



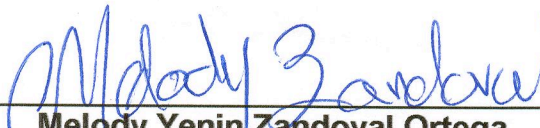
Ciudad Obregón, Sonora, a 08 de Octubre de 2012.

Instituto Tecnológico de Sonora
P r e s e n t e.

El que suscribe Melody Yenin Zandoval Ortega, por medio del presente manifiesto bajo protesta de decir verdad, que soy autor y titular de los derechos de propiedad intelectual tanto morales como patrimoniales, sobre la obra titulada "Manual de procedimientos para la promoción y comercialización de tours de la agencia comercializadora turística", en lo sucesivo "LA OBRA", misma que constituye el trabajo de tesis que desarrolle para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas en ésta casa de estudios, y en tal carácter autorizo al Instituto Tecnológico de Sonora, en adelante "EL INSTITUTO", para que efectúe la divulgación, publicación, comunicación pública, distribución y reproducción, así como la digitalización de la misma, con fines académicos o propios del objeto del Instituto, es decir, sin fines de lucro, por lo que la presente autorización la extiendo de forma gratuita.

Para efectos de lo anterior, EL INSTITUTO deberá reconocer en todo momento mi autoría y otorgarme el crédito correspondiente en todas las actividades mencionadas anteriormente de LA OBRA.

De igual forma, libero de toda responsabilidad a EL INSTITUTO por cualquier demanda o reclamación que se llegase a formular por cualquier persona, física o moral, que se considere con derechos sobre los resultados derivados de la presente autorización, o por cualquier violación a los derechos de autor y propiedad intelectual que cometa el suscrito frente a terceros con motivo de la presente autorización y del contenido mismo de la obra.


Melody Yenin Zandoval Ortega





ITSON
Educar para
Trascender

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA

**Manual de procedimientos para la promoción y
comercialización de tours de una Agencia
Comercializadora Turística**

**TITULACIÓN POR TEMA DE SUSTENTACIÓN CON
TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

PRESENTA

MELODY YENIN ZANDOVAL ORTEGA

CD. OBREGÓN, SONORA

OCTUBRE DEL 2012

DEDICATORIA



A dios por darme la oportunidad de vivir y la oportunidad de poder realizar mis sueños de terminar una carrera.

A mí madre Cecilia Ortega Estrada haberme dado la vida y haberme dado la oportunidad de terminar mis estudios..

A mí hermana Bárbara Zandoval Ortega por el solo hecho de ser mi hermana y por el apoyo que eh recibido durante todo este tiempo.

A mis maestros del ITSON.

AGRADECIMIENTOS:

A Mi Mama Cecy Ortega Por Haberme Apoyado Toda Mi Vida Y Por Dar-me La Oportunidad De Estudiar Una Licenciatura, Por Toda Su Comprensión Durante Toda Mi Vida Y Especialmente Durante Los Últimos Cuatro Años De Estudio Te Quiero Mami..

A Mi Hermana Por Estar Siempre Apoyándome Con Los Trabajos Finales, Por Todas Las Ideas Que Me Dio Cuando Más Lo Necesitaba, Gracias Enana Te Quiero Mucho.

A Mis Amigas Gilda Castillo, Ana Araujo, Por Toda Su Amistad Y Apoyo.

A Mis, Marco Antonio Zarate ,Mario Gaxiola, Por Haberme Brindado Su Amistad Y Seguir Siendo Mis Amigos.

A mis maestra Yessenia Clark por todo el apoyo que me dio para realizar correctamente este trabajo, por los consejos que me dio, muchas gracias profe.

A mi maestra Ariana Solórzano por haber sido mi maestra y amiga, y por todos sus consejos.

Resumen.

El éxito en las organizaciones puede depender en gran medida de la correcta ejecución de sus procesos, obteniendo como resultado el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Conforme pasa el tiempo e incrementa el capital humano en las organizaciones, estas se exponen a darle poca importancia a la capacitación del personal, dando prioridad a otros aspectos como lo pueden ser las ventas, es por ello que en algunos casos no se cumple satisfactoriamente el logro de los objetivos de la empresa. Por consiguiente las empresas deben contar con una herramienta administrativa que simplifique y haga efectiva la inducción y capacitación del personal. La empresa en estudio, Agencia comercializadora Turística (ACTUR) ,es la empresa especializada en vender los servicios generados por las empresas comunitarias, así como es la responsable por toda estrategia de comercialización y posicionamiento de las empresas rurales que representa, ya sea a nivel regional, nacional o internacional, dicha empresa no cuenta con una herramienta que ayude a capacitar al personal sobre los procesos internos .La empresa cuenta con una alta rotación de personal en el área de promoción y difusión , debido a esto presenta una capacitación inadecuada para el personal y los empleados no conocen perfectamente cuales son los procesos y como se deben realizar correctamente.

Tomando como referencia lo mencionado anteriormente, se propone diseñar una herramienta que sirva como referencia para minimizar la problemática existente, y lograr hacer efectivo el desempeño del empleado. Con la autorización y apoyo de la persona encargada del departamento de promoción , se pudo aplicar una herramienta para obtener información básica acerca de la capacitación en los empleados, de esta manera se procedió a la presente investigación, obteniendo como resultado la integración de un manual de procedimiento para la realización de viajes en ACTUR, dicho documento se sometió a revisión y autorización de la persona encargada, no sin antes pasar por una serie de modificaciones y correcciones previas.

INDICE:

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	ii
Resumen.....	iii
Índice.....	iv

CAPÍTULO I Introducción

1.1 Antecedentes.....	7
1.2 Planteamiento del problema.....	12
1.3 Justificación.....	13
1.4 Objetivo.....	14

CAPÍTULO II Marco teórico

2.1 Turismo.....	15
2.1.2 Importancia del turismo.....	16
2.1.2 Tipos de turismo.....	18
2.1.3 Clasificación del turismo alternativo.....	19
2.2 Organización de un tour.....	24
2.2.1 Definición de tour.....	25
2.2.2 Elementos que componen un Tour.....	26
2.2.3 Procedimiento para lo Organización de un tour.....	28
2.3 Manual de procedimientos.....	43
2.3.1 Definición.....	43
2.3.2 Importancia del Manual de procedimiento.....	44
2.3.3 Objetivos.....	45
2.3.4 Ventajas.....	

2.3.5 Metodología del manual de procedimientos.....	47
CAPÍTULO III Método	
3.1 Sujetos.....	59
3.2 Materiales.....	60
3.3 Procedimientos.....	61
CAPITULO IV Resultados	
Diseño de la propuesta.....	63
CAPITULO V Conclusiones y recomendaciones	
5.1 Conclusiones.....	65
5.2 Recomendaciones	66
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.....	68
APÉNDICES	
Apêndice A.....	70

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En el siguiente capítulo se presentan aspectos claves de esta investigación como lo son: antecedentes, planteamiento del problema, justificación y objetivo.

1.1 Antecedentes.

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares, según describe el autor Gurría (1991).

Además el autor argumenta que estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros.

Por otro lado, Según la Organización Mundial Del Turismo (2006), el turismo en México es una actividad económica importante para el país y es una de las mayores en el mundo, colocada en décimo lugar a nivel mundial en términos de llegadas de turistas internacionales, con 21,5 millones de visitantes en 2009, y es el primer destino para turistas extranjeros dentro de América Latina.

Los ingresos provenientes de los turistas extranjeros alcanzaron 11.27 mil millones de dólares en el 2009, y México capturó el 15,25% del segmento de mercado turístico de América en términos de llegadas de turistas extranjeros, colocado en segundo lugar en el continente, detrás de Estados Unidos. En 2005, el turismo contribuyó con el 5,7% de los ingresos nacionales provenientes de la exportación de bienes y servicios, y representó el 14,2% de los empleos directos e indirectos de la economía mexicana. El turismo contribuye con el 8.2% del Producto Interno Bruto (PIB), nacional; 45% de esta actividad está orientado a la zona costera.

Tal como se ha comentado en los párrafos anteriores el impacto del turismo ha generado ingresos que favorecen la economía del país, gran parte de este movimiento es regulado y organizado por organismos dedicados al ramo de este sector o bien por las agencias de viajes.

Debido a lo anterior, al hablar de las agencias de viajes se tendrá que comenzar por hablar necesariamente de los precursores, quienes por mucho tiempo antes que el turismo se manifestara como un importante fenómeno social, capaz de generar beneficios económicos y sociales para la comunidad receptora, ya actuaban con éxito en el comercio de esta actividad, siendo estos, Thomas Cook y Henry Wells quienes por rara coincidencia, comienzan sus actividades profesionales en este campo en 1841 según comenta el autor Acerenza (1990).

De manera especial a Thomas Cook, a quien se le reconoce como el primer agente de viajes profesionales, dedicado de tiempo completo al ejercicio de su actividad.

Según describe Acerenza (1990), es así como en 1845 se dedica de tiempo completo a preparar excursiones, inicia sus actividades con las características de lo que hoy conocemos como un tour operador y desde un inicio su principal preocupación fue siempre la de elaborar un tours de acuerdo con el interés y la conveniencia de sus clientes lo cual fue indudablemente uno de los aspectos que más contribuyo a su éxito como agente de viajes.

En todo proceso de comercialización, ya sea de bienes o servicios se requiere de la intervención de uno o varios intermediarios que tengan la posibilidad y capacidad de establecer unión entre la oferta y la demanda.

Cabe mencionar que el turismo por su carácter multi dimensional, necesita de un intermediario con características muy particulares, que sea capaz de unir todos los eslabones de la cadena de servicios que demandan en tiempo y lugar, los clientes o turistas.

Según Gurría (1991), las agencias de viajes a pesar de la denominación que ostenta , no solo se dedican a la gestión de asuntos ajenos , que es en realidad la función que caracteriza a todo agente si no que en determinadas condiciones, las mismas cumplen además las funciones de producción y comercialización de sus propios productos, por tal motivo podemos conceptuar perfectamente a una agencia de viajes como “una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y a la venta de servicios sueltos u organizados en forma de paquetes en carácter intermediario entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final para fines turísticos o de cualquier índole.

Para la organización de un tour es fundamental considerar aspectos importantes como elegir el destino, los atractivos, desarrollar la logística del viaje ,entre otros, para eso es necesario contar con un método que ayude al mejoramiento de las actividades del agente de viajes , guía turístico ,así como las agencias de viajes

Todo trabajo debe ser divulgado para conocimiento y utilización del grupo respectivo de la empresa, en el caso de las agencias de viajes es importante que todos los empleados , conozcan perfectamente cada una de las actividades que se realizan durante la elaboración de un viaje o tour, para evitar cualquier contingencia y que todo se realice en base a las políticas de la empresa para que de esa forma el servicio que se ofrezca sea de calidad , para eso es preciso consolidarlo y presentarlo adecuadamente, bajo un documento conocido como manual, que debe ser aprobado por la autoridad reglamentaria, para que adquiera la fuerza necesaria y se aplique como corresponda, ya que existe la tendencia a resistir cualquier norma reguladora que limite la libertad de improvisar y de hacer lo que más le convenga a cada uno según el Gómez (1997).

Respecto a lo anterior, al documento donde se consideran las actividades y responsabilidades de los trabajadores, a este tipo de escrito se le llama manual de procedimiento el cual es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, de dos ò más de ellas.

En Ciudad Obregón se cuenta con 14 agencias de viajes, las cuales se encargan de ofrecerle una buena opción al turista ya sea en compra de boletos de avión, hospedaje, paquetes turísticos, alquiler de vehículos ,seguros de viajes, billetes de autobús, por otro lado se encargan de orientar a las personas sobre los puntos principales de cada ciudad.

Una de las agencias anteriormente mencionadas y en la cual se enfoca esta investigación es la Agencia Comercializadora Turística (ACTUR), es una empresa especializada en vender los servicios generados por las empresas comunitarias, así como es la responsable por toda estrategia de comercialización y posicionamiento de las empresas rurales que representa, ya sea a nivel regional, nacional o internacional.

Algunas de las actividades que la ACTUR realiza, son venta de paquetes turísticos, realizar vinculaciones con el sector público y privado ,promocionar y comercializar los servicios ofrecidos por las empresas comunitarias, Integrar y en su caso opera paquetes para acceder a nuevos mercados tales como nacional e Internacional, gestión, logística y servicio necesario para la operación de los paquetes diseñados como lo son el transporte, las entradas a sitios específicos, reservas en hoteles, guía acompañante o intérprete entre otros.

Durante la investigación realizada en la ACTUR se detecto que se cuenta con la participación de practicantes en la elaboración de la logística y ejecución de viajes, sin embargo suelen durar poco tiempo debido a sus labores y actividades académicas, lo cual provoca que se esté capacitando constantemente a los alumnos.

1.2 Planteamiento el problema.

La Agencia Comercializadora Turística cuenta con la colaboración de practicantes e integrantes nuevos de su equipo de trabajo, para el área de promoción y comercialización, mismos que cada semestre cambian, debido a sus actividades y obligaciones académicas, esto provoca la falta de organización de los practicantes

y empleados al momento de organizar un viaje ,generando con ello pérdida de tiempo, contingencias y que las actividades no se realicen como se planeo, debido a la desorganización que se presenta.

Por otro lado es posible que se le este brindando información errónea a los turistas o bien la ausencia de las mismas, por no tener conocimiento de lo que se debe realizar durante el recorrido o promoción, esto puede generar molestias con los clientes y que el servicio no sea recomendado para futuros viajeros.

Otra de las principales problemáticas existentes, es la pérdida de tiempo por parte de los responsables de los nuevos integrantes al estar explicando cada una de las actividades que se deben realizar, así como también el retraso de la operación por cuestiones de capacitación.

Es probable que existan fallas respecto a la logística del viaje, ya que al no saber correctamente como organizar un viaje se pueden omitir o bien brindar información errónea lo cual provocara el éxito o fracaso de la promoción.

El no tener claramente definidas las actividades a realizar en cada una de las visitas que se realizan , ocasiona pérdida total del proyecto inicial, así como el incumplimiento del objetivo para el cual fue creado, ocasionando retraso en el desarrollo optimo de las actividades de cada puesto que conforma esta empresa.

¿Cuál es la herramienta administrativa que debe aplicar ACTUR para definir claramente sus actividades operativas en la promoción y comercialización de tours?

1.3 Justificación.

Las Ventajas de implementar un manual de procedimiento en la ACTUR serán las siguientes, primeramente permitirá a los empleados conocer adecuadamente cual es el proceso a realizar durante los viajes ya que está diseñado para el buen entendimiento de las personas, esto servirá para los miembros de esta empresa como para los futuros colaboradores y practicantes.

Por otro lado, se previenen contingencia por falta de información, ayudara a optimizar los tiempos programados para cada actividad logrando con éxito la ejecución deseada de cada recorrido y la satisfacción tanto de los clientes como de la misma empresa.

El no implementar este tipo de metodología en la empresa, provocara que se sigan cometiendo los mismos errores tales como son pérdidas de tiempo, falta de información para los turistas, el poco interés de conocer el procedimiento por parte de los empleados, falta de credibilidad para la empresa, provocando bajas en la venta de servicios incumpliendo con los objetivos establecidos por la empresa.

Los principales beneficiados con la implementación de la metodología propuesta a este proyecto son los colaboradores de la ACTUR así como los futuros integrantes de esta empresa ,y por otro lado los futuros turistas, ya que esto se mejorará el servicio que se les está ofreciendo actualmente.

1.4 Objetivo.

Diseñar un manual de procedimientos para la promoción y comercialización de tours de la Agencia Comercializadora Turística, para establecer de manera descriptiva las actividades que deben realizarse.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se presenta el marco teórico, donde se encontrará temas relacionados con el proyecto, así como la opinión de diferentes autores con el cual se le da el sustento a la investigación.

2. Turismo.

El turismo puede ser interpretado de distintas formas dependiendo de las funciones que realicen las personas relacionadas con el.

Según Gurria (1991) en su libro de introducción al Turismo, expresa que el turismo es un fenómeno social que consisten en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura, salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

según Acerenza (1991) menciona que el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera

de su lugar de domicilio , en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente temporal.

La palabra turismo proviene del vocablo ingles tour viaje que deriva de la palabra francesa tour, viaje o excursión circular la cual procede a su vez del latín tornare y que significa teoría y práctica del viajar; viajar por placer según describe el autor Ramírez (1992)

Turismo es el desplazamiento de una persona de un lugar a otro motivado por el simple hecho de conocer o por razones no lucrativas como lo mencionan los autores Acerenza, y Gurría ambos coinciden en su definición en el aspecto de que el turismo es un viaje no motivado por razones de trabajo.

