cuenta es la misma que la de una página de diario tabular, cuyas tres primeras columnas de cantidades se destinan a cargos totales, abonos totales y saldo total, seguidas de una columna de Debe y una de Haber para cada cuenta contenida en el grupo. Por ejemplo, puede destinarse una hoja a todas las cuentas de caja, otra a todas las cuentas de control de cuentas por cobrar y una más a todos los inventarios; en el caso de la cuenta de caja, a

las tres columnas seguirá un par de columnas para cada -- cuenta de bancos y otro para los fondos "en casa". Cada \_ cargo o abono se asienta no sólo en la columna de tota- - les, sino también en las columnas destinadas a las cuen-- tas individuales; de esta manera, las columnas de totales de cada hoja sirven de cuentas de control de todas las - cuentas abiertas en esa hoja.

No sería práctico agrupar las cuentas de gastos - por su índole (nóminas, lavandería, etc.) y tener colum-- nas separadas en una hoja del mayor para los diversos de-- partamentos o grupos de gastos. Muchos gastos se hacen - solamente en uno o dos departamentos y agruparlos así no reduciría el número de cuentas de manera apreciable. En\_ vez de facilitar la formulación de estados de pérdidas y ganancias, resultaría lo contrario. Es cierto que unas - cuantas partidas de gastos, tales como sueldos y salarios, materiales de trabajo y lavandería, se hallan prácticamen\_ te en todos los departamentos y grupos de gastos genera-- les, pero muchos otros se refieren solamente a un departa\_ mento o grupo de gastos generales.

El arreglo más práctico de cuentas de ingresos y - gastos en el mayor tabulador, es agrupar en una sola hoja separada todos los ingresos y gastos de cada departamen--

to, en el mismo orden en el que figuran en el estado de ingresos y gastos. En el caso de estas cuentas nominales, no es ni siquiera necesario tener dos columnas para cada clase de ingreso o de gasto, porque las cuentas de ingreso tienen casi exclusivamente asientos de abonos, y las de gastos, asientos de cargo. Por lo tanto, es suficiente tener una columna para cada partida de ingreso o de gasto y asentar todos los abonos en tinta roja para distinguir los de los asientos de cargo que se anotan con tinta negra. Con este método se reduce considerablemente el número de columnas en las cuentas de mayor; y como es mucho menor el número de asientos de abono que el de los cargos, el uso de tinta roja para asientos de abono no representa un inconveniente.

Después de pasar todos los asientos a una cuenta de un departamento, el saldo neto del mes se anota solamente en la tercer columna y así la cuenta indica el resultado neto que se mostrará en el estado de ingresos y gastos de ese departamento. Siguen a este saldo los totales de cuentas de ventas, bonificaciones y gastos en el mismo orden que figuran en el estado de pérdidas y ganancias. En todos los casos es conveniente tener dos columnas después de los gastos diversos y registrar en ellas el importe y la explicación de esos gastos extraordina-

rios que no pueden incluirse en ninguna otra partida específica, pero que son demasiado importantes para incluirlos en gastos diversos y que, además, ocurren con tan poca frecuencia que no se justifica tener columnas separadas para ellos.

Después de pasar todos los asientos a fin del primer mes del año fiscal, los totales se colocan abajo de cada columna y se "cierran" trazando dos rayas al calce. En el segundo mes, sólo se suman los totales de ese mes y en el renglón siguiente se anotan los totales hasta la fecha desde el principio del año fiscal. De esta manera, no sólo los estados de pérdidas y ganancias de cada mes, sino también los estados desde el principio del año fiscal hasta el final del período de cualquier mes, pueden simplemente copiarse tomándolos de las cuentas del mayor.

Para fines prácticos, las columnas deben arreglarse exactamente en el mismo orden que las partidas correspondientes en el estado de ingresos y gastos. Por ejemplo, si se vende electricidad a los inquilinos, y las ventas se deducen de los gastos totales en el estado de cuidado del edificio, mantenimiento y costos de fuerza motriz, las ventas en la cuenta correspondiente deben registrarse en una columna que siga a los gastos.

Cuando el costo de operación de un departamento - tal como el de la lavandería para el hotel se cierra el - fin de mes por medio de cargos a los departamentos de ventas, debe tenerse una columna separada en la cual se registre como abono el costo total traspasado a otros departamentos. De esta manera, las columnas totales no mostrarán ningún saldo a fin de cualquier mes.

Antes de pasar asientos a un mayor tabular, es necesario arreglar sistemáticamente todas las partidas quehayan de asentarse tomadas de cualesquiera de los diarios especiales, para que todas se registren en un renglón de cada cuenta afectada. Las formas impresas de los diarios especiales ilustradas en los capítulos precedentes fueron diseñadas tomando esto en consideración. Sin embargo, lo mejor es arreglar las partidas de tal modo que pueda seguirse la pista del total por pasar a cada cuenta así como del detalle al verlas en el mayor. Para este fin se - usa un diario de cuatro columnas, dos de las cuales se - destinan a cargos y dos a abonos. De cada lado del diario se registra el total por pasar a cualquier cuenta en una columna y el detalle en la otra. Los totales por pasar de cada diario especial se resumen primeramente en - este diario de cuatro columnas. Los asientos de ajuste - se hacen directamente en este diario.