Bullon (1990) define el turismo como una masa mas sencilla y objetiva se refiere al hecho de que una persona se traslade de su lugar de origen hacia otro y permanezca en este por lo menos 24 horas. Este viaje puede ser por distintas razones, ya sea por estudio, placer, descanso, recreación, etc.

2.1.1 Importancia del turismo en México.

Para muchos autores la importancia del turismo es que genera una suma importante de ingresos, para otros es totalmente diferente tal es el caso de el autor Sánchez (2007) narra en su libro de tesoros turísticos de México comenta que la importancia de este movimiento es que ofrece ventajas competitivas que lo han colocado en el séptimo lugar mundial entre los países más visitados, por la gran

variedad de destinos de playas, ciudades coloniales, zonas arqueológicas, bellezas naturales, su diversidad, cultural y étnica.

Por otra parte para Ramírez (1992) la importancia de la actividad turística en nuestro país es que se ha presentado, en los últimos dieciocho años, una fuente importante de divisas y un poderoso instrumento para el desarrollo regional y la creación de empleos.

La creación de centros turísticos integralmente planeados y la reactivación de importantes proyectos ubicados en los centros turísticos conveniente, han propiciado una descentralización estable hacia la zona costera del país.

Por su ritmo de crecimiento, el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo, su importancia económica radica en las divisas que genera, en el caso de México, su captación sólo ha sido superada por el petróleo y recientemente por la industria maquiladora

Por otro lado el turismo es una actividad generadora de empleos, tal es el caso del año 1995 empleó más de 2 millones de trabajadores de forma directa e indirecta, con lo cual participa con el 6.2% de personal ocupado en el país, lo que le da una importancia en la economía de México. En 1996 los restaurantes y hoteles generaron un total de 1.7 millones de empleos según la Secretaria de turismo (1995).

Respecto a lo anterior, destaca que el turismo representa un fuerte ingreso para el país, ya que se obtienen ingresos favorables para el mismo, especialmente para

ciertos estados de la república mexicana, ya que algunos cuentan con más afluencia de visitantes al año en comparación de los demás estados.

2.1.2 Tipos de turismo.

Tipos de turismo.			
Según Acerenza (1991)	Organización mundial del turismo.(2009)	Roberto c. Bullón (1990)	Melody zandoval
<p>Turismo de sol y playa: Es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.</p> <p>Turismo científico: El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos</p> <p>Ecoturismo:</p>	<p>Turismo de masas: Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.</p> <p>Turismo Científico: Es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.</p> <p>Ecoturismo:</p>	<p>Recreación: Se entiende por cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice en una actividad placentera, siendo por lo tanto el turismo en una forma de recreación.</p> <p>Turismo social, Es aquel que está dirigido a un gran número de individuos, que no están preparados en cuanto a sus hábitos y a su nivel de vida</p> <p>Turismo receptivo</p>	<p>Como se puede observar el autor Acerenza y la Organización mundial del turismo coinciden en ciertos tipos de turismo tales como lo son el ecoturismo y el turismo científico a diferencia de el autor Roberto bullón , ya que le da una denominación distinta a los autores mencionados anteriormente</p>

<p>El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones, 1992, define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local.</p>	<p>Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.</p>	<p>y excursionismo: Es el que se produce en un país, cuando llegan a el visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado.</p>	
<p>Turismo Cultural: Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.</p>	<p>Turismo Rural: El desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía</p>	<p>Turismo interno Se entiende por turismo interno el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual</p>	
<p>Turismo Religioso: En Colombia, uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa.</p>	<p>Turismo arqueológico: Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.</p>		

Fuente : Elaboración propia, Agosto 2012

2.1.3 Clasificación del turismo alternativo.

Secretaría de Turismo (SECTUR)	Montaner (2007)	Fernandez y Blanco (1999)	Melody Zandoval
<p>La Secretaría de Turismo (SECTUR) define al Turismo Alternativo como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.</p> <p>Es así, que la SECTUR ha dividido al Turismo Alternativo en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualesquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: Ecoturismo, Turismo de aventura y, Turismo rural.</p> <p>Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo</p>	<p>Para el autor Montaner (2007) la clasificación de turismo es la siguiente: Turismo alternativo: termino que se utiliza, generalmente para referirnos a formas de turismo que buscan evitar cambios adversos sobre el patrimonio natural y cultural, pero intensificando positivamente los impactos sociales culturales y medio ambientales.</p> <p>Ecoturismo: conjunto de actividades turísticas que implican un contacto directo con la naturaleza, el turista que practica este tipo de turismo planifica su viaje con una elevada conciencia ambiental y social.</p> <p>Turismo de aventura: consiste en practicar deportes de aventura o viajes de aventura, los deportes de aventura son aquellos que la persona que la práctica corre más riesgo o peligro que en los deportes tradicionales.</p>	<p>Según Fernández y Blanco (1999), el turismo alternativo se clasifica de la siguiente forma.</p> <p>Turismo de Aventura: El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.</p> <p>Turismo rural, es el conjunto de actividades lúdicas que se desarrollan en la naturaleza, en torno a pequeños núcleos de poblaciones y que permiten conocer la vida y costumbres del campo. En este espacio se pueden realizar excursiones, practicar deportes entre otras actividades, y compartir durante unos días la vida cotidiana de los agricultores o</p>	<p>Respecto a lo anterior, se puede observar como los autores hablan sobre la clasificación del turismo alternativo y con una descripción distinta le dan el mismo sentido al ecoturismo, el cual mencionan es la actividad relacionada con el contacto con la naturaleza y medio ambiente.</p>

<p>con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.</p> <p>Las palabras ecoturismo o eco turístico son términos utilizados actualmente para definir diversos conceptos, algunas veces usados de forma indiscriminada y hasta anárquica.</p> <p>En ocasiones se utilizan como sinónimo de "Desarrollo Turístico sustentable" siendo que este concepto se refiere a un modelo de planeación turística que como ya se mencionó anteriormente se deben observar tres ámbitos: el social, el económico y el ambiental, siendo este último el eje central del modelo, basado en detener las tendencias de deterioro de los recursos naturales.</p> <p>Concepto enfocado o etiquetado únicamente al turismo que se realiza en áreas</p>	<p>Los viajes o circuitos de aventura cubren itinerarios con mayor grado de dificultad debido a los lugares demográficos que se visitan, como desiertos, selvas.</p> <p>Turismo rural: son las actividades que se desarrollan en contacto con la naturaleza, la vida rural o el campo, actividades turísticas que se concretan en actividades agrícolas, de conocimiento antropológico de la población rural.</p>	<p>ganaderos, bien alojándose en sus viviendas o en las dependencias que estos habiliten para su explotación turística.</p> <p>Ecoturismo, se puede definir como aquella forma de viajar en la que la naturaleza es la motivación más importante y en la que se buscan el mayor número de actividades relacionadas con el disfrute y la observación de los entornos naturales flora y fauna.</p> <p>Turismo cultural: los atractivos culturales como motivación de viaje han sido unos de los más antiguos motivos que hicieron al hombre viajar. En turismo cultural se agrupan todos aquellos viajes que tienen como finalidad más importante ampliar la cultura, mediante la visita de lugares en los que se puede encontrar recursos históricos, artísticos, gastronómicos, de reconocida importancia con los que el viajero aumenta su bagaje cultural.</p>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>naturales y cuya responsabilidad de realizar esta planificación turística ambientalmente integral, en muchas definiciones, recae en el turista.</p> <p>De acuerdo a la SECTUR, entiende y define el concepto de ecoturismo desde la perspectiva de que es un producto turístico, que está dirigido para aquellos turistas que disfrutan de la Historia Natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente. La SECTUR define al Turismo de Aventura como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.</p> <p>Cabe mencionar que las actividades que en seguida se anotan, no son las únicas conocidas en el mercado, sin embargo para el caso de México son las que se están desarrollando</p>		<p>Respecto a lo anterior, se puede observar como los autores hablan sobre la clasificación del turismo alternativo y con una descripción distinta le dan el mismo sentido al ecoturismo, el cual mencionan es la actividad relacionada con el contacto con la naturaleza y medio ambiente.</p>	
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

<p>por las características geográficas y climatológicas del país.</p> <p>Turismo rural son los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma según la SECTUR. Por otro lado la SECTUR considera también la siguiente clasificación de turismo de acuerdo a su actividad:</p> <p>Histórico-cultural: visita a zonas arqueológicas, construcción de infraestructura de apoyo, actividades culturales compra y venta de artesanías y otras actividades comerciales visita a centros históricos.</p> <p>Internacional fronterizo: son actividades como construcción de infraestructura de apoyo, actividades de recreación nocturnas, construcción de hipódromos y algódromos, construcción de</p>			
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

<p>canchas de golf y tenis,</p> <p>Social-recreativo: campamento y excursiones, visitas a zonas de interés, construcción de albergues y servicios sanitarios, construcción de carreteras y/o caminos vecinales</p>			
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Fuente : Elaboración propia, Agosto 2012

2.2 Organización de Tour.

Para la organización de un tour es importante tomar en cuenta aspectos como , los elementos que compondrán el recorrido, tales como el hospedaje, transporte, alimentación, los temas que se trataran en dicho recorrido.

2.2.1 Definición de tour

Los tours o recorridos turísticos en grupo suelen ser de varias clases, entre los que destacan los locales, los regionales, al extranjero y en barco turístico o crucero según describe Lesur (2006) en el libro de Manual de Guía de Turista.

Para el autor Beltrami (2010) la expresión turismo tiene su aparición durante la Edad Moderna europea, en Inglaterra. Procede del verbo inglés “to tour”, que proviene, a su vez, del francés “tour” que significa viaje o excursión circular.

Tour, anglicismo que significa viajar de un lugar a otro para terminar volviendo al punto de partida, y operador, agente que realiza acciones o trabajos, en este caso, para facilitar la actividad viajera según menciona el autor Muñoz (2007).

Respecto a lo anterior, se puede observar las distintas formas de definir un tour según los autores consultados, sin embargo Lesur, Beltrami y Muñoz coinciden en que un tour es un recorrido viaje en un lugar determinado.

2.2.2 Elementos que componen un Tour.

Según la SECTUR en la publicación que lleva por nombre “Como desarrollar productos turísticos competitivos, Manual para emprendedores, y pequeños empresarios y responsables de la actividad turística” describe los elementos que componen un tour

Información: señalización, oficinas de turismo, guías intérpretes.

Atractivos: museos, parques temáticos, parques naturales y monumentos.

Primarios: se incluyen en un programa de mercadotecnia pues generan demanda por sí mismas.

Secundarias: ofrecen posibilidad a los visitantes una vez en destino.

Auténticos, Singulares, Multiplicidad de actividades.

Alojamiento: hoteles del lugar, otros alojamientos y hostelería. Aquí se incluirá la tarifa a aplicar, tipo de habitación, servicios incluidos, y cargos y condiciones en caso de cancelación.

Diversión: discotecas, espectáculos, equipamientos y deportes.

Compras: comercio, artesanías, recuerdos.

Servicios públicos: teléfonos, correos, bancos, policía y sanidad.

Rutas: se toma en cuenta al sector al que pertenece cada lugar a visitar, las cosas que se pueden hacer en el, ver, atracciones, actividades de ocio etc.

El tipo de paquete en el que se puede: puede ser todo incluido, de vacaciones, etc. Además de especificar el nivel de destino si es regional, nacional o internacional para ser vendido “a la carta” o como paquete “todo incluido”. Toma en cuenta las ventajas que se tiene la hacer el viaje para reforzar el posicionamiento del destino.

Actividades turístico-recreativas: Ecoturismo y turismo de aventura: senderos de naturaleza, observación de pájaros, miradores, rutas para bicicletas, muelles para botes, balsas, caminatas, talleres, etc.

Para el autor Lesur (2006) los servicios turísticos en conjunto, se conocen también como la industria del turismo, aunque se trate solamente de servicios a los viajeros, en vez de manufacturas.

Los elementos que componen un tour son muy variados y se pueden agrupar en seis categorías principales como lo son atractivos, transporte, alojamientos, restaurantes, comercializadoras de servicios turísticos y elementos accesorios al turismo.

Atractivos: son elementos notables que hacen que la gente concurra a ellos. Su naturaleza es muy variada, pero podrían resumirse en cinco principales categorías naturales, culturales, históricas, recreativas y religiosos

Transporte: La actividad turística implica viajar, moverse de una ciudad, región o país a otro, algunos turistas se mueven en sus propios vehículos pero la mayoría viaja en aviones, ferrocarriles, autobuses de pasajeros, autobuses turísticos o en autos rentados localmente en una empresa dedicada a ello.

Alojamiento: Los hoteles formales, ya sea independientes o de cadena, los hostales o albergues para estudiantes y las casas particulares convertidas en albergues para el turista, conocidas genéricamente como bed and breakfast o casas de huéspedes constituyen los alojamientos para el turista.

Alimentación: Prácticamente todos los establecimientos de venta de alimentos preparados de una región turística forman parte de los servicios de alimentación al turista.

Elementos accesorios al turismo: Son principalmente los comercios para turistas y viajeros, las aseguradoras de viajes, los guías de turistas, las publicaciones y las agencias reguladoras del turismo.

2.2.3 Procedimiento para la organización de un Tour.

Según Hernández (1993) en su publicación Proyectos turísticos, formulación y evaluación, describe detalladamente cada uno de los pasos a considerar para la organización y ejecución de un tour los cuales se muestran a continuación.

La observación:

La inspección ocular por parte de especialistas es decisiva, ya que de esta manera pueden recogerse dictámenes calificados sobre la base del espacio real en que se han de desenvolver las actividades turísticas, así como de las interconexiones previstas entre este y la zona o región en donde se encuentre.

La experiencia y conocimiento previo:

Comprara el potencial turístico y las posibilidades de éxito ,es algo que requiere de un gran conocimiento por parte del staff responsable , no solo sobre el área, la zona y el país sino en general de la actividad turística. Así mismo, seleccionar sitios y proponer alternativas para unidades de inversión implica la experiencia suficiente sobre casos históricos semejantes, como para haber asimilado los resultados positivos y negativos que se hayan encontrado.

Los datos de primera mano:

Son en principio, la estadística y la información general cuya consecución no requiere un mayor esfuerzo ni para la cual haya que realizar investigaciones específicas. En general debe disponerse de ellas en forma inmediata, a manera de

un auxiliar cotidiano en la toma de decisiones, tanto de los profesionales y expertos cuyas opiniones se han de recabar, como del grupo de profesionales.

Opinión de profesionales, empresarios y personas relacionadas con el ramo:

Es imprescindible que el staff se auxilie de aquellos conocimientos sobre la actividad turística, que solo se adquieren a través del trabajo cotidiano y del contacto directo con la problemática del turismo en una zona o región determinada. No obstante, los entrevistadores e informantes deben gozar de una experiencia y de juicio comprobados ya que sus opiniones eventualmente pueden conducir a robustecer o rectificar el encuadre general que el equipo de trabajo elabore.

Atractivos naturales:

Son las manifestaciones de lugares o elementos naturales sobre los cuales el equipo de trabajo lleva a cabo una revisión somera para determinar el grado de interés turístico que aquellos pueden despertar (calidad del atractivo) tratando de concebir las posibilidades de integrarlos en “paquetes” de manera que se complementen y puedan ser explotados en conjunto, en este punto se realiza la evaluación de atractivos.

Clima: a través de algunos indicadores tales como los días de sol, el promedio de temperaturas en el año, o el de los periodos en que se prevean las “temporadas altas” se obtendrá una idea del comportamiento aproximado que tiene el clima en el lugar.

Condiciones eco saludable:

La observación sobre los sitios y el tipo de enfermedades en la población nativa, puede informar sobre los elementos de insalubridad que el ecosistema natural produzca, y evaluarlos con una primera aproximación.

Paisaje natural:

Las potencialidades estéticas del ambiente natural deben también considerarse en función del impacto psíquico que causen al visitante.

Hidrología:

En esta fase se hace una primera observación sobre las potencialidades relativas al uso de los ríos externos y de las lagunas de los sitios, así como sobre los problemas que puede ocasionar su comportamiento condiciones y formas.

Morfología:

Conviene hacer una revisión inicial sobre las formas geográficas que presenta el sitio sin llegar a un análisis de los accidentes y particularidades de su superficie (topografía), pues en realidad esto solo se justifica en niveles de estudios posteriores, en donde ya han sido elegidos los sitios.

Potencialidades del espacio:

Sobre la base de una medición primaria y el uso de coeficientes, el equipo de trabajo puede realizar aproximaciones o por lo menos comparaciones entre las potencialidades físicas de cada sitio, para el desarrollo de actividades turísticas.

Atractivos culturales:

Se destacan aquellas manifestaciones, elementos o espacios creados o transformados por el ser humano que pudieran funcionar como atractivos para los visitantes del área, se seleccionan y se ordenan.

Habitad humano:

Se registran las características y la diversidad de los elementos con función utilitaria que se encuentran en el ambiente creado por el hombre.

A continuación se presentara una definición de lo que es un diseño técnico de un tour, para qué sirve, cual es su importancia en términos de la planeación de programas recreativos o tours y sus elementos constitutivos según lo describe el autor Horacio Duarte Fernández (1980).

El diseño técnico se concibe como la creación o el esquema de un documento donde plasmamos las estrategias metodológicas del programa, hacia dónde apunta las etapas, así como los tiempos para desarrollarlo. Nos da la facilidad de poder organizar claramente el propósito del programa paso a paso y además guía y da el norte del objetivo propuesto.

Los elementos con los que se organiza son vitales: un diagnóstico de necesidades, la justificación del programa, el objetivo general del programa, los objetivos específicos, la metodología y la evaluación del programa, lo que nos puede presentar los resultados esperados para la comunidad o mostrar la continuidad del programa.

Para la planeación de un programa recreativo se debe partir de la información en relación con las necesidades o intereses a los que el programa pretende impactar. Para ello, se debe realizar un proceso diagnóstico que permita identificar necesidades, expectativas o intereses de los participantes que serán beneficiarios del programa.

Reconocimiento:

Comprende la recolección de datos geográficos, institucionales, de organizaciones, de iglesias, grupos juveniles, hospitales, que por sus objetivos están en capacidad de realizar programas de manera conjunta en el campo recreativo y de tiempo libre. Estos datos se pueden obtener por medio de documentos o encuestas que indaguen en las instituciones acerca de sus planes de desarrollo, o por la información adquirida de personas conocedoras o integrantes de la comunidad.

Dicho estudio es importante para determinar el estado real de la comunidad, su proceso evolutivo, recursos actuales con los que cuenta, lo que permite identificar los apoyos con los que puede contar un programa.

Diseño del programa:

Es la forma en que el programa propiamente se organiza dicho de otra manera es la herramienta que permite manejar el concepto de planeación del programa recreativo. El diseño es la expresión de las partes constitutivas del programa nos indica la forma como se articula todo el plan de ejecución de la propuesta, de manera coherente; donde se definen variables o aspectos tales como justificación, objetivo general, específicos metodología del programa, evaluación y la fundamentación conceptual y/o enfoque del programa.

Diagnostico:

Es el análisis de los datos obtenidos en el estudio, en el cual se establecen las necesidades y demandas específicas de la comunidad; se organizan en orden de prioridad e importancia y se definen las posibles áreas de intervención, no sólo teniendo en cuenta los requerimientos de la comunidad, sino las posibilidades de las instituciones que van a participar y a apoyar el proyecto.

Con esta información, se procederá crear el ambiente inter-institucional del programa recreativo. El ambiente inter-institucional representa un modelo integrado para la gestión del proyecto, se presenta en un diagrama donde se establece el objetivo del programa, la población participante, los organizadores y las relaciones directas e indirectas dentro del marco del proyecto a través de quien ejecuta. Indica o describe el por qué de la actividad, qué importancia y utilidad tiene para el problema que se busca resolver, de esta manera describe: la necesidad que debe ser satisfecha, el problema que debe ser solucionado, cual es la importancia que el programa tendrá y por qué?

Toma como insumo básico el diagnóstico realizado en términos de las necesidades (promoción de valores, atención a una población en particular, participación, etc.).

Metodología:

Como se va a realizar: En este aspecto se trata de describir el proceso metodológico y operativo en el cual se indican las medidas que se han de tomar para llevar a cabo el proyecto, en cuanto a aspectos administrativos, de gestión y técnicos.

La metodología debe plantearse de una forma ordenada y con un sentido coherente para desarrollar la actividad, las estrategias a cumplir y la manera de participación de las entidades, organizaciones y comunidad involucradas en el proceso del evento.

Se debe definir un enfoque metodológico, de acuerdo con las actividades que se van a desarrollar dentro del programa recreativo.

Establecer ejes temáticos:

El programa debe estar construido acorde a la necesidad que busca ser satisfecha. Toda actividad debe constar de un eje temático para su desarrollo y ejecución. Se puede hacer teniendo en cuenta temas como participación comunitaria, integración, valores, tolerancia, respeto a la vida, celebraciones como el día del niño, día de la madre, aniversario del pueblo, fiestas patronales, entre otros. Están definidos por el enfoque del programa y por lo tanto deben quedar plasmados en los objetivos. Los resultados del diagnóstico pueden orientar la definición de los ejes temáticos.

Convocatoria:

Población: Se describen aquí las características del grupo o grupos a los cuales va dirigido el programa. Se establecen las características socio demográficas y, en general, las planteadas por las estrategias de trabajo en el sector (Plan Nacional de Recreación).

Según el carácter, naturaleza, categoría o tipo de actividad puede cambiar el destinatario. Una actividad puede involucrar, personas de distinto sexo, condición

socioeconómica, edad, actividad laboral, nivel cultural o educativo y estratificación profesional, entre otras.

Para la campaña de difusión se deben tener en cuenta opciones tales como: afiches, volantes, comunicados o boletines en periódicos locales, correo directo, folletos, invitaciones impresas y telefónicas, pasacalles, perifoneo y si es posible radio y televisión.

Para preparar un programa de promoción y publicidad se sugiere tener en cuenta:

- Elaborar una lista de personas cuya asistencia sea importante.
- Elaborar una campaña de promoción.
- Recopilar y organizar datos de instituciones asistentes y de la comunidad participante.
- Enviar correspondencia directa.
- Determinar el estado de las inscripciones.
- Diseñar invitaciones, folletos y afiches, teniendo en cuenta el tema principal del evento, programa de actividades, fecha de realización, lugar, hora, motivo, quién invita u organiza, entre otros.

Tal como lo mencionan los autores anteriormente mencionados hay que considerar muchos detalles para la realización de un tour, tal como el segmento de población al cual irá dirigido el lugar que se visitara, los elementos incluidos en dicho tour entre otros más.

2.3 Manual de procedimientos.

Los manuales de procedimientos, son una herramienta básica para el buen funcionamiento de las empresas, así como para el cumplimiento de los objetivos establecidos por las mismas.

2.3.1 Definición.

Según Gómez (1997) un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, de dos o más de ellas.

Un manual de procedimientos también llamados manuales de operaciones de prácticas, estándar de instrucciones sobre el trabajo , de rutinas de trabajo, explica que muestra sistemas y técnicas específicas, señala el procedimiento preciso a seguir para lograr el trabajo de todo personal de oficina o de cualquier otro grupo de trabajo según la opinión de Franklin (1995),

Los manuales de procedimientos son aquellos instrumentos de información en los que se consignan, en forma metódica, los pasos y operaciones que deben seguirse para la realización de las funciones de una unidad administrativa , describe Rodríguez (1989).

De acuerdo a lo anterior los autores dan su definición de un manual de procedimiento, como se puede observar tanto Rodríguez Valencia (1989),

Benjamín Franklin (1995), y el autor Gómez Ceja (1997), coinciden en su definición, ya que los tres autores hablan sobre un proceso que ayuda a las especificaciones de los puestos, es decir pasos y operaciones de cada empleado dentro de una empresa.

2.3.2 Importancia del manual de procedimiento.

Un manual de procedimientos permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución, auxilian en la inducción del puesto, adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto y por ultimo sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema, según Gómez (1997)

Es un elemento básico de referencia y de auxilio en la empresa para obtener el control deseable de los esfuerzos del personal según explica Franklin (1995).

Según Rodríguez (1989), describe que la importancia del manual de procedimientos consiste en describir la secuencia lógica y cronológica de las distintas operaciones o actividades concatenadas, señalando quien, como, donde y para que han de realizarse.

Respecto a lo anterior se puede observar como los autores dan su punto de vista respecto a la importancia de los manuales, enfocándose al cumplimiento de las actividades de cada puesto para lograr el buen funcionamiento de un equipo de trabajo o bien de la empresa en general.

2.3.3 Objetivo.

Que se desee emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad, según Gómez (1997)

Los manuales de procedimientos, como instrumentos administrativos que apoyan el que hacer institucional, están considerados como elementos básicos para coordinación, dirección y control administrativo, y que facilitan la adecuada relación entre las distintas unidades administrativas de la organización, los objetivos del manual de procedimientos son, presentar una visión integral de cómo opera la organización, precisar la secuencia lógica de los pasos de que se compone cada uno de los procedimientos, precisar la responsabilidad operativa del personal en cada área de trabajo, y describir gráficamente los flujos de las operaciones según Rodríguez (1989) .

Por su parte el autor Franklin (1995) describe que el objetivo de un manual de procedimientos es determinar las actividades que se deben realizar dentro de la empresa para la consecución de los objetivos para los cuales fue creada y a su vez detectar cuales se requieren implementar, modificar o desechar tomando como base de análisis las actividades de los puestos creados para la consecución de dicho objetivo

Queda claro que el objetivo principal de un manual de procedimientos es determinar las actividades que cada empleado tiene que realizar, describiendo a detalle cada uno de los pasos a seguir para realizar eficientemente un trabajo.

2.3.4 Ventajas.

Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores, ayuda a facilitar las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación, aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo, ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades Según Gomes (1997)

Según Benjamín (1995) las ventajas de los manuales de procedimientos son lograr y mantener un sólido plan de organización, también se encarga de asegurar que todos los interesados tengan adecuada comprensión del plan general y de sus propios papeles y relaciones pertinentes, por otro lado facilita el estudio de los problemas de la organización.

El autor Rodríguez (1989), comenta que las ventajas de los manuales de procedimientos son muchas pero de las principales destaca que contiene una descripción narrativa que señala los pasos a seguir en la ejecución de un trabajo con “diagramas a base de símbolos para aclarar los pasos.

En base a lo que describen los autores en los párrafos anteriores, queda claro que los manuales son una herramienta básica dentro de toda organización, ya que contribuye en la optimización de los procesos administrativos y al adiestramiento del personal.

2.3.5 Metodología del manual de procedimientos.

La metodología que se debe utilizar para la realización de manuales de procedimientos para los autores Franklin y Benjamín (1997) es la siguiente:

Identificación: Este documento debe incorporar la siguiente información:

- Logotipo de la organización.
- Nombre oficial de la organización.
- Denominación y extensión. De corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma.
- Lugar y fecha de elaboración.
- Número de revisión (en su caso).
- Unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización.
- Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma y, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guión o diagonal.

Índice o contenido.

Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.

Prólogo y/o introducción.

Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.

Objetivos de los procedimientos.

Los objetivos son uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas o errores; facilitar las labores de auditoría; facilitar las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir los costos al aumentar la eficiencia general, además de otras ventajas adicionales.

Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos.

Dentro de los procedimientos han sido clasificados, atendiendo al ámbito de aplicación y a sus alcances, en: procedimientos macro administrativos y procedimientos meso administrativos o sectoriales.

Responsables.

Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases

Políticas o normas de operación.

En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos. Además deberán contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alterativas que pudiesen presentarse en la operación de los procedimientos.

Lineamientos.

- Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que circunscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que esté no incurra en fallas.

- Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin de que sean comprendidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.

- Deberán ser lo suficientemente explícitas para evitar la continua consulta a los niveles jerárquicos superiores.

Concepto (s).

Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

Procedimiento.

Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo. Cuando la descripción del procedimiento es general, y por lo mismo comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que tiene a su cargo cada operación. Si se trata de una descripción detallada dentro de una unidad administrativa, tiene que indicarse el puesto responsable de cada operación. Es conveniente codificar las operaciones para simplificar su comprensión e identificación, aun en los casos de varias opciones en una misma operación.

Formulario de impresos.

Formas impresas que se utilizan en un procedimiento, las cuales se intercalan dentro del mismo o se adjuntan como apéndices. En la descripción de las operaciones que impliquen su uso, debe hacerse referencia específica de éstas, empleando para ello números indicadores que permitan asociarlas en forma concreta.

Diagramas de flujo.

Representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita. Además, suelen hacer mención del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas representados en forma sencilla y accesible en el manual, brinda una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión.

Glosario de términos.

Lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos, que sirven de apoyo para su uso o consulta. Procedimiento general para la elaboración de manuales administrativos.

Diseño del proyecto.

La tarea de preparar manuales administrativos requiere de mucha precisión, toda vez que los datos tienen que asentarse con la mayor exactitud posible para no generar confusión en la interpretación de su contenido por parte de quien los consulta. Es por ello que se debe poner mucha atención en todas y cada una de sus etapas de integración, delineando un proyecto en el que se consiguen todos

los requerimientos, fases y procedimientos que fundamentan la ejecución del trabajo.

Responsables.

Para iniciar los trabajos que conducen a la integración de un manual, es indispensable prever que no queda diluida la responsabilidad de la conducción de las acciones en diversas personas, sino que debe designarse a un coordinador, auxiliado por un equipo técnico, al que se le debe encomendar la conducción del proyecto en sus fases de diseño, implantación y actualización. De esta manera se logra homogeneidad en el contenido y presentación de la información.

Por lo que respecta a las características del equipo técnico, es conveniente que sea personal con un buen manejo de las relaciones humanas y que conozca a la organización en lo que concierne a sus objetivos, estructura, funciones y personal. Para este tipo de trabajo, una organización puede nombrar a la persona que tenga los conocimientos y la experiencia necesarios para llevarlo a cabo. Por la naturaleza de sus funciones puede encargarlo al titular de la unidad de mejoramiento administrativo (en caso de contar con este mecanismo). Asimismo, puede contratar los servicios de consultores externos.

Los responsables de efectuar los manuales administrativos de una organización tienen que definir y delimitar su universo de trabajo para estar en posibilidad de actuar en él; para ello, deben realizar:

Estudio preliminar.

Este paso es indispensable para conocer en forma global las funciones y actividades que se realizan en el área o áreas donde se va a actuar. Con base en

él se puede definir la estrategia global para el levantamiento de información, identificando las fuentes de la misma, actividades por realizar, magnitud y alcances del proyecto, instrumentos requeridos para el trabajo y en general, prever las acciones y estimar los recursos necesarios para efectuar el estudio.

Planeación del Trabajo.

Para establecer un programa de trabajo es necesario designar al grupo de personas que elaborarán los manuales, de las cuales se nombrará un coordinador como responsable de conducir las acciones para homogeneizar el contenido y la presentación de la información.

La Metodología para la Elaboración de Manuales de procedimientos según el gobierno del estado de Veracruz (2005) es el siguiente.

Aplicación de Técnicas de Investigación.

Simultáneamente a la elaboración del programa de trabajo, se establecerán y diseñarán las técnicas de investigación a utilizarse, entre las principales se encuentran las documentales, la entrevista, el cuestionario y la observación directa.

Investigación documental.

Consiste en seleccionar y analizar los documentos que contienen datos importantes relacionados con la estructura orgánica, procedimientos o trámites y servicios, estos pueden ser: leyes, reglamentos, decretos, gacetas oficiales, disposiciones normativas, manuales anteriores y todos aquellos que contengan información relevante.

Entrevista.

Se refiere a obtener información verbal del personal que realiza directamente las actividades a analizar.

Este medio proporciona información completa y precisa, debido a la interacción que se da con el personal entrevistado, permitiendo la percepción de actitudes.

Es conveniente que la entrevista se realice en el lugar de trabajo del entrevistado, con el fin de que pueda dar explicaciones que faciliten la comprensión. Para que esta técnica se desarrolle con éxito es conveniente observar lo siguiente: Utilizar la entrevista libre, dirigida o ambas, tener claro el objetivo de la entrevista, concertar previamente cita con el servidor público, escuchar con atención y objetividad para evitar el desvío del enfoque de la entrevista, realizar las preguntas necesarias a efecto de entender completamente las actividades que desarrolla el personal o esclarecer toda duda.

Cuestionario.

Diseñar una serie de preguntas escritas, predefinidas, procurando que sean claras y concisas, con un orden lógico, redacción comprensible y facilidad de respuesta.

Observación Directa.

Examinar visualmente las actividades específicas que realiza una persona y anotar todas las acciones en la secuencia correcta con la finalidad de completar, confrontar y verificar datos obtenidos en la investigación documental.

Análisis de la Información.

Después de reunir todos los datos, el siguiente paso es organizarlos en forma lógica mediante el desarrollo de un esquema de trabajo, es decir, el proyecto del manual.

Lo primero que se debe hacer es un análisis de la información, con la finalidad de facilitar el manejo y ordenamiento de lo que debe incluirse en el contenido del manual, para lo cual es necesario establecer la secuencia: Conocer el hecho o situación que se analiza, describir ese hecho o situación, descomponerlo en todos sus detalles y elementos, examinarlos críticamente para comprender mejor cada elemento.

Por otro lado es importante ordenar cada elemento de acuerdo a criterios previamente establecidos, identificar y explicar su comportamiento con el fin de entender las causas que lo originaron y el camino para su atención y por último precisar las relaciones entre cada elemento .