LIBROS MAYORES SEPARADOS PARA CUENTAS DE BALANCE GENERAL Y PARA PERDIDAS Y GANANCIAS. Aunque el número de cuentas se reduce considerablemente usando el mayor tabular, este mayor no será práctico a menos que se abra uno nuevo cada año fiscal. Sin embargo, a menudo se desea conservar la continuidad de las cuentas del balance general especialmente las de activo fijo y las de pasivo en el mismo libro mayor durante varios años. Esto puede lograrse llevando todas las cuentas de activo y de pasivo en el mismo libro mayor separado del formato estándar y todas las de pérdidas y ganancias en un mayor tabular. El mayor general que contiene solamente cuentas de activo y de pasivo puede ser un libro encuadernado. Todos los asientos que se pasan a este mayor son bastante uniformes de mes a mes y de un año a otro y las cuentas pueden disponerse anticipadamente de tal modo que un libro encuadernado de cualquier tamaño puede durar varios años, sin la necesidad de traspasar cuentas de un folio a otro. En consecuencia un libro mayor encuadernado se usa en muchos hoteles para las cuentas de activo y de pasivo cuando las dos clases de cuentas se separan en dos mayores.

Los mejores resultados con estos dos mayores se obtienen usando el diario de seis columnas. Las características distintivas de este diario son que las partidas que

han de asentarse en los dos mayores que se resumen en columnas separadas, a fin de mes, se suman todas las columnas del Debe y del Haber del mayor general, se asienta - abajo del total menor, y la misma cantidad se asienta abajo del total menor de las columnas de pérdidas y ganancias. Después de este asiento, el total de cargos y abonos a cada mayor será igual y la cantidad ajustada que se anota así, nos refleja la utilidad o pérdida neta del mes. La utilidad o pérdida neta se pasa de la columna del mayor general a la cuenta de pérdidas y ganancias con lo - cual se establece automáticamente, una cuenta de control\_ del mayor de ingresos y gastos. La utilidad o la pérdida neta también puede pasarse tomándola de la columna de ingresos y gastos del diario, a una cuenta llamada "mayor - general" en el mayor de ingresos y gastos, lo cual hará - que este último sea de "balance automático".

Los ajustes a las pérdidas y ganancias de meses anteriores del mismo año fiscal, se registran en el mayor - general en una cuenta de ajustes a pérdidas y ganancias , para no interferir en la cuenta de pérdidas y ganancias - como cuenta de control del mayor de ingresos y gastos; a fin de año, los ajustes a pérdidas y ganancias se traspasan a cuentas adecuadas en el mayor de ingresos y gastos\_ por medio de un asiento de diario, y también a la cuenta\_

de pérdidas y ganancias del mayor general, con lo cual a la cuenta de ajustes a pérdidas y ganancias se cierra con el mismo asiento.

Es evidente que cuando se usan estos dos mayores y todos los asientos se anotan en un diario de seis columnas, no se necesitan asientos de cierre al final del año. Las cuentas de ingresos y gastos se cierran cada mes trazando dos líneas al final de las partidas y se "arrastra" el total acumulado del año. El mayor general contiene la cuenta de pérdidas y ganancias en la cual se asienta la utilidad o la pérdida de cada mes en un solo total. Por lo tanto, a fin de año, sólo es necesario traspasar los resultados netos de las operaciones de pérdidas y ganancias a la cuenta de utilidades retenidas.

Asentar en el diario los totales de los diarios especiales no exige un trabajo de oficina tan grande como parece. Asentarlos en el diario no demora la formulación de los informes.

MAYOR CONFIDENCIAL. En ocasiones se desea impedir que los empleados del hotel se enteren de la información relativa al costo de las propiedades, al pasivo por hipotecas y a la utilidad o pérdida neta de la empresa, así -

como a otras partidas de información. En esos casos el activo fijo, el pasivo a largo plazo y las cuentas de capital se llevan en un mayor privado en el cual también se llevan las cuentas para impuestos, intereses hipotecarios y otros gastos que la compañía propietaria no desea que conozcan los empleados del hotel, tales como los sueldos de los funcionarios.

Sólo es necesario tener un diario de dos columnas que se relacione con el mayor confidencial. Son tan escasos los asientos que ni siquiera suele necesitarse un diario especial de caja. Está por demás decir que cada uno de los dos mayores, el general que se lleva en el hotel y el confidencial, deben tener una cuenta recíproca.

Al mayor que contiene las cuentas de activo y pasivo circulante se le llama frecuentemente mayor de operación; lo mejor es tener en él las cuentas de loza, cristalería, platería, ropa blanca y uniformes, y hacer los ajustes necesarios a esas cuentas en este mayor, eliminando así las diversas operaciones entre mayores resultantes de la determinación mensual de reservas, del registro de reposiciones corrientes y las de ajustes de las cuentas basándose en inventarios periódicos.

Si se lleva un mayor confidencial, es posible que

deseen los propietarios cargar a las operaciones una cantidad fija de renta que puede ser o no la misma que los gastos de la compañía propietaria llevados en el mayor confidencial. En tal caso, el cargo fijo de renta debe registrarse en el mayor de operación cada mes, cargando a "renta" y abonando a "mayor confidencial". La utilidad o la pérdida neta después de este cargo deberá llevarse en el mayor de operación hasta el final del año fiscal. Al terminar el ejercicio contable se cierra la cuenta de pérdidas y ganancias traspasando el saldo a la cuenta de "mayor confidencial". En el mayor confidencial la renta fija se carga a mayor de operación y se abona directamente a pérdidas y ganancias. Al terminar el año fiscal, la utilidad o la pérdida neta que figura en el mayor de operación se registra en el mayor confidencial con un cargo a "mayor de operación" y un abono a pérdidas y ganancias. Al formular el estado de pérdidas y ganancias de la compañía por el ejercicio fiscal, el estado detallado de pérdidas y ganancias tomado del mayor de operación se usa como base; empero la renta ficticia se sustituye por los gastos reales registrados en el mayor confidencial. Si no se ha hecho ningún cargo por renta a operaciones durante el año fiscal, sólo se necesita un asiento de diario en cada juego de libros para traspasar la utilidad de operación.

Además del traspaso de pérdidas y ganancias, las operaciones más comunes que afectan a ambos mayores son el traspaso del fondo de caja, de la cuenta de banco de operación a la cuenta privada de banco; el traspaso de compras de mobiliario y equipo pagados con los fondos de operación a las cuentas de activo o de reserva llevadas en el mayor confidencial; y el traspaso de pagos de gastos ocasionales de los fondos de operación a las cuentas llevadas en el mayor confidencial.

DIARIOS ESPECIALES. Muchas de las operaciones pequeñas de tipo comercial que diariamente tienen lugar en un hotel, se condensan día tras día en diarios especiales. El uso de estos diarios especiales simplifica considerablemente los libros generales del hotel.

EL DIARIO DE RESUMEN DE VENTAS. Las columnas del diario del resumen de ventas se disponen en el mismo orden que las cuentas de ventas en el mayor general y en el estado de pérdidas y ganancias. Toda la información que se requiere en el mayor general se incluye en este diario de resumen de ventas, en tanto que la información detallada que no se anota en el mayor general se registra solamente en un diario separado de detalle de ventas. Para consultas rápidas, el diario de ventas debe mostrar las

FECHA	HABITACIONES			ALIMENTOS			
	EN TRANSITO H	PERMANENTES H	AL PUBLICO H	EN EL CAFE H	COMEDOR H	SERVICIO EN LOS CUARTOS H	BANQUETES H

BEBIDAS				TELEFONOS			
SERVICIO DE BAR H	SALON COCTALES H	SERVICIO EN LOS CUARTOS H	BANQUETES H	LOCALES H	CIUDAD H	CARGOS POR SERVICIO H	

OTROS DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS				ARRENDAMIENTOS. H
ESTACIONAMIENTO H	LAVANDERO H	ALBERCA CABAÑAS BAÑOS H	AREAS DEPORTIVAS. H	

OTROS INGRESOS		CARGOS A CONCESSIONARIOS H	GRAN TOTAL H	CARGO		CAJA D
PARTIDA H	H			HUESPEDES D	CIUDAD H	

DIARIO DE RESUMEN DE VENTAS

ventas diarias totales de cada departamento, aunque solamente se pasen al mayor general las columnas de detalle.

DIARIO DE DETALLES DE VENTAS. Toda la información acerca de las ventas que no se necesita en la cuenta de mayor general, se registra en un diario de detalles de ventas, que es subsidiario del diario de resumen de ventas; puede dedicarse una sección del diario de detalles para registrar las estadísticas diarias de ventas de habitaciones y del restaurante; puede ser conveniente subdividir las ventas de habitaciones en función del origen del mercado, por ejemplo, de huéspedes en tránsito, constantes, de convenciones, de descuentos, etc. Las ventas de comida deberán registrarse permanentemente, porque quizá la gerencia necesite esta información; en el diario de detalles de ventas se tiene un conjunto de columnas, una para cada comedor, una para cada servicio en los cuartos, una para banquetes y una para los totales.

Aunque a menudo se registran las ventas de cada departamento al contado y a crédito separadamente en el diario de resumen de ventas, es preferible hacer la separación solamente en el diario de detalles para no llevar en el diario de resumen la información que no sea indispensable para las cuentas del mayor general. El hecho de re-



gistrar las ventas al contado y a crédito separadamente - facilita la auditoría de los ingresos en cualquier fecha posterior ya que los registros de cada departamento pueden verificarse directamente con los asientos en los diarios de ventas.

DIARIO DE BONIFICACIONES. Por lo general se necesita el diario de bonificaciones solamente si se usa un sistema manual de contabilidad. El contador en jefe es quien lleva este diario y en él se registra cada bonificación como partida separada. El importe de cada una se anota en la primera o en la segunda columna de "importe" dependiendo del mayor que haya de abonarse. Se tienen columnas separadas para facilitar el cotejo de estos totales con las hojas de la transcripción. Hay dos columnas para bonificaciones a habitaciones, una para ajustes de precios de huéspedes que pagan y la otra para cargos por habitaciones de "cortesía". En casi todos los casos es solamente necesario tener columnas separadas en el diario de bonificaciones para habitaciones, alimentos y teléfono; las bonificaciones de otros departamentos son tan escasas que pueden reunirse en una columna de diversos y analizarse a fin de mes.

El diario de detalles de ventas y el diario de bo-

nificaciones son dos de los diarios principales del sistema de teneduría de libros de los hoteles; y los totales mensuales registrados en ellos se pasan directamente a las cuentas del mayor general.

El diario de ventas contiene una columna de cargos para las ventas al contado y el diario de entradas de caja tiene una columna correspondiente de abono. Es preciso que los totales de estas dos columnas sean iguales. Ambos totales han de asentarse en una columna de "cambio" o "canje" o en una "cuenta de ventas en efectivo".

La información registrada en el diario de detalle de ventas no pasa al mayor general, sino simplemente complementa el resumen registrado en el diario de ventas y tiene particular valor para fines estadísticos. Las hojas de nóminas también pueden considerarse como uno de los diarios especiales; empero, por regla general, se resumen en el diario general pasándose de ahí a las cuentas.