Para facilitar el análisis de la información se puede apoyar con los cuestionamientos siguientes:

¿Qué trabajo se hace? ¿Para qué se hace? ¿Quién lo hace? ¿Cómo se hace?
¿Con que se hace? ¿Cuándo se hace?

Para obtener la información que dará la pauta para formular el manual, es necesario que después de obtener las respuestas claras y precisas a las preguntas anteriores, se someta a un nuevo interrogatorio planteando la pregunta ¿por qué?

Estructuración del Manual.

En esta etapa se establece el diseño y la presentación que se utilizará para la elaboración de los Manuales Administrativos, es importante considerar lo siguiente:

Redacción.

Se debe tomar en cuenta a quienes se va a dirigir el manual, de manera que el vocabulario utilizado sea claro, sencillo, preciso y comprensible, procurando no utilizar siglas ni abreviaturas.

Elaboración de diagramas.

Se utilizan los siguientes: estructura orgánica y diagrama de flujo. Su elaboración deberá hacerse empleando las más sencillas y conocidas en el medio, uniformando su presentación a fin de facilitar la comprensión de los mismos.

Formato.

Debe tomarse en cuenta que el manual presentado sea fácil de leer, consultar, estudiar y conservar.

Validación de la Información.

Es necesario que la validación la lleven a cabo los responsables de las áreas a las que corresponden los manuales, con la finalidad de que la información que se presenta en ellos, sea acorde con las atribuciones y las actividades que realizan.

Autorización del Manual.

Una vez llevada a cabo la validación, debemos darle la formalidad al documento solicitando la autorización del titular de la Dependencia o Entidad, o bien del área a la que corresponda el documento, con el propósito de poder iniciar la reproducción del mismo y posteriormente su distribución.

Distribución y Difusión.

Obtenida la autorización se procede a la distribución en las áreas correspondientes, con la finalidad de que el personal conozca y haga uso de esta herramienta administrativa.

Revisión y Actualización.

La utilidad de los Manuales Administrativos radica en la veracidad de la información que contiene, por lo que se recomienda mantenerlos permanentemente actualizados por medio de revisiones periódicas con el propósito de que sean apegados a la realidad.

Como se pudo observar en los párrafos anteriores los autores consultados muestran distintas metodologías de manuales, cada uno describe puntos importantes como lo son los responsables de los manuales, descripción de actividades, diagramas de flujo entre otros.

CAPÍTULO III

MÉTODO

En el siguiente capítulo se presenta de manera clara el método utilizado para la elaboración de un manual de procedimientos para la Agencia Comercializadora Turística (ACTUR), por otro lado se explicará quienes fueron las personas involucradas en el presente trabajo, así como los instrumentos necesarios para la elaboración del mismo.

3.1 Sujetos.

El sujeto involucrado en la presente investigación es la ACTUR, esta empresa cuenta con un gerente general el cual es el responsable de supervisar el cumplimiento de las actividades que realiza el agente de ventas, el gerente operacional y por último el guía especializado que conforman la empresa.

3.2 Materiales.

Para la realización del manual de procedimientos para la ACTUR, se utilizaron diferentes instrumentos de apoyo, tales como son el método de observación durante una estancia en la empresa y con la aplicación de un cuestionario (Apéndice A), el cual se diseñó para los empleados de la empresa, dicho

instrumento consta de nueve preguntas, siete son de opción múltiple, dos son preguntas abiertas.

3.3 Procedimiento.

Inicialmente se tuvo la oportunidad de participar en algunas visitas a las comunidades con las que se trabaja en ACTUR, en base a la experiencia vivida y a través del método de observación, se pudo detectar ciertas áreas de oportunidad, por la cual surge la necesidad de crear una herramienta, que ayude a mejorar las actividades que en la empresa se realizan.

Posteriormente se obtuvo información relevante a los procedimientos operativos de la ACTUR, esto a través del método de entrevista, como se comentaba anteriormente se diseñó un instrumento para evaluar a los empleados respecto a los procedimientos de la empresa, dicho cuestionario consta de 9 preguntas.

Después de haber detectado las necesidades de la empresa, se consultó una serie de fuentes bibliográficas para recopilar información relevante a los manuales de procedimientos y poder determinar el diseño de dicha herramienta.

Se tomó como referencia al autor Franklin (1997) quien presenta una forma clara y específica de cómo realizar adecuadamente un manual de procedimientos para lograr con éxito obtener un buen resultado.

En base a lo que el autor comentan en su publicación se procedió a diseñar el formato del manual de procedimientos tomando en cuenta elementos que este documento debe incorporar tales como, logotipo de la organización, nombre oficial de la organización, denominación y extensión, lugar y fecha de elaboración, unidades responsables de su elaboración, revisión y/o autorización del mismo.

Por otro lado se diseño el índice del manual de procedimientos, así como una introducción, la cual muestra una breve descripción del contenido de este documento.

El diseño del manual de procedimientos requirió de mucha precisión, ya que los datos tienen que asentarse con la mayor exactitud posible, para no generar confusión en la interpretación de su contenido por parte de quien los consulta en la empresa.

Es por ello que se puso mucha atención en todas y cada una de sus etapas de integración, delineando un proyecto en el que se consiguen todos los requerimientos, fases y procedimientos que fundamentan la ejecución del trabajo

Una vez terminado el diseño del manual de procedimientos se presento a los responsables de la ACTUR para su validación y autorización, para poder implementar dicho documento en esta empresa.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS.

A continuación se presenta el desarrollo de la propuesta diseñada para la Agencia Comercializadora Turística ACTUR, la cual fue derivada de la investigación realizada en dicha agencia.

Manual de Procedimientos



Elaboró: Melody Yenin Zandoval ortega

Agosto del 2012 Cd Obregon Sonora

ÍNDICE:

1. Introducción.....	3
1.1 Objetivo.....	4
2. Estructura organizacional.	
2.1 Organigrama.....	5
2.2 Descripción genérica de puestos.....	6
3. Descripción procedimental y diagrama de flujo.	
3.1 Procedimiento: Promoción de productos y servicios interno.....	9
3.2 Gestión de la Promoción de productos y servicios interno	13
3.3 Promoción de productos y servicios interno.....	17
3.4 Comercialización de productos y servicios internos a grupos de alumnos ITSON.....	18
3.5 Comercialización de productos y servicios internos Departamentos ITSON...21	
3.6 Procedimiento para montar Stand En instalaciones ITSON.....	27
3.7 Prestación de servicios turísticos.....	29
4. Anexos e instructivos.	
4.1 anexo 1. Investigación de eventos.....	34
4.2 instructivo de llenado del anexo 1 investigación de eventos.....	35
4.3 anexo 2. Plan de trabajo.....	36
4.4 instructivo de llenado de anexo 2 plan de trabajo.....	39
4.5 anexo 3 Responsables de programas educativos.....	40
4.6 Instructivo de llenado anexo 3 responsables de programas educativos.....	41
4.7 Anexo 4 calendario de actividades.....	42
4.8 Instructivo de llenado anexo 4 calendario de actividades.....	43
4.9 Anexo 5 formato de reservación	44

4.10	Instructivo de llenado anexo 5 formato de reservación.....	45
4.11	Anexo 6 lista de viajes confirmados.....	46
4.12	Instructivo de llenado anexo 6 viajes confirmados.....	47
4.13	Anexo 7 responsable de departamento.....	48
4.14	Instructivo de llenado anexo 7 responsable de departamento.....	49
4.15	Anexo 8 itinerario de trabajo.....	50
4.16	Instructivo de llenado anexo 8 itinerario de trabajo.....	51
4.17	Anexo 9 datos personales del cliente.....	52
4.18	Instructivo de llenado anexo 9 datos personales del cliente.....	53
4.19	Nexo 10 Encuesta de servicio.....	54
4.20	Instructivo de llenado anexo 10 encuesta de servicio.....	55
4.21	Anexo 11 lista de asistencia.....	56
4.22	Instructivo de llenado anexo 11 lista de asistencia.....	57

1. INTRODUCCION.

En el presente manual se expondrá de manera clara todas y cada una de las actividades a realizar del departamento de promoción y difusión de la Agencia comercializadora turística.

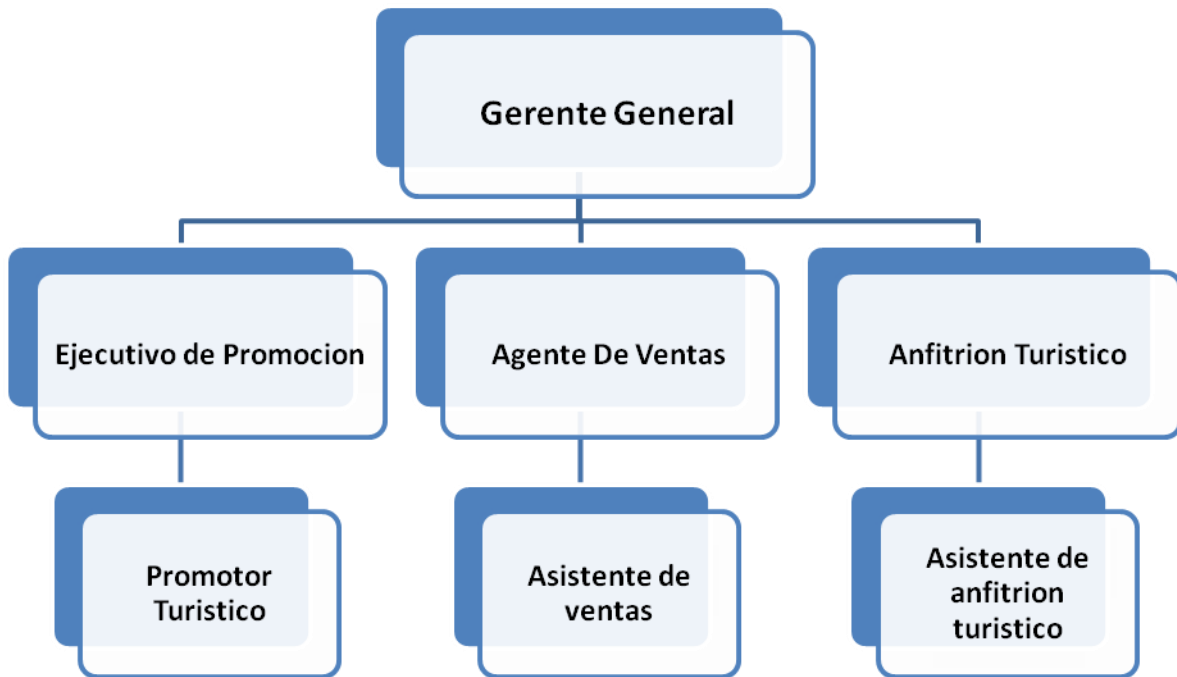
Es de vital importancia conocer con claridad cuáles son los procedimientos que se realizan en la Agencia Comercializadora Turística (ACTUR), motivo por el cual se diseñó este manual, mismo que puede ser utilizado por todo el personal especialmente las personas de nuevo ingreso, para así lograr con éxito cada actividad.

1.1 OBJETIVO.

Describir de forma clara las actividades a realizarse, al personal de nuevo ingreso en el área de comercialización y promoción, para así evitar duplicación de esfuerzos y cumplir con eficiencia sus responsabilidades para lograr con éxito el logro de objetivos de la ACTUR.

2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.1 ORGANIGRAMA DE ACTUR.



DESCRIPCION GENÉRICA DEL PUESTO:

Gerente general: Planear, organizar, integrar, dirigir y controlar los recursos y las actividades de la agencia comercializadora para el logro de sus objetivos.

Ejecutivo de promoción: Promocionar los productos y servicios de la empresa a nivel local, nacional e internacional.

Agente de ventas: Comercializar los servicios que ofrece la empresa para incrementar la afluencia de turistas en las comunidades.


Anfitrión turístico: Gestionar la logística necesaria para que el viaje del turista sea placentero.

Promotor turístico: Proporcionar apoyo para los productos y servicios de la empresa a nivel local, este puede ser alumno inscrito que realice su servicio social o bien prácticas profesionales.

Asistente de ventas: Proveer apoyo, para la comercialización de los servicios que ofrece la empresa para aumentar la afluencia de turistas en las comunidades, esta persona puede ser alumno inscrito en materia de prácticas profesionales o se encuentre realizando su servicio social.

Asistente de anfitrión turístico: Auxiliar en la gestión de la logística para que el viaje resulte placentero.

**Descripción y
desarrollo de los
Procedimientos.**

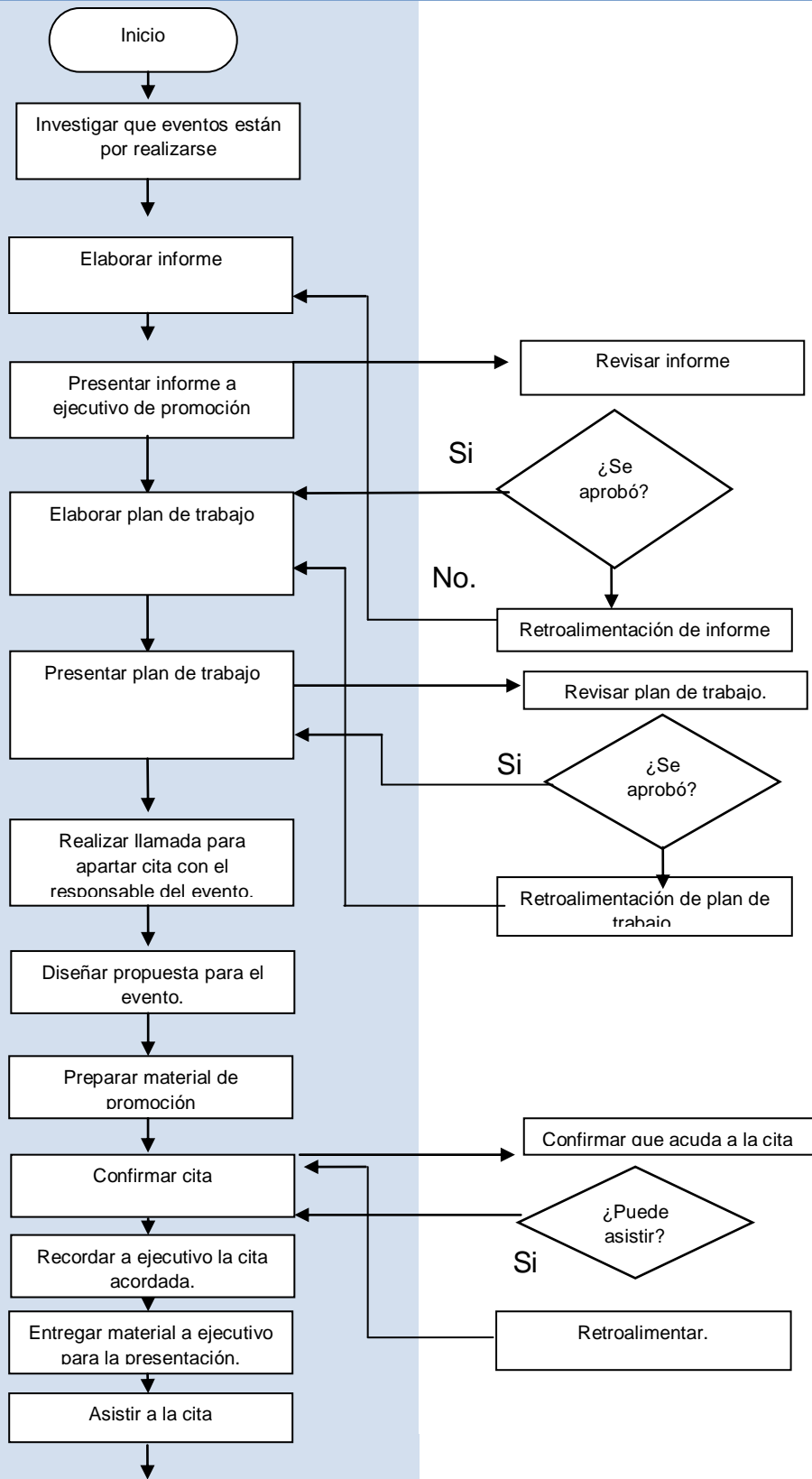
<p style="text-align: center;">AGENCIA COMERCIALIZADORA TURISTICA</p>	<p>Procedimiento: Promoción de productos y servicios interno ITSON. Dirigido a: Eventos de ITSON Departamento: Promoción</p>	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
1	Investigar en las distintas academias que eventos están por realizarse. (Nombre del evento, área, fecha, lugar, contacto con el que se deberá dirigir así como el correo y teléfono de la persona)(Anexo 1).	Promotor Turístico.
2	Presentar información al ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.
3	¿Se Aprobó? En caso de ser aprobado se continua con el proceso Si es negado se realiza retroalimentación.	Ejecutivo de promoción.
4	Elaborar plan de trabajo.	Promotor turístico
5	Presentar plan de trabajo a ejecutivo de promoción (anexo 2).	Promotor turístico.
6	Revisar plan de trabajo ¿Se Aprobó? En caso de ser aprobado se continua con el proceso Si es negado se realiza retroalimentación.	Promotor turístico.
7	Contactar al organizador o responsable del evento para apartar cita.	Promotor turístico.
8	Diseñar una propuesta exclusiva para el evento que se va a promocionar el cual deberá incluir los productos y servicios que se ofrecen.	Promotor turístico.
9	Preparar material de promoción, (presentación, precios, folletos y tarjeta de presentación).	Promotor turístico.
10	Confirmar cita con un día de anticipación.	Promotor turístico.
11	Recordar al ejecutivo de promoción la cita acordada con	