DIARIO DE RESUMEN DE ENTRADAS DE CAJA. Las entradas de dinero resumidas por el auditor de ingresos y por el cajero general, se asientan en un diario de caja con el suficiente detalle para hacer los pases a las cuentas a final de mes. Solamente se asientan en este diario los totales de las entradas diarias. Se usa un renglón para cada día, a menos que haya varias partidas de entradas diversas. Sin embargo, si se incluyen todas las ventas al contado en el informe de ingresos diario y si se registran en el diario de ventas, habrá muy pocas entradas de "diversos". Las partidas que con más frecuencia se clasifican como entradas diversas, son salarios depositados que no han sido reclamados, préstamos de bancos, intereses sobre saldos de bancos, devolución de primas de seguros y entradas de diversas cuentas por cobrar, tales como préstamos a funcionarios y a empleados.

Hay una columna de depósito para cada banco con el que el hotel tiene cuenta. Los traspasos de un banco a otro se registran en la columna de "cambios" de este diario, así como en la columna correspondiente del diario de salidas de caja, con objeto de simplificar la conciliación de saldos en bancos.

El importe de los cheques depositados que excede -



de las entradas de caja, también se asienta en la columna de cambios y se gira un cheque inmediatamente, para reembolsar a los cajeros.

EL DIARIO DE COMPRAS. La concentración en un solo asiento de todas las facturas recibidas en un mismo acreedor en un mes, reduce considerablemente el número de asientos en el diario de compras. En un hotel de mediana magnitud, estos asientos rara vez exceden de 200 en cualquier mes. El uso de un registro de comprobantes en vez de un diario de compras ahorra solamente la anotación de menos de 200 partidas en el mayor de cuentas por pagar; por consiguiente el diario de compras tiene un uso más generalizado, que es más manejable que el mayor de cuentas por pagar.

El diario de compras contiene una columna separada para cada cuenta de abastos, una columna para los grupos principales de gastos y otra para los demás. Para un mejor control se escribe un resumen directamente abajo del total de cada columna y se hace un índice de los asientos de manera que a cada asiento pueda seguirse la pista hasta el resumen.

Esta forma de diario de compras puede ampliarse -



añadiendo más columnas, si se estima necesario y si ahorra trabajo de oficina.

Los desembolsos de dinero en hoteles o en cualquier otra empresa, son generalmente de dos clases: pagos en cheques y pagos en efectivo. El control de estos dos métodos de pago se lleva, naturalmente, en registros separados, y reunidos posteriormente mediante reembolsos periódicos del fondo de caja chica, por medio de cheques girados para cubrir la cantidad total de esos pagos en dinero efectivo.

DIARIO DE SALIDAS DE CAJA. El diario de salidas de caja general es únicamente una lista de los cheques girados, seguida de unas cuantas columnas para clasificar los pagos. Debe contener todas las columnas necesarias, salvo una separada que debe haber para cada banco sobre el cual se giran los cheques. Las columnas de nóminas extra y de caja chica deben mostrar el mismo total de las columnas correspondientes del diario de caja chica. La columna de cambios contiene las mismas partidas que la columna correspondiente de entradas de caja. Las partidas más frecuentemente asentadas en el espacio que ocupa la columna de varios son: los cheques de sueldos del gerente que, por regla general, no se anotan en la nómina ordina-



ria; el reembolso a concesionarios de sus cargos a huéspedes; los pagos de intereses sobre hipotecas; y las devoluciones ocasionales a los huéspedes. Como en todos los diarios especiales, es conveniente tener una o dos columnas en blanco que puedan usarse ventajosamente en ocasiones especiales.

Si todos los salarios extras se registran en hojas de nómina y están contenidos en el resumen de la nómina - como es lo debido, los totales de ambas columnas de nómina se cargan a salarios acumulados. La separación de los cheques girados para salarios extra sirve únicamente para facilitar el cotejo con el diario de caja chica del cajero pagador.

DIARIO DE CAJA CHICA. En el diario de caja chica se registran los pagos por concepto de salarios. La forma de diario de caja chica puede variar algo, lo cual depende del método para pagar salarios. Si todos los salarios se pagan con cheque, naturalmente no habrá registros de estos pagos más que en el diario de salidas de caja y quizá en los registros subsidiarios de nóminas en los casos en que los pagos de salarios se hagan tomando el dinero de una cuenta bancaria especial.



## CATALOGO DE CUENTAS

En todas las empresas de cualquier tipo, es uno de los elementos de mayor importancia en su organización contable, puesto que determina el orden de las cuentas facilitando considerablemente la formación de los estados financieros, al considerarse como un elemento de primer orden y representar una de las dificultades notables en este tipo de negocio.

Las ventajas que proporciona la aplicación de un catálogo de cuentas uniforme son las que a continuación se mencionan:

- Obtención de los estados financieros en una forma más rápida y con mayor calidad en los mismos por su uniformidad.
- Otorga una mayor eficacia y facilidad en el análisis de la información extraída de los registros.
- Se obtiene una mayor comprensión de la información estadística en relación con los asuntos internos de la empresa.
- En los trabajos contables se obtiene una mayor rapidez y proporciona un criterio único al per-

sonal encargado del manejo de las cuentas, minimizando así los errores de codificación.

- La comparación de resultados es más fácil en las diferentes épocas de operación en empresas de la misma categoría.

En conclusión, es de advertirse que el uso del catálogo uniforme de cuentas representa innumerables beneficios para la operación interna de la empresa, facilitando de igual manera la revisión por parte de las autoridades fiscales, tomando en cuenta la magnitud de la importancia que tiene este tipo de empresas para el desarrollo de la economía nacional.

El catálogo de cuentas debe tomar como base el ciclo financiero que en cualquier tipo de empresas pueda considerarse, como se explica a continuación:

- Deberá obtener el capital propio por medio de las aportaciones de los accionistas o propietarios del negocio y retención de utilidades.
- Si el capital propio no es suficiente debido a las actividades propias de la empresa, se recurrirá a fuentes de capital ajenas, representadas por el pasivo mediante el uso de las formas

que le corresponden, ya sean préstamos de carácter personal o público, a corto o a largo plazo, emisión de obligaciones, etc.

- Intervención y movilización de recursos propios y ajenos en bienes de necesidad para la operación misma del negocio. En relación al activo\_ y a los renglones del mismo activo.
- La obtención del producto de las inversiones.
- Erogaciones en los gastos y costos de operación para la obtención de productos.
- Administración de valores ajenos, recordatorios en forma contable, contingencias; control a base de duplicidad de registros.

En consecuencia, podemos definir el catálogo de - cuentas como la exposición codificada y nominativa de un plan de cuentas.

El catálogo de cuentas debe de complementarse con un manual que explique claramente los conceptos de cargo\_ y abono, interpretación de saldo y relación de cuentas - a las que afecte en forma correlativa. Así mismo, debe - de constar con indicación de páginas que ésta a su vez - sirva de índice también, con el fin de que se pueda apreciar en conjunto.

## 1. ACTIVO

## 10. CIRCULANTE

- 100. Fondo Fijo de Caja.
- 101. Bancos.
- 102. Cuenta de huéspedes.
- 103. Clientes.
- 104. Agencias de viajes.
- 105. Tarjetas de crédito.
  - 01. American Express.
  - 02. Diner's Club.
  - 03. Carte Blanche.
  - 04. Otras.
- 106. Funcionarios y Empleados.
- 107. Inquilinos Locales.
- 108. Cheques devueltos.
- 109. Deudores Diversos.
- 110. Documentos por Cobrar.
- 111. Almacén de alimentos.
- 112. Almacén de bebidas.
- 113. Almacén de abastecimientos generales.
- 114. Almacén de consumo inmediato.
- 115. Mercancías en Tránsito.
- 116. Cuentas por Cobrar. I.V.A.

## 12. OTROS ACTIVOS

- 120. Inversiones en acciones y valores.
- 121. Depósitos en garantía.

## 13. FIJOS

- 130. Terrenos.
- 131. Edificios.
- 132. Reserva para depreciación de edificios.
- 133. Mobiliario y equipo.

- 134. Reserva para depreciación de mobiliario y equipo.
- 135. Equipo de transporte.
- 136. Reserva para depreciación de equipo de transporte.
- 137. Equipo de servicio.
- 138. Reserva para depreciación de equipo de servicio.

#### 15. DIFERIDOS

- 150. Gastos de instalación.
- 151. Reserva para amortización de gastos de instalación.
- 152. Gastos de organización.
- 153. Reserva para amortización de gastos de organización.
- 154. Gastos financieros.
- 155. Reserva para amortización de gastos financieros.

## 2. PASIVO

### 20. CIRCULANTE

- 200. Depósitos para reservaciones.
- 201. Acreedores Diversos.
- 202. Documentos por pagar.
- 203. Dividendos por pagar.
- 204. Acreedores por intercambio.
- 205. Documentos descontados.
- 206. Gastos Acumulados por pagar.
- 207. Provisión para el pago del I.S.R.
- 208. Cuentas por pagar.
- 209. Cuentas por pagar I.V.A.

### 21. FIJO

- 210. Préstamos refaccionarios.
- 211. Documentos por pagar a Largo Plazo.

### 22. DIFERIDO

- 220. Cobros Anticipados.

## 23. RESERVAS

- 230. Reserva para Reposición de Equipo.
- 231. Reserva para Fondos de Pensiones o Jubilaciones y primas de antigüedad.
- 232. Reserva para Retiro e Indemnizaciones al Personal.

## 3. CAPITAL

- 300. Capital Social.
- 301. Reserva Legal.
- 302. Reserva de Reinversión.
- 303. Utilidad de ejercicios anteriores.
- 304. Pérdida de ejercicios anteriores.
- 305. Utilidad del Ejercicio.
- 306. Pérdida del Ejercicio.
- 307. Pérdidas y Ganancias.

## CUENTAS ACREEDORAS DE RESULTADOS

## 400. INGRESOS

- 01. Habitaciones.
- 02. Alimentos.
- 03. Bebidas.
- 04. Lavandería.
- 05. Planchaduría.
- 06. Tintorería.
- 07. Teléfonos.
- 08. Estacionamiento.
- 09. Utilidad en Cambios.
- 10. Rentas y concesiones.

## 401. OTROS INGRESOS

## CUENTAS DEUDORAS DE RESULTADOS

- 500. Ajustes y Descuentos.

01. Habitaciones.
  02. Alimentos.
  03. Bebidas.
  04. Lavandería.
  05. Planchaduría.
  06. Tintorería.
  07. Teléfonos.
  08. Estacionamiento.
  09. Utilidad en Cambios.
  10. Rentas y Concesiones.
501. COSTO DE VENTAS
01. Costo de alimentos.
  02. Costo de bebidas.
  03. Costo de llamadas telefónicas locales.
  04. Costo de larga distancia.
  05. Costo de Tintorería.
502. Gastos de Habitaciones.
503. Gastos de Alimentos.
504. Gastos de Bebidas.
505. Gastos de Lavandería.
506. Gastos de Planchaduría.
507. Gastos de Tintorería.
508. Gastos de Teléfonos.
509. Agua, Luz, Fuerza, Combustibles.
510. Gastos de Mantenimiento.
511. Publicidad y Promoción.
512. Gastos de Estacionamientos.
513. Gastos Generales y de Administración.
514. Rentas.
515. Primas de Seguros y Fianzas.
516. Gastos Financieros.
517. Depreciaciones.