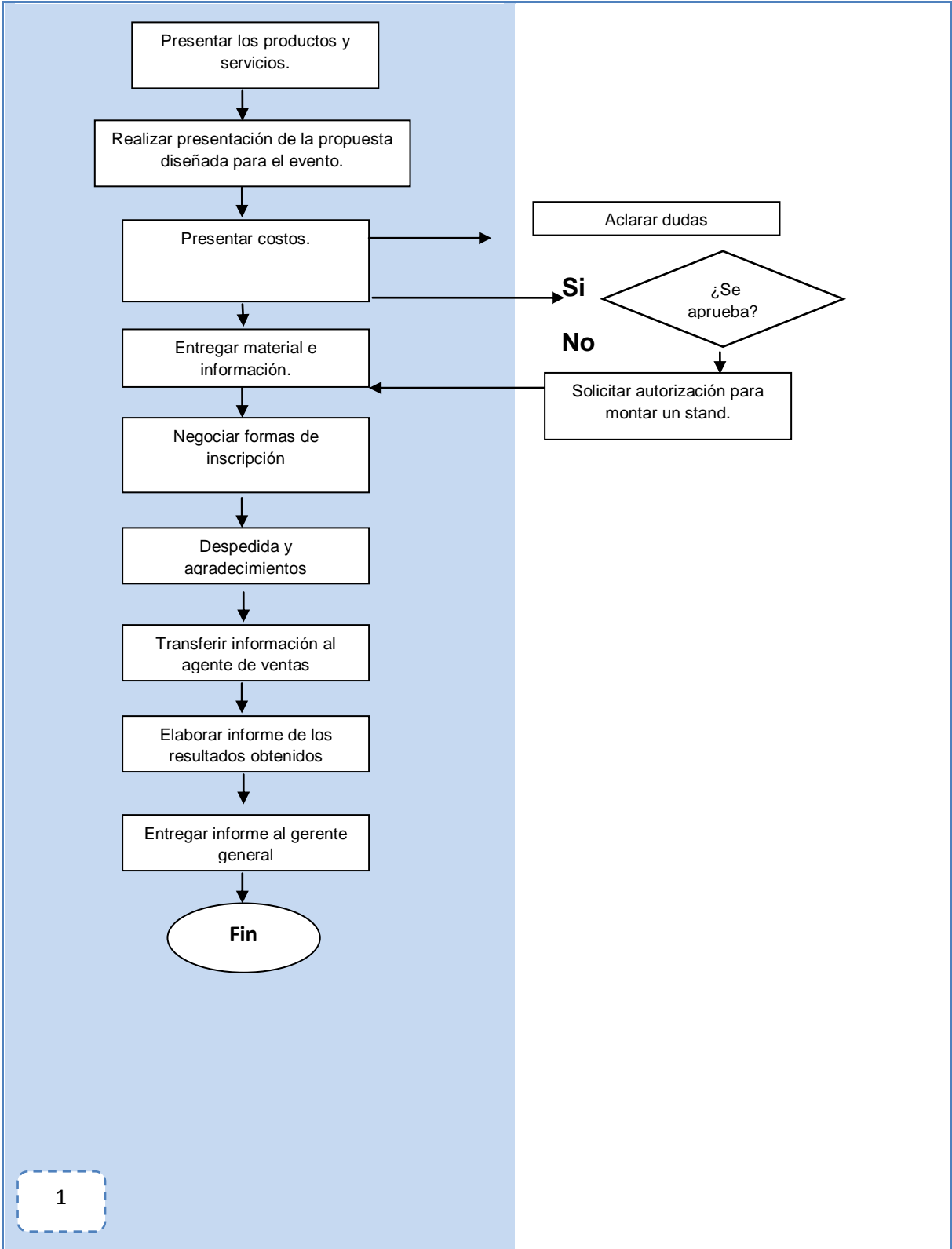
	la persona encargada del evento.	Promotor turístico.
12	Confirmar si está de acuerdo en asistir En caso de ser negativa su respuesta se busca una persona que pueda cubrir cita o bien se cancela la cita. Si está de acuerdo se continúa con el proceso.	Promotor turístico.
13	Entregar material al ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.
14	Asistir a la cita con 10 minutos de anticipación.	Ejecutivo de promoción.
15	Presentar los productos y servicios.	Ejecutivo de promoción.
16	Realizar presentación de la propuesta para el evento.	Ejecutivo de promoción.
17	Presentar costos de los recorridos al organizador del evento.	Ejecutivo de promoción.
18	¿Tiene alguna duda? En caso de ser afirmativo se atienden dudas De lo contrario se continúa con el proceso.	Ejecutivo de promoción.
19	Entregar material e información al responsable del evento (trípticos, tarjeta de presentación etc.)	Ejecutivo de promoción.
20	¿Aprueba la propuesta? En caso de ser negativo se indaga sobre los motivos que tuvo para llegar a esa decisión, se busca dar solución a la problemática. En caso de ser negativo se negocia la posibilidad de montar un stand de promoción en el evento En caso de ser afirmativo se continúa con el proceso.	Ejecutivo de promoción.
21	¿Da autorización para montar el stand? En caso de ser positivo se continua con el proceso En caso de ser negativo se da las gracias y se despide de la persona.	Ejecutivo de promoción.
22	Negociar con el encargado del evento las posibles formas de inscripción para los viajes.	Ejecutivo de promoción.

23	Despedida y agradecimiento.	Ejecutivo de promoción.
24	Transferir información al agente de ventas.	Ejecutivo de promoción.
25	Elaborar un informe de los resultados obtenidos.	Ejecutivo de promoción.
26	Entregar informe realizado al gerente general.	Ejecutivo de promoción.
27	Fin del proceso.	Ejecutivo de promoción

Ejecutivo de promoción

Coordinador de evento





**AGENCIA
COMERCIALIZADORA
TURISTICA**

**Procedimiento: Gestión de la Promoción
de productos y servicios interno ITSON.
Dirigido a : Responsables de programas
educativos
Departamento: Promoción.**

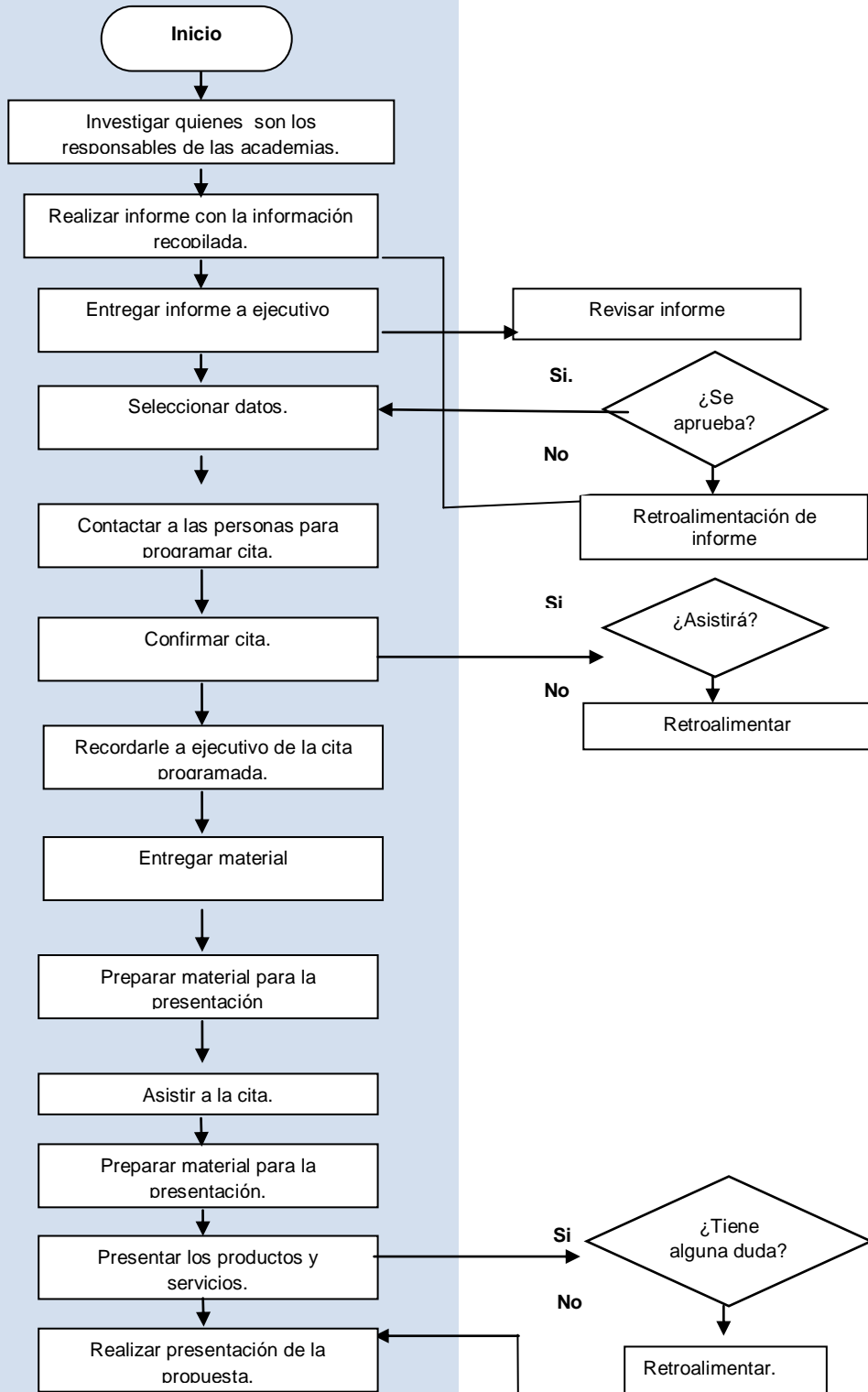


ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
1	Investigar quienes son las personas responsables de los distintos programas educativos existentes en ITSON. (Nombre, teléfono, horario)(Anexo 3).	Promotor turístico.
2	Realizar informe con la información recopilada.	Promotor turístico.
3	Entregar informe a ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.
4	Revisar informe realizado por el promotor turístico el cual muestra datos referentes a la investigación realizada.	Ejecutivo de promoción.
5	¿Se aprueba? En caso de ser aprobado se continua con el proceso En caso de ser negativo se retroalimenta y se busca solucionar errores.	Promotor turístico.
6	Seleccionar los datos de los coordinadores a visitar en base al informe obtenido.	Ejecutivo de promoción.
7	Contactar a las personas seleccionadas por el ejecutivo y se busca programar una cita.	Promotor turístico.
8	Preparar material de promoción (folletos, tarjetas etc.).	Promotor turístico.
9	Confirmar cita un día antes.	Promotor turístico.
10	Recordar al ejecutivo de la cita acordada con el responsable del programa educativo.	Promotor turístico.
11	Preguntar ¿está de acuerdo en asistir? En caso de ser positivo se continua con el proceso En caso de ser negativo se busca quien pueda asistir o bien se cancela cita.	Promotor turístico.
12	Entregar material para la reunión al	Promotor turístico.

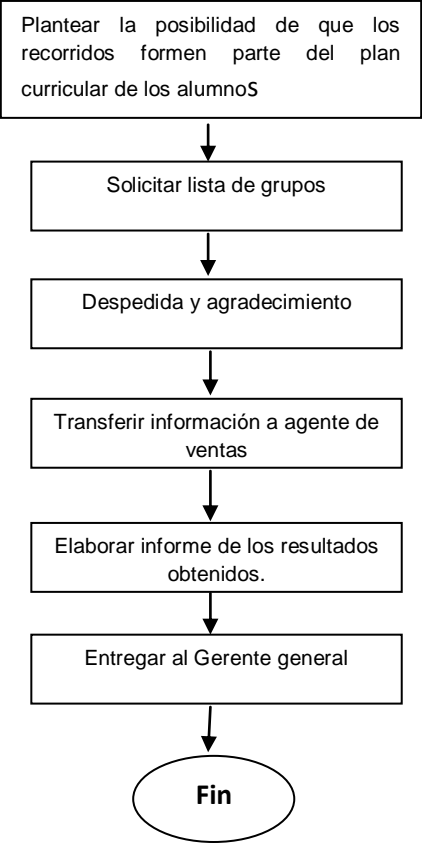
	ejecutivo.	
13	Preparar material para la presentación antes de la cita.	Ejecutivo de promoción.
14	Asistir con 10 minutos de anticipación a la cita.	Ejecutivo de promoción.
15	Presentar los productos y servicios.	Ejecutivo de promoción.
16	Realizar la presentación de la propuesta al Responsable del programa educativo.	Ejecutivo de promoción.
17	¿Tiene alguna duda? En caso de ser negativo se continua con el proceso En caso de ser positivo se retroalimenta.	Ejecutivo de promoción.
18	Plantear la posibilidad de que los recorridos formen parte del plan curricular del alumno.	Ejecutivo de promoción.
19	¿Está de acuerdo? Si es positivo se continua con el proceso Si es negativo se retroalimenta y aclaran dudas.	Ejecutivo de promoción.
20	Solicitar lista de grupos para comenzar a promocionar los recorridos.	Ejecutivo de promoción.
21	Despedida y agradecimiento.	Ejecutivo de promoción.
22	Transferir información al agente de ventas.	Ejecutivo de promoción.
23	Elaborar un informe.	Ejecutivo de promoción.
24	Entregar al gerente general.	Ejecutivo de promoción.
25	Fin del proceso.	

Ejecutivo de promoción


Responsable de academia.



2

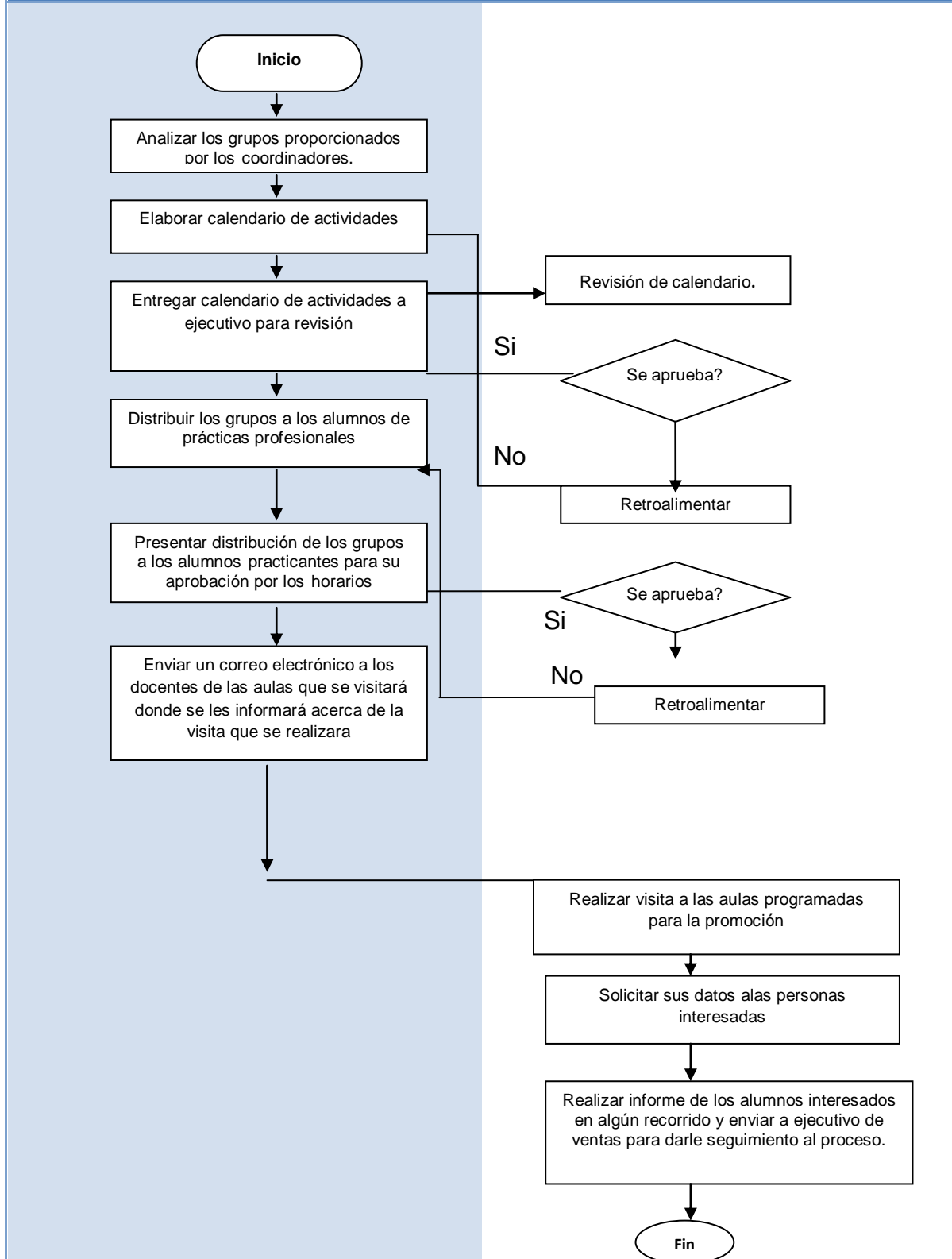



2

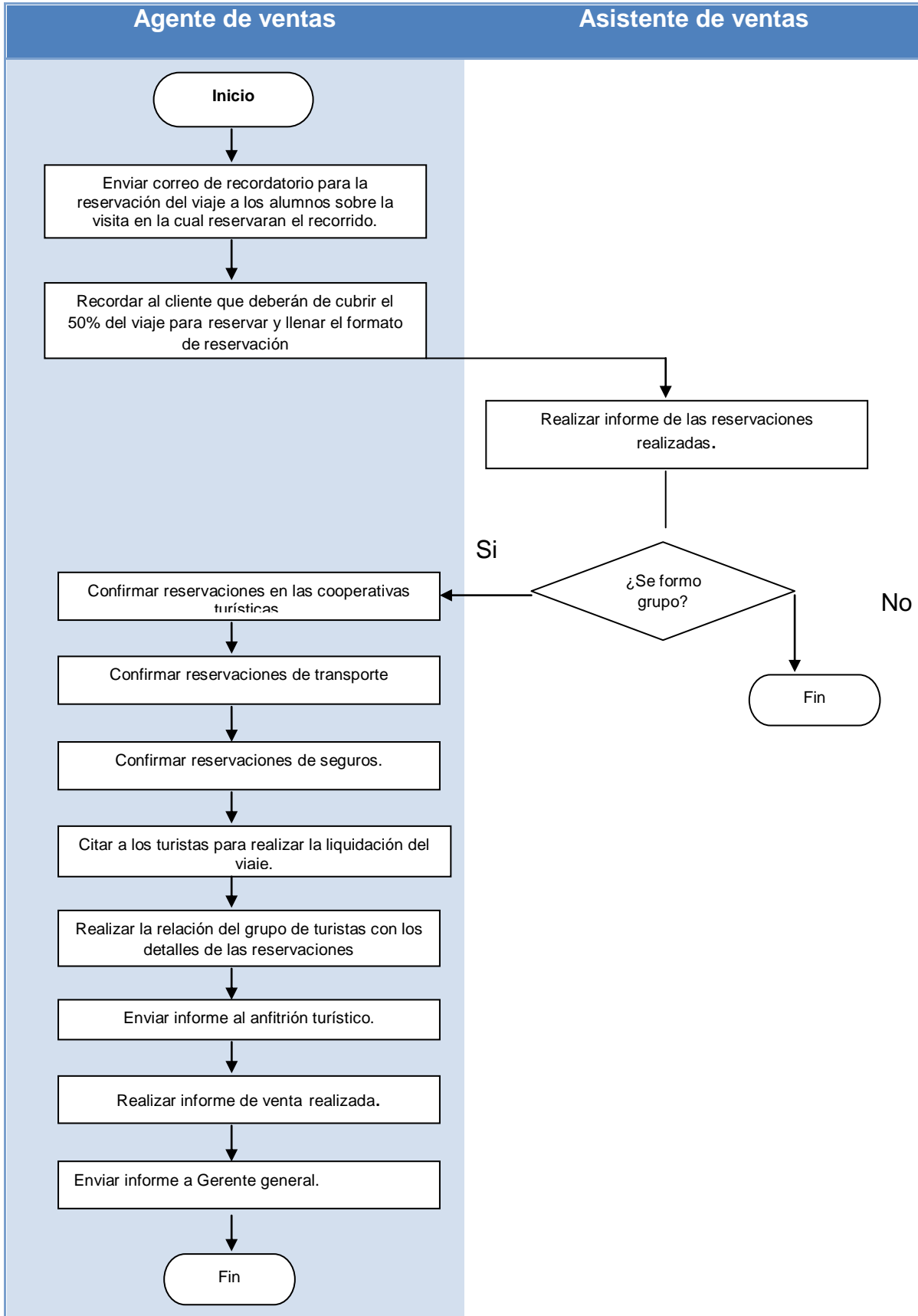
AGENCIA COMERCIALI ZADORA TURISTICA	Procedimiento: Promoción de productos y servicios interno ITSON. Dirigido a: Grupos de alumnos Departamento: Promoción.	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSAB LE
1	Analizar los grupos proporcionados por los coordinadores.	Promotor turístico.
2	Elaborar calendario de actividades (fecha, fases del proceso ,materia, horario, maestro, viaje y fecha) (anexo 4)	Promotor turístico.
3	Entregar calendario de actividades a ejecutivo para revisión.	Promotor turístico.
4	Revisión del calendario de actividades realizado por promotor turístico, en donde se muestran las actividades y horarios de trabajo realizado por los estudiantes de apoyo.	Ejecutivo de promoción.
5	¿Se aprueba? En caso de ser negativo se retroalimenta. En caso de ser positivo se continúa con el proceso.	Ejecutivo de promoción.
6	Distribuir los grupos a los alumnos de prácticas profesionales que colaboran como promotores turísticos para la promoción de los servicios.	Ejecutivo de promoción.
7	Presentar distribución de los grupos a los alumnos practicantes para su aprobación por los horarios asignados.	Ejecutivo de promoción.
8	¿Están de acuerdo? En caso de ser negativo se verifica y retroalimenta En caso de ser positivo se continúa con el proceso.	Promotor turístico.
9	Enviar un correo electrónico a los docentes de las aulas que se visitará donde se les informará acerca de la visita que se realizara para la promoción la cual fue autorizada por el coordinador.	Ejecutivo de promoción.
10	Realizar visita a las aulas programadas para la promoción y solicitar nombre correo electrónico de las personas interesadas en el viaje (Anexo 9)	Promotor turístico.
11	Realizar informe de los alumnos interesados en algún recorrido y enviar a ejecutivo de ventas para darle seguimiento al proceso.	Promotor turístico
12	Fin	


Promotor turístico

Ejecutivo de promoción



AGENCIA COMERCIALI ZADORA TURISTICA	Procedimiento: Comercialización de productos y servicios internos ITSON. Dirigido a: Grupos de alumnos. Departamento: Ventas.	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSA BLE
1	Enviar correo de recordatorio para la reservación del viaje a los alumnos sobre la visita en la cual reservaran el recorrido.	Agente de ventas
2	Recordar al cliente que deberán de cubrir el 50% del viaje para reservar y llenar el formato de reservación (Anexo 5)	Asistente de ventas.
3	Realizar informe de las reservaciones realizadas.	Asistente de ventas.
4	¿Se formo grupo? Si es positivo se continúa con el proceso. Si es negativo se retroalimenta información y se buscan nuevas opciones.	Asistente de ventas.
5	Confirmar reservaciones en las cooperativas turística	Agente de ventas.
6	Confirmar reservaciones de transportes.	Agente de ventas.
7	Confirmar reservaciones de seguros	Agente de ventas.
8	Citar a los turistas para realizar la liquidación del viaje.	Agente de ventas.
9	Realizar la relación del grupo de turistas con los detalles de las reservaciones (cantidad de personas, nombres, destinos)(formato 6).	Agente de ventas.
10	Enviar informe al anfitrión turístico.	Agente de ventas.
11	Realizar informe de venta realizada.	Agente de ventas
12	Enviar informe a Gerente general.	Agente de ventas
13	Fin del proceso.	



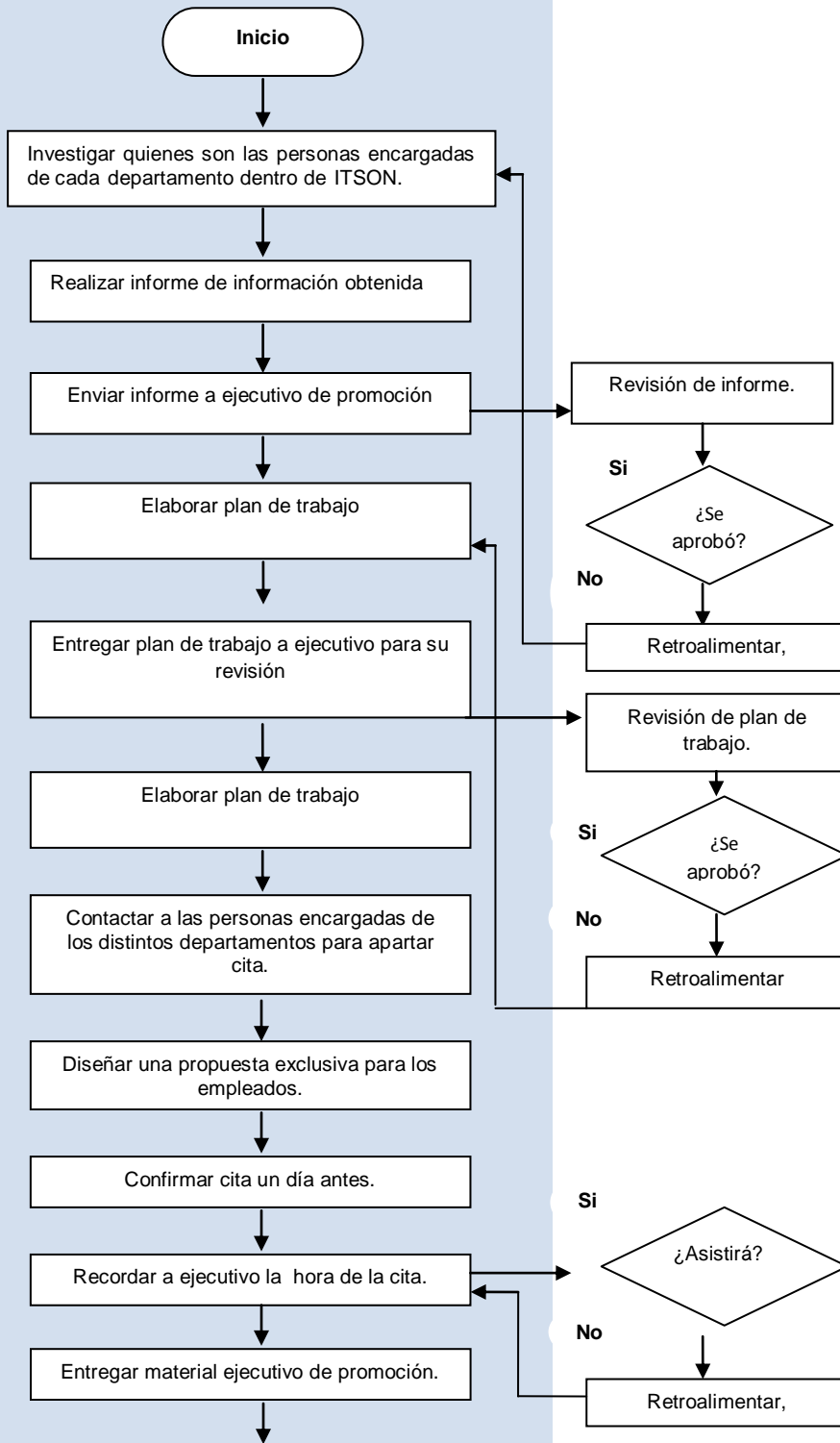
AGENCIA COMERCIALI ZADORA TURISTICA	Procedimiento: Comercialización de productos y servicios internos ITSON. Dirigido a: Departamentos Departamento: Promoción y Ventas.	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
1	Investigar quienes son las personas encargadas de cada departamento dentro de ITSON.	Promotor turístico
2	Realizar informe con la información obtenida (nombre, Teléfono, horario)(Anexo 7)	Promotor turístico.
3	Enviar informe al ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.
4	Revisión de informe.	Ejecutivo de promoción.
5	¿Lo aprueba? Si es positivo se continúa con el proceso. Si es negativo se retroalimenta la información.	Ejecutivo de promoción.
6	Elaborar plan de trabajo (Anexo 2).	Promotor turístico.
7	Presentar plan de trabajo a ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.
8	Revisión de plan de trabajo.	Ejecutivo de promoción.
9	¿Se aprueba? Si es positivo se continua con el proceso Si es negativo se retroalimenta	Ejecutivo de promoción.
10	Contactar a las personas encargadas de los distintos departamentos para apartar cita.	Promotor turístico.
11	Diseñar una propuesta exclusiva para los empleados.	Promotor turístico.
12	Confirmar cita un día antes.	Promotor turístico.
13	Recordar a ejecutivo la hora de la cita.	Promotor turístico.
14	Confirmar si está de acuerdo en asistir. En caso de ser positivo se continua con el proceso En caso de ser negativo se busca quien cubra la cita o bien se cancela.	Promotor turístico.
15	Entregar material ejecutivo de promoción.	Promotor turístico.

16	Prepararse para la presentación.	Ejecutivo de promoción.
17	Asistir a la cita con 10 minutos de anticipación.	Ejecutivo de promoción.
18	Presentar los productos y servicios.	Ejecutivo de promoción.
19	Presentar propuesta para los empleados	Ejecutivo de promoción.
20	Presentar costos.	Ejecutivo de promoción.
21	¿Tiene alguna duda? Si es positivo retroalimenta Si es negativo se continúa con el proceso.	Ejecutivo de promoción
22	Proporcionar material de promoción al encargado del departamento para presentársela a los empleados.	Ejecutivo de promoción.
23	¿Está de acuerdo con la propuesta? Si es positivo se continúa con el proceso. Si es negativo se retroalimenta.	Ejecutivo de promoción.
24	Solicitar autorización al encargado del departamento un área para colocar un modulo de información acerca de las viajes.	Ejecutivo de promoción.
25	Instalar un stand para proporcionar información al personal referente a los viajes, y enviar un correo a todas las personas del departamento con la información del viaje programado.	Ejecutivo de promoción.
26	Establecer una fecha para que las personas interesadas reserven su lugar.	Ejecutivo de promoción.
27	Programar una visita al departamento para realizar la liquidación del viaje.	Asistente de ventas
28	Mantener contacto con el cliente antes del viaje, mediante Correo electrónico, enviando recomendaciones para el recorrido.	Asistente de ventas

30	Realizar informe que incluya las reservaciones realizadas.	Asistente de ventas
31	Enviar informe al anfitrión turístico.	Asistente de ventas.
32	Realizar informe de la venta realizada.	Asistente de ventas.
33	Enviar informe a Ejecutivo de Ventas.	Asistente de ventas,
34	Fin del proceso.	