518. Amortizaciones.

CUENTAS PUENTE O LIQUIDADORAS

- 700. Ventas de Contado.
- 701. Reembolso de Caja.
- 702. Cobranzas.
- 703. Sueldos y Salarios.
- 704. Mercancías a crédito.

RELACION DE CUENTAS QUE DEBERAN DE USARSE PARA LAS  
CUENTAS DE RESULTADOS DEUDORAS

- 01. Sueldos y Salarios.
- 02. Seguro Social.
- 03. Impuesto sobre educación 1%.
- 04. Uniformes y su mantenimiento.
- 05. Comida Empleados.
- 06. Impuesto al Valor Agregado.
- 07. Lavandería.
- 08. Tintorería.
- 09. Suministros a Huéspedes.
- 10. Artículos de Limpieza.
- 11. Papelería y artículos de Escritorio.
- 12. Artículos perdidos o dañados.
- 13. Gratificaciones.
- 14. Atenciones y Cortesías.
- 15. Utensilios de comedores y cocinas.
- 16. Utensilios y gastos menores y de bares.
- 17. Flores y decoraciones.
- 18. Reposición de equipo.
- 19. Comisiones sobre ventas.
- 20. Contratos de limpieza.
- 21. Gastos de música y variedades.
- 22. Honorarios música y variedades.

23. Fletes y maniobras.
24. Hielo.
25. Energía comprada.
26. Agua.
27. Combustible para calderas.
28. Combustible para cocinas.
29. Comisiones sobre compras.
30. Compra de periódicos y revistas.
31. Fotografías, folletos y tarjetas postales.
32. Donativos.
33. Derechos de alcoholes.
34. Pasajes locales.
35. Cuotas y suscripciones.
36. Servicio postal y telegráfico.
37. Inserciones en periódicos y revistas.
38. Previsión social y beneficios al personal.
39. Botanas.
40. Impuesto sobre adquisición de muebles.
41. Materiales para lavado.
42. Impuestos no retenidos.
43. Impuesto sobre Capitales.
44. Impuesto sobre ingreso global de la empresa.
45. Indemnizaciones al personal.
46. Gastos Bancarios.
47. Gastos de representación.
48. Gastos de viaje.
49. Gastos para financiamiento.
50. Honorarios a consejeros.
51. Honorarios a profesionistas.
52. Focos y lámparas.
53. Diferencia de inventario en almacenes.
54. Depreciaciones de edificios.

55. Depreciaciones de mobiliario y equipo.
56. Partidas no deducibles al I.S.R.
57. Pérdida en cambios.
58. Pintura y decoración.
59. Primas y Fianzas.
60. Primas de seguros.
61. Provisión para cuentas malas.
62. Radio y televisión.
63. Rentas Fijas.
64. Rentas y porcentajes.
65. Seguridad.
66. Suministro para refrigeración.
67. Utilidad o pérdida en compra de valores.
68. Utilidad o pérdida en ventas de activo fijo.
69. Reparación y mantenimiento del edificio.
70. Reparación y mto. de equipo eléctrico y mecánico.
71. Reparación y mto. de alfombras y tapetes.
72. Reparación y mantenimiento de elevadores.
73. Reparación y mantenimiento de mobiliario.
74. Reparación y mantenimiento de colchones.
75. Reparación y mantenimiento de jardinería.
76. Reparación y mantenimiento de cortinas y persianas.
77. Reparación y mantenimiento de herramientas.
78. Reposición de blancos.
79. Reposición de cristalería, loza y plata.
80. Gastos de archivo y encuadernación.
81. Amortización de instalaciones y mejoras en el edif.
82. Amortización de gastos diversos.
83. Amortización de crédito mercantil.
87. Gastos legales.
88. Diversos.
89. Impuestos y derechos varios.
90. 5% Fondo para la vivienda de los Trabajadores.

## BALANCE GENERAL AL ... DE ..... DE .....

ACTIVO		PASIVO	
<b>CIRCULANTE</b>		<b>CIRCULANTE</b>	
Fondo Fijo de Caja.	\$ 33 000	Depósito p/Reserv.	\$ 74 866
Bancos.	121 410	Acreedores Diversos.	230 311
Huéspedes.	\$ 9 500	Documentos por pagar.	470 704
Tarjetas de Crédito.	7 600	Acreedores p.interc.	328 156
Clientes.	6 900	Gtos.acumulados p.pag.	40 144
Documentos por cobrar.	<u>166 894</u>	Provisión p.pago de imp.	<u>54 720</u>
	\$ 190 894		\$ 1 198 901
Deudores diversos.	200 908		
Almacenes varios.	77 614	<b>FIJO</b>	
Hercancias en Tránsito.	<u>22 922</u>	Préstamo refaccionario	\$ 192 860
	\$ 100 536	Doctos. por pagar	<u>159 232</u>
	\$ 646 748		\$ 352 092
		Reservas de Pasivo.	
<b>FIJO</b>		Para indemnizaciones.	\$ 298 760
Mobiliario y equipo.	\$ 154 732	Para jubilaciones.	<u>278 236</u>
Terrenos.	197 184		\$ 576 996
Edificios y construcc.	<u>3 474 832</u>		
	\$ 3 826 748	<b>DIFERIDO</b>	
Equipo de servicio.	<u>121 854</u>	Cobros anticipados.	<u>\$ 198 877</u>
	\$ 3 948 602		\$ 2 326 866
		<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
<b>DIFERIDO</b>		Capital Social.	\$ 300 000
Gastos de instalación.	\$ 78 964	Utilidad del ejercicio.	<u>2 119 654</u>
Gastos de organización.	<u>72 206</u>	<b>SUMAN PASIVO Y CAPITAL:</b>	<u>\$ 2 419 654</u>
	\$ 151 170		\$ 4 746 520
<b>SUMA DEL ACTIVO.</b>	<u>\$ 4 746 520</u>		

NOTA: Este balance está  
expresado en miles.

## ASPECTO FISCAL.

## GRAVAMENES A LOS QUE ESTA SUJETA LA INDUSTRIA HOTELERA.

## 1. Ley del Impuesto sobre la Renta.

## a) Impuesto al Ingreso de las Sociedades Mercantiles.

- Tarifa general para empresas, según el artículo 13 de esta ley.
- Bases para el pago provisional para empresas, según el artículo 12 de la ley.
- Industrias Nuevas y Necesarias, según el artículo 4º y 9º transitorios de 1981.

## b) Impuesto al Ingreso de las Personas Físicas.

- Impuestos sobre el Producto del Trabajo.  
Aplicando la tabla del artículo 80 en caso del ingreso mensual y artículo 141 tratándose de la declaración anual.
- Impuesto sobre productos o rendimientos del capital, aplicar tabla art. 141.
- Tratándose de pagos por períodos de siete, diez y quince días aplicar tarifas contenidas en los puntos 45, 46 y 47 de la "Resolución que establece reglas generales y otras disposiciones de carácter fiscal para el año de 1983, misma que salió publicada en el Diario Oficial del 31 de mar-

zo de 1983".

b) Régimen Voluntario del Seguro Social.

- Pagos por concepto de gratificación anual, participación de utilidades, primas dominicales y vacaciones, aplicar punto 48 de la resolución anteriormente señalada.

c) Impuesto al Ingreso de las Asociaciones, Sociedades Civiles, aplicar Tarifa del Art. 141 de la Ley, así como Artículos 116, 117, y 118 del Reglamento.

d) Registro Federal de Contribuyentes en conformidad con el artículo 27 del Código Fiscal de la Federación.

e) Registro Federal de Automóviles, únicamente tratándose de equipo de transporte.

f) Impuesto sobre Tenencia o Uso de Vehículos, sólo tratándose de equipo de transporte.

g) Registro en la Dirección de Estudios Hacendarios, Departamento de Estadísticas (S.C.F.I.).

II. Ley del Impuesto sobre las Erogaciones al Trabajo Personal Prestado bajo la Dependencia de un Patrón.

- a) Aplicación sobre la tasa del artículo único.
- Impuesto del 1% sobre Remuneraciones al Trabajo Personal a cargo de los patrones.

### III. Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Están sujetos al pago de este impuesto, según artículo 1º de esta ley:

- a) Por prestaciones de servicios:

- Persona Física.
- Persona Moral.

- b) Aplicación de las tasas:

Artículo:	Tasa:
- 1º	15% (General)
- 2º	6% (Frontera)
- 2 - A	0%
- 2 - B	6%
- 2 - C	20% (Art. de lujo)

- c) Obligaciones generales según Artículos 32 al 37 de la L.I.V.A.

### IV. Impuesto Predial.

- a) La propiedad de los predios urbanos.
- b) La propiedad de los rústicos.
- Siempre y cuando el inmueble sea propiedad de la empresa.

- c) Determinación de la base gravable.
- Renta.
  - Valuación de rentas.
  - Valor Catastral.
  - Fraccionamientos.
  - Catastro (inscripción e integración con sus res  
pectivos padrones).

V. Instituto Mexicano del Seguro Social.

Ley del Seguro Social:

- a) Régimen obligatorio del Seguro Social.
- Bases de cotización y de las cuotas obrero-patro  
nales.
  - Seguro de riesgos de trabajo.
  - Seguro de enfermedades y maternidad.
  - Seguro de invalidez, vejez, cesantía en edad -  
avanzada y muerte.
  - Seguro de guarderías para hijos de asegurados ,  
1% sobre salario por cuota diaria.
  - Avisos de inscripciones. Patronal y de trabaja  
dores en general para sus aseguramientos.
- Seguros Facultativos y Adicionales:
- Las cuotas se reducirán en un 50% para hijos de  
asegurados en el régimen obligatorio.
  - Mayores de 16 y menores de 21 años, que no rea-

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

licen estudios en planteles del sistema educativo nacional.

- Aumento de las cuantías.
- Disminución de edad mínima disfrutada.
- Modificación del salario promedio base calculado.

c) Servicios Sociales.

- Prestaciones sociales.
- Servicios de Solidaridad Social.

VI. Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

- a) El patrón está obligado a aportar oportunamente el 5% de sus trabajadores.
- b) El patrón está obligado a pagar oportunamente de esa aportación del 5% de sus trabajadores al -- I.N.F.O.N.A.V.I.T.
- c) Cálculo del 5% sobre base del salario integrado, entendiéndose como salario integrado lo señalado en el artículo 143 de la Ley Federal del Trabajo.