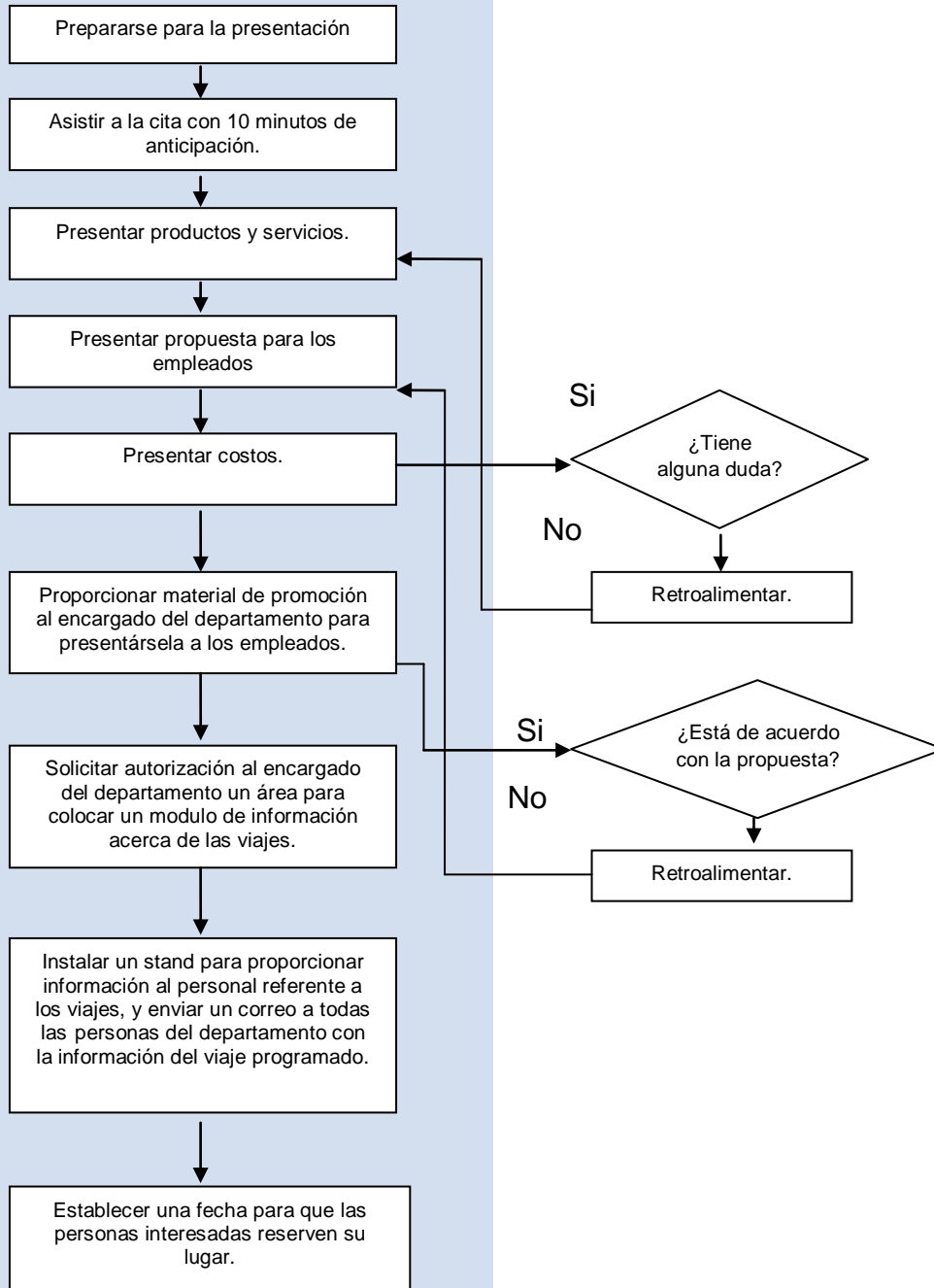
Promotor turístico

Ejecutivo de promoción



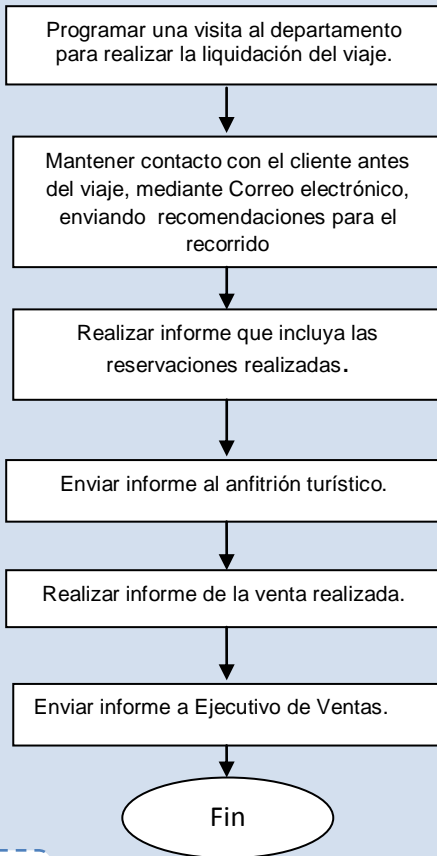
5

Ejecutivo de Promoción




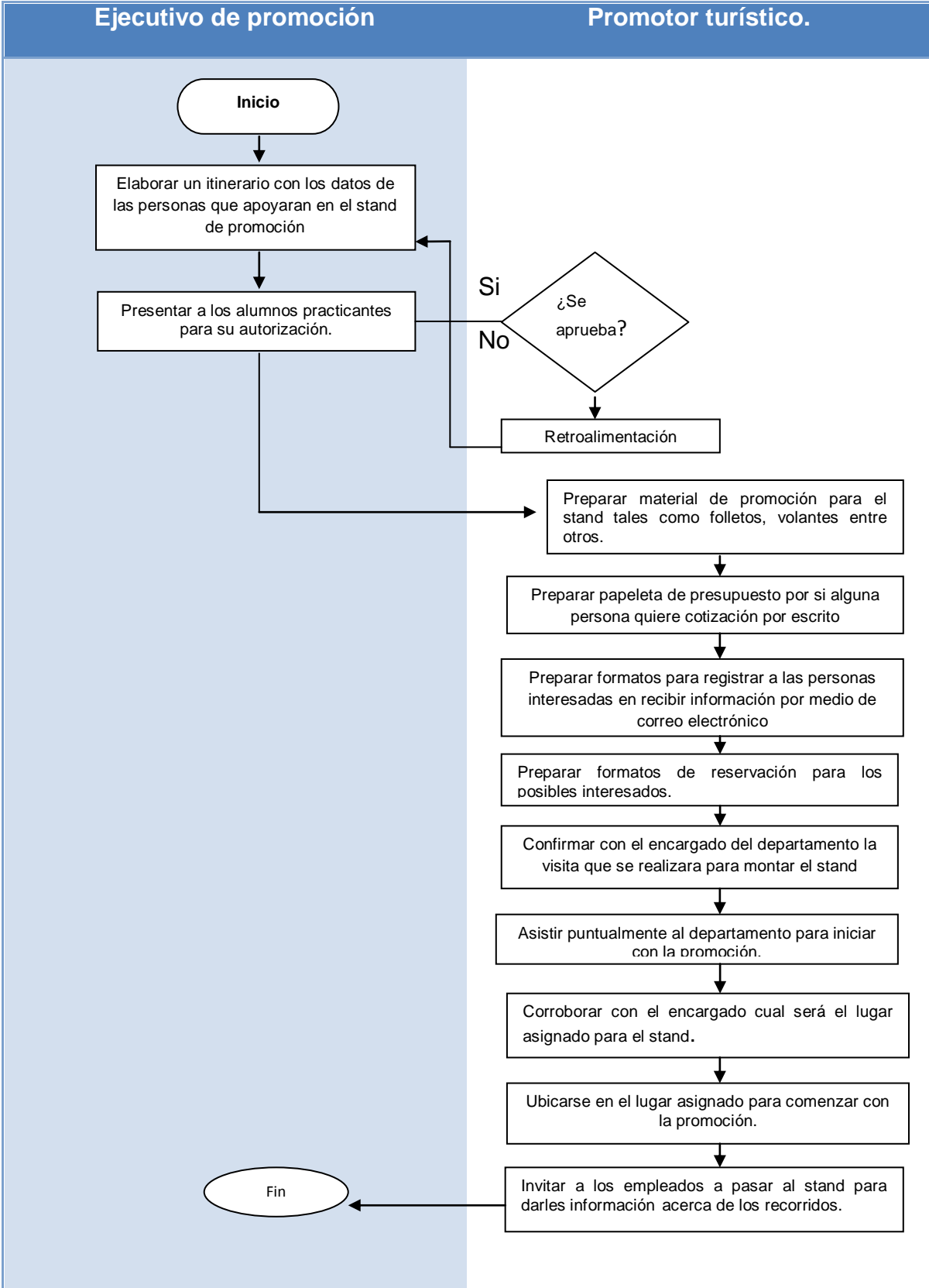
5

Asistente de ventas



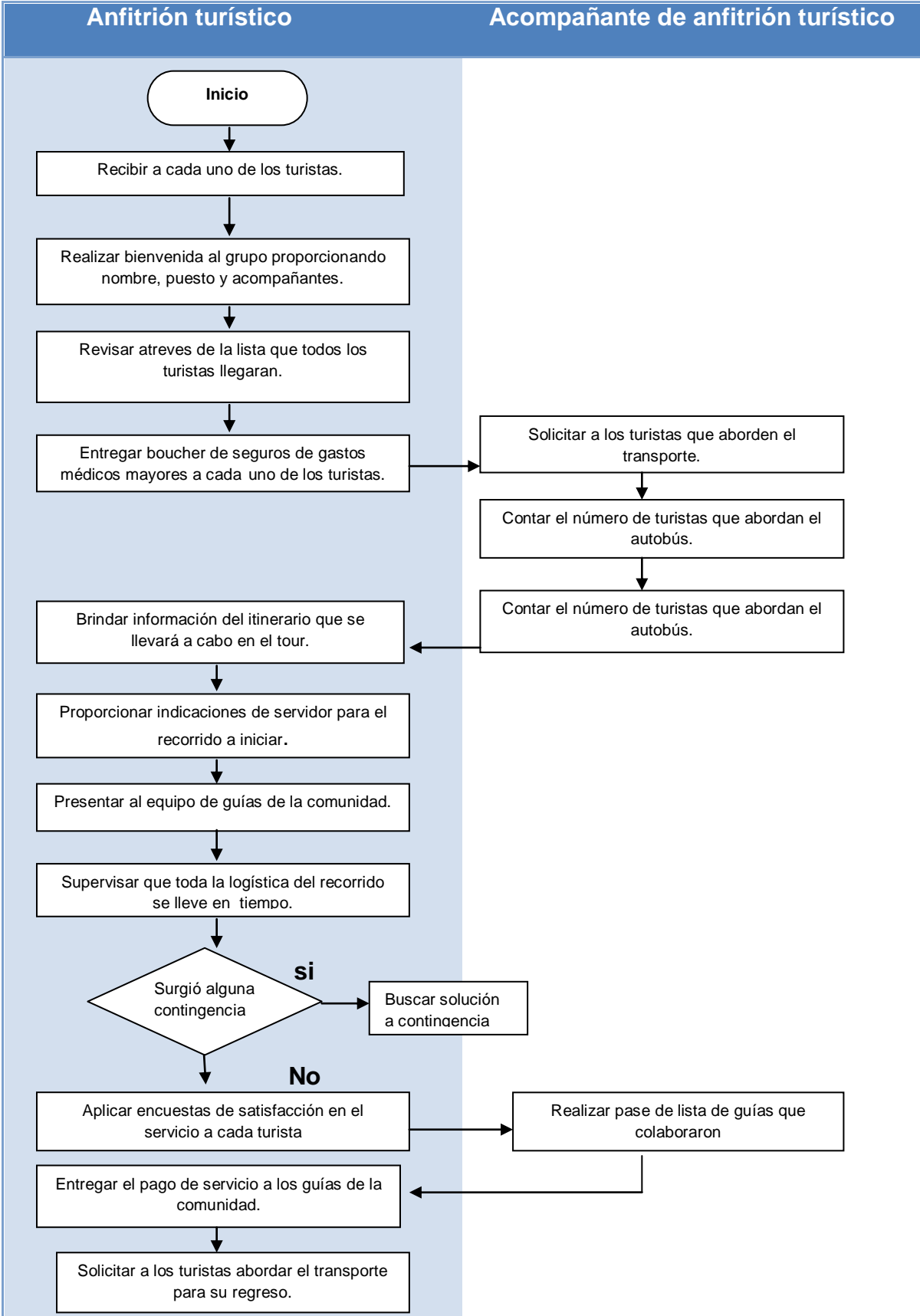
5

AGENCIA COMERCIALI ZADORA TURISTICA	Procedimiento para montar Stand En instalaciones ITSON Departamento: Promoción y Ventas.	
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
1	Elaborar un itinerario con los datos de las personas que apoyaran en el stand de promoción.(anexo 8)	Ejecutivo de promoción
2	Presentar a los alumnos practicantes para su autorización.	Promotor turístico.
3	¿Se aprueba? Si es positivo se continua con el proceso Si es negativo se hace retroalimentación y corrige.	Ejecutivo de promoción.
4	Preparar material de promoción para el stand tales como folletos, volantes entre otros.	Promotor turístico.
5	Preparar papeleta de presupuesto por si alguna persona quiere cotización por escrito.	Promotor turístico.
6	Preparar formatos para registrar a las personas interesadas en recibir información por medio de correo electrónico.(anexo 9)	Promotor turístico.
7	Preparar formatos de reservación para los posibles interesados.	Promotor turístico.
8	Confirmar con el encargado del departamento la visita que se realizara para montar el stand.	Promotor turístico.
9	Asistir puntualmente al departamento para iniciar con la promoción.	Promotor turístico.
10	Corroborar con el encargado cual será el lugar asignado para el stand.	Promotor turístico.
11	Ubicarse en el lugar asignado para comenzar con la promoción.	Promotor turístico.
12	Invitar a los empleados a pasar al stand para darles información acerca de los recorridos.	Promotor turístico.
13	Fin del proceso.	



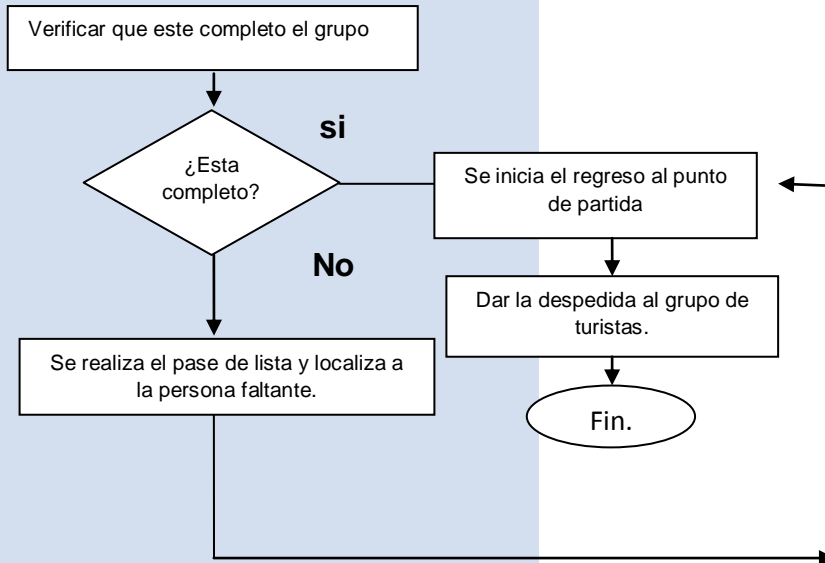
AGENCIA COMERCIALI ZADORA TURISTICA	Nombre de la Empresa: <u>Agencia comercializadora turística</u> Procedimiento de: <u>Prestación de servicios turísticos</u> Puesto: <u>Anfitrión turístico</u>	Fecha: <u>Diciembre de 2011</u>
ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
1	Recibir a cada uno de los turistas.	Anfitrión Turístico
2	Realizar bienvenida al grupo proporcionando nombre, puesto y acompañantes.	Anfitrión Turístico Anfitrión Turístico
3	Revisar atreves de la lista que todos los turistas llegaran.	Anfitrión Turístico
4	Entregar boucher de seguros de gastos médicos mayores a cada uno de los turistas.	Acompañante de Anfitrión Turístico
5	Solicitar a los turistas que aborden el transporte.	Acompañante de Anfitrión Turístico Acompañante de Anfitrión Turístico
6	Contar el número de turistas que abordan el autobús.	Anfitrión Turístico
7	Indicar al operador iniciar el recorrido y el destino.	Anfitrión Turístico
8	Brindar información del itinerario que se llevará a cabo en el tour.	Anfitrión Turístico
9	Proporcionar indicaciones de servidor para el recorrido a iniciar.	Anfitrión Turístico Anfitrión Turístico
10	Presentar al equipo de guías de la comunidad.	Anfitrión Turístico
11	Supervisar que toda la logística del recorrido se lleve en tiempo. ¿Se presento alguna contingencia? Si: Se da seguimiento a la solución No: Se continua el recorrido	Anfitrión Turístico Acompañante de Anfitrión Turístico Anfitrión Turístico Anfitrión Turístico
12	Aplicar encuestas de satisfacción en el servicio a cada turista. <i>Formato (10) (Encuesta).</i>	Anfitrión Turístico

<p>13</p>	<p>Realizar pase de lista de guías que colaboraron. <i>Formato (11) (Lista de asistencia).</i></p>	<p>Anfitrión Turístico</p>
<p>14</p>	<p>Entregar el pago de servicio a los guías de la comunidad.</p>	<p>Anfitrión Turístico</p>
<p>15</p>	<p>Solicitar a los turistas abordar el transporte para su regreso.</p>	
<p>16</p>	<p>¿Está completo el grupo?</p> <p>Si: Se inicia el regreso al punto de partida</p> <p>No: Se realiza el pase de lista y localiza a la persona faltante.</p>	
<p>17</p>	<p>Dar la despedida al grupo de turistas.</p>	
<p>18</p>	<p>Fin del proceso</p>	



Anfitrión turístico

Acompañante de anfitrión turístico




ANEXOS

Anexo 1.
Investigación de eventos.