OBLIGACIONES DE LA INDUSTRIA HOTELERA

- Licencia de funcionamiento.
- Licencia sanitaria.
- Licencia de construcción.
- Licencia de calderas.
- Licencia de maquinaria y motores.
- Licencia de rótulos, letreros y marquesinas.
- Licencia de choferes (estacionamiento).
- Libro de actas de la Comisión de Seguridad e Higiene.
- Libro de visitas de reglamentos y espectáculos.
- Libro de registro de maquinaria y de motores, en previsión social.
- Cédula y placa de empadronamiento.
- Cédula de registro federal de contribuyentes.
- Cédula de empadronamiento de alcoholes (t.d.d.f.)
- Registro de empadronamiento federal.
- Registro de la Cámara Nacional de Comercio y Turismo.
- Registro de tarifas de precios de la Secretaría de T.
- Registro en la Sociedad de Autores y Compositores, por derechos de autor.
- Registro de huéspedes.
- Registro de descarga de agua residual.
- Reglamento de hoteles.
- Menús registrados en la Secretaría de Turismo.

- Manifestación de pesas y medidas.
- Manifestación de la Dirección de Estadística.
- Manifestación de uso de tomas de agua.
- Permiso de los operadores de calderas.
- Permiso de funcionamiento de estacionamientos.
- Autorización de los elevadores.
- Tarjetas de salud de los trabajadores.
- Inscripción de envasamiento y existencia de bebidas -  
alcohólicas almacenables.
- Visto bueno del departamento de Bomberos.
- Visto bueno de Obras Públicas.
- Derechos sobre aparatos eléctricos a base de monedas.

#### CUOTAS SINDICALES.

- Cuotas que se le retienen a los trabajadores.
- Pago de cuotas por concepto de música que se use en -  
el establecimiento.
- Cuotas a la Asociación Nacional de Autores y Composito-  
res, y Actores.

## CONCLUSIONES

En nuestro país no se ha dado la debida importancia a la contabilidad hotelera; considero que en este aspecto se han descuidado los planes de estudios de la carrera de Contador Público, y es necesario darle cabida en ellos, por lo mucho que éstos representan en la profesión. Es de notarse que en todas las escuelas de la República Mexicana no es totalmente conocida y estudiada esta importante rama de la contabilidad y por consecuencia, el estudiantado desconoce en su totalidad los alcances de la Contabilidad Hotelera en la práctica profesional. Se ha observado que en las bibliotecas destinadas a nuestra profesión, ya sean públicas o privadas, no es raro que no cuenten con la literatura que va íntimamente relacionada en el estudio de la Contaduría.

El estudio que se presenta contiene información recabada de libros nacionales y de países extranjeros que tienen una importante y avanzada organización contable que podemos adaptar a nuestros sistemas teniendo como respaldo los conocimientos de la materia y la experiencia para la solución rápida y eficaz de los problemas que puedan surgir en el desempeño de la misma.

La organización de los departamentos que pertene--

cen a la estructura del control interno de un hotel, deben estar en perfecta coordinación para el desempeño de sus actividades, así como para cualquier otro tipo de industria ya que si no se cuenta con un adecuado control departamental se da cabida a que se originen confusiones en cuanto a las obligaciones y responsabilidades con que se rigen las funciones departamentales. Así mismo, deben contener un adecuado sistema de relaciones interdepartamentales, como una comunicación entre los mismos.

El sistema contable de cualquier empresa sea cual fuere el tipo de sus actividades, deberá de ser de uso sencillo y de fácil comprensión en cuanto a su elaboración y estudio de rubros y cuentas que contengan. La elaboración de diversos tipos de registros es para disminuir la dificultad que sin ellos se tendría al recabar información; ésta, al estar en forma desordenada haría más lenta la obtención de resultados, y probablemente al momento en que se presente, requiera de información más actualizada. Es por eso que con los diversos libros auxiliares con que cuenta el sistema antes mencionado, hacemos más ágil la recopilación de la información necesaria para la elaboración de estados financieros y balances que contienen la información financiera de la empresa. Al contar con cuentas y subcuentas específicas, el crite-

rio del personal que maneja las cuentas se unifica en --  
cuanto a su definición y alcance, facilitando la compa --  
ración de resultados en los diferentes periodos de  
operación de la empresa.

## B I B L I O G R A F I A

## MESONES Y VENTAS DE LA NUEVA ESPAÑA

Lucas de Palacio.  
Editorial Porrúa, 1958.

EL MULTIPLICADOR DEL GASTO TURISTICO  
Y SU APLICACION EN MEXICO

Moreno Padilla.  
Editorial Trillas, 1986.

## CONTABILIDAD PARA HOTELES

J.J. Viola.  
Editorial Trillas, 1986.

## HOTEL ACCOUNTING

Ernest B. Horwath, Louis Toth  
& John D. Lesure.  
The Ronald Press Co., N.Y., 1956.

ORGANIZACION CONTABLE DE UNA EMPRESA  
DE SERVICIOS TURISTICOS

Luis González Dávalos  
Editorial C.E.C.S.A.

## CONTABILIDAD TEORICA Y PRACTICA

Roy B. Kester.  
Editorial Labor, S. A., 1972.

## HOTEL OPERATING

J.J. Morel.

London, Sir Isaac &amp; Sons Ltd., 1957

## MANUAL DEL CONTADOR

W.A. Patton C.P.

U.T.E.H.A., 1947.

## HOTEL MAGEMENT "PRINCIPLES AND PRACTICE"

Lucius Boomer.

Harper &amp; Brothers Publishers.

N.Y. &amp; London, 1945.

# INSTANESIS

TESIS • INFORMES • MEMORIAS •  
COPIAS • REDUCCIONES •  
ENCUADERNADO • IMPRESIONES •  
COPI-OFFSET • TRANSCRIPCIONES  
IBM • COMPUTADORA.

ENRIQUE G. MARTINEZ No. 30  
(ENTRE MORELOS Y PEDRO MORENO)  
TEL. 13-99-23 GUADALAJARA