Anexo 1

 ACTUR <small>AGENCIA COORDINADORA TURISTICA</small>	Evento	lugar	Fecha	Nombre del Contacto	Teléfono
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Instructivo de llenado
Investigación de eventos.

		Evento	lugar	Fecha	Nombre del Contacto	Teléfono
Especificar nombre del evento	1					
Indicar nombre del evento	2					
Especificar lugar donde se llevara a cabo el evento	3					
Fecha estimada para el evento	4					
Nombre del Coordinador o contacto	5					
Teléfono del contacto	6					
	7					

Anexo 2.

Plan de trabajo

Nombre De la Organización	
Área De Trabajo	
Responsables	
Fecha de Elaboración	
Introducción	
Estrategias:	
Objetivos:	

Plan de Acción

Actividades/ mes	1				2				3				4			
actividades/ semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

Cronograma de actividades

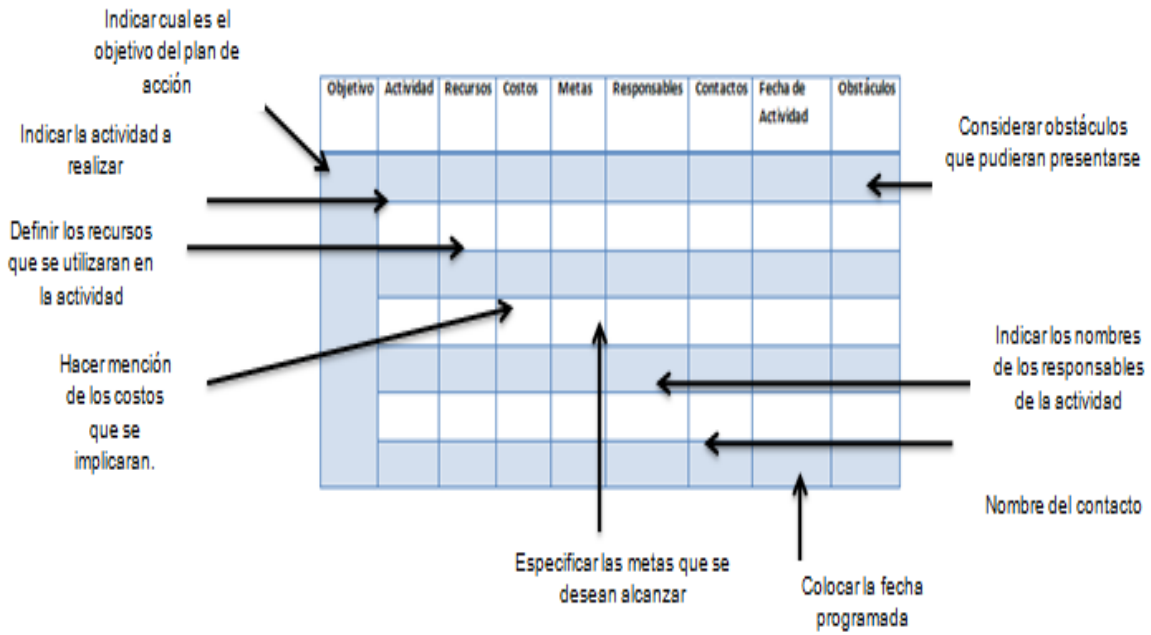
Objetivo	Actividad	Recursos	Costos	Metas	Responsables	Contactos	Fecha de Actividad	Obstáculos

Instructivo de llenado

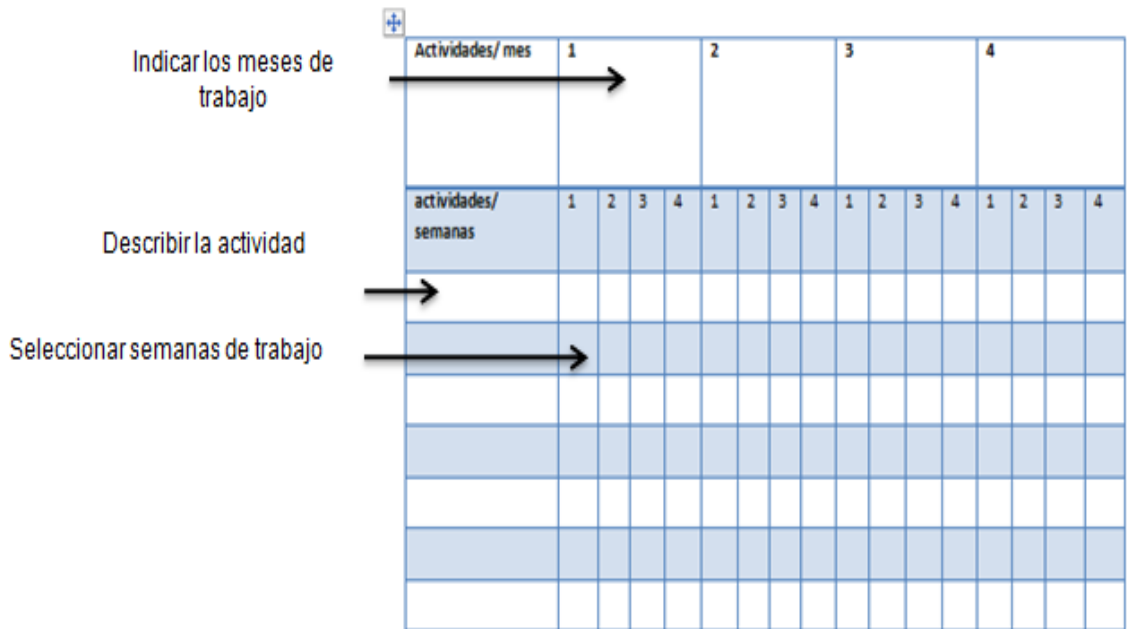
Plan de trabajo

Nombre del responsable del departamento	Nombre De la Organización		←	Escribir nombre de la organización
	Área De Trabajo		←	Especificar Área de trabajo o Departamento
Indicar la fecha de elaboración	Responsables	→		
	Fecha de Elaboración	→		
	Introducción		←	Dar una breve introducción del plan de trabajo.
	Estrategias		←	Especificar cuales serán las estrategias para lograr cumplir los objetivos
	Objetivos:		←	Describir cuales son los objetivos de presente plan de trabajo

Plan de Acción




Cronograma de actividades




Anexo 3.

Responsables de programas educativos.

Anexo 3

	Nombre	Email	Teléfono	Programa educativo
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

Instructivo de llenado
Responsable de programa educativo.

	 ACTUR	Nombre	Email	Teléfono	Programa educativo
Nombre del responsable del programa educativo	1				
	2				
Email de la persona	3				
	4				
Teléfono personal o de oficina	5				
	6				
Nombre del programa educativo a cargo	7				

Instructivo de llenado. Calendario de actividades.

FECHA	FASE DEL PROCESO	MATERIA	HORARIO	AULA	MAESTRO	VIAJE	FECHA

Indicar fechas estimadas →

Nombre del responsable del programa educativo →

Indicar que nombre de la materia. →

Nombre del docente. ←

Especificar horario de clase. →

Indicar el viaje que se esta promocionando ←

Numero del aula donde se imparte la materia. →

Fecha especifica de visita ←

Anexo 5.

Formato de reservación de ACTUR.



RESERVACIONES DE VIAJE

5 de febrero 818 Sur col centro,
edificio 300, planta baja (CIEN)
410 09 00 Ext. 2260

Lugar y fecha de reservación Cd. Obregón Son.	

Recibo

Datos del Turista

Nombre: _____

Teléfono: _____ Celular: _____ E-mail: _____

Ciudad: _____ Domicilio: _____

Escuela: _____ Carrera: _____ Id: _____ Grupo: _____

Fecha de nacimiento: _____ En caso de emergencia llamar a: _____

Datos del Viaje

Tel: _____

Destino (s): _____

Fecha de salida: _____

Costo: \$ _____

Anticipo	Firma	Liquidación	Firma	Fecha

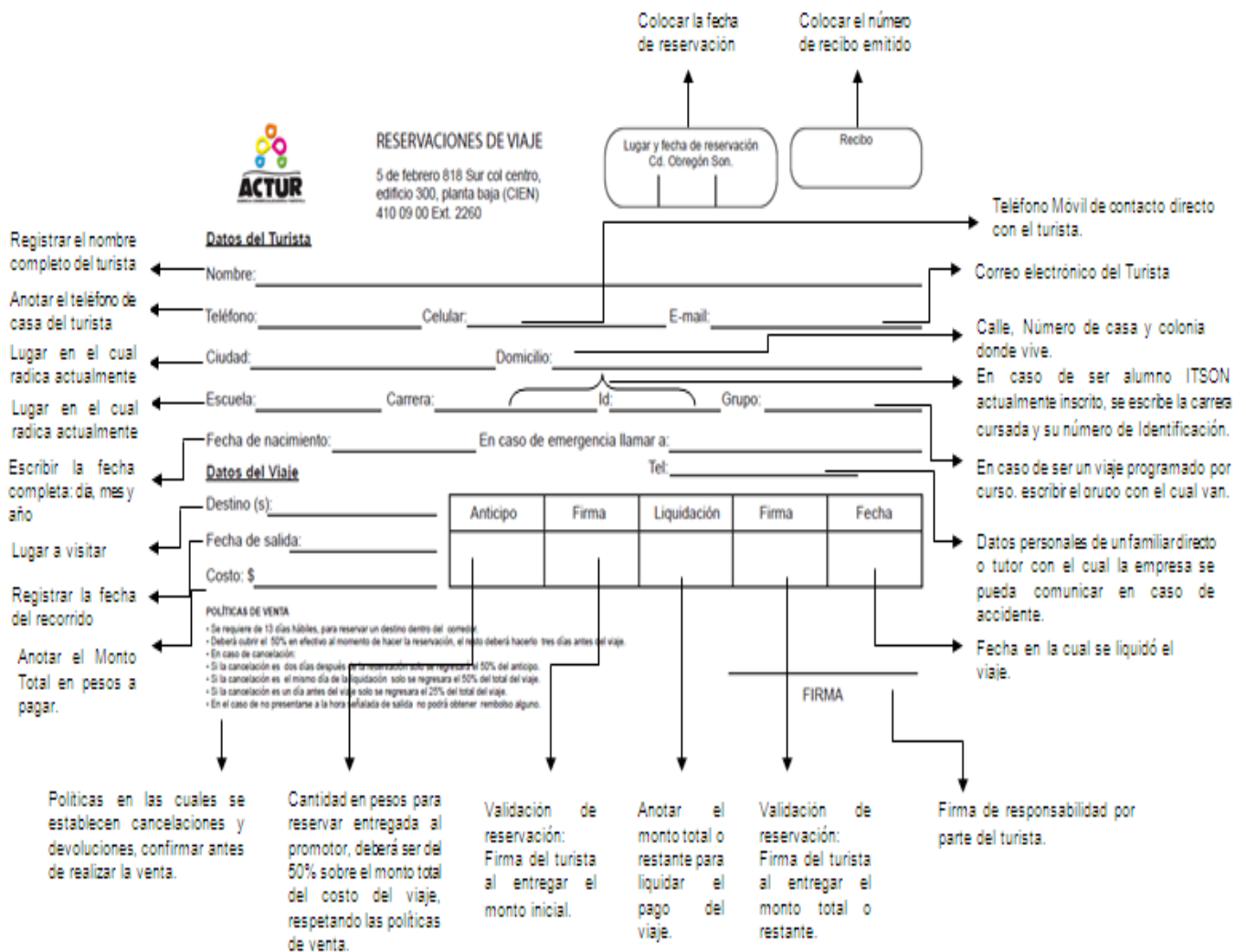
POLÍTICAS DE VENTA

- Se requiere de 13 días hábiles, para reservar un destino dentro del corredor.
- Deberá cubrir el 50% en efectivo al momento de hacer la reservación, el resto deberá hacerlo tres días antes del viaje.
- En caso de cancelación:
 - Si la cancelación es dos días después de la reservación solo se regresará el 50% del anticipo.
 - Si la cancelación es el mismo día de la liquidación solo se regresará el 50% del total del viaje.
 - Si la cancelación es un día antes del viaje solo se regresará el 25% del total del viaje.
- En el caso de no presentarse a la hora señalada de salida no podrá obtener reembolso alguno.

FIRMA


Instructivo de llenado

Formato de reservación de ACTUR.



Anexo 6

Lista de viajes confirmados.

 Lista de viajes confirmado			
Cantidad	Nombre	Destino	Confirmación del viaje
1			
2			
3			
4			
5			
6			

Instructivo de llenado

Lista de viajes confirmados.

 Lista de viajes confirmado			
Cantidad	Nombre	Destino	Confirmación del viaje
1	→		
2		→	
3			
4			→
5			
6			


Nombre del cliente

Nombre de la comunidad que se visitara


Indicar que el viaje se llevara acabo

Anexo 7.

Responsable de departamento.

	Nombre	Email	Teléfono	Departamento
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Instructivo de llenado
Responsable de departamento.

		Nombre	Email	Teléfono	Departamento
Escribir el nombre de la persona encargada.	1				
Email personal o del departamento	2				
Indicar el teléfono personal y de oficina	3				
Especificar nombre del departamento	4				

Anexo 8.

Itinerario de trabajo

HORARIO	COLABORADOR ASIGNADO	FIRMA
FECHA		
FECHA		

Instructivo de llenado Itinerario de trabajo

ITINERARIO CARAVANA DEL EMPRENDEDOR

HORARIO	COLABORADOR ASIGNADO	FIRMA
FECHA		
→		
	→	
		←
FECHA		


Indicar el horario estimado para las horas de trabajo.

Especificar fecha

Firma de conformidad

Anexo 9.

Datos personales del cliente.

 ACTUR <small>AGENCIA COMERCIALIZADORA TURÍSTICA</small>	NOMBRE	EMAIL	TELÉFONO
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Instructivo de llenado.
Datos personales de clientes.

	 ACTUR	NOMBRE	EMAIL	TELÉFONO
Nombre del cliente	1	→		
	2			
	3			
Especificar el correo electrónico del cliente.	4	→	→	
	5			
	6			
Teléfono personal o del departamento.	7	→	→	→
	8			
	9			
	10			
	11			
	12			
	13			
	14			
	15			

Anexo 10.

Encuesta de servicio

ENCUESTA DE SERVICIO

El presente cuestionario tiene la finalidad de evaluar la calidad en el servicio ofrecido, con el fin de detectar áreas de oportunidad para mejorar el servicio al cliente.

Instrucciones. Señale la respuesta correcta.

1. Cómo evalúa las atenciones del personal (TOUR):

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Otros Especifique: _____

2. Cómo calificaría el servicio de transporte:

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Otros Especifique: _____

3. Comportamiento y proporción de información del asesor de ventas :

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Otros Especifique: _____

4. Considera económicos los servicios que solicitó:

- a) Si. b) No.

Otros-Especifique: _____

Recomendaciones:

Datos Personales del Turista:

Nombre: _____

E-mail: _____

Instructivo de llenado

Encuesta de servicio



Encuesta de Servicio

El presente cuestionario tiene la finalidad de evaluar la calidad en el servicio ofrecido, con el fin de detectar áreas de oportunidad para mejorar el servicio al cliente.

Instrucciones. Señale la respuesta correcta.

1. Cómo evalúa las atenciones del personal (Recorrido en la comunidad):

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Recomendaciones: _____

2. Cómo calificaría el servicio de transporte:

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Otros-Especifique: _____

3. Considera económicos los servicios que solicitó:

- a) Sí. b) No.

Otros-Especifique: _____

4. Comportamiento y proporción de información del asesor de ventas :

- a) Bueno b) Malo c) Regular

Recomendaciones: _____

Recomendaciones generales del servicio:

Datos Personales del Turista:

Nombre: _____

E-mail: _____ Tel. _____

Firma

Nombre
completo
del turista

Correo
electrónico
del turista

Firma del
turista

Teléfono
del turista

El turista
seleccionará
una de las
opciones para
calificar el
servicio.

El turista
colocará las
recomendaciones
que
considere
necesario.

Anexo 11.

Lista de asistencia.

LISTA DE ASISTENCIA

FECHA: _____

COMUNIDAD: _____

OBJETIVO: _____

	NOMBRE	FIRMA	TELÉFONO
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			

Instructivo de llenado

Lista de asistencia.

Colocar fecha de la recepción del grupo

Colocar el nombre de la comunidad visitada

LISTA DE ASISTENCIA

Objetivo de la visita

FECHA: _____ COMUNIDAD: _____

OBJETIVO: _____

	NOMBRE	FIRMA	TELEFONO
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Colocar el nombre del guía

Colocar firma del guía

Colocar teléfono del guía

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En el presente capítulo se describen las conclusiones derivadas de la investigación realizada en la Agencia comercializadora turística (ACTUR).

5.1 Conclusiones.

En base a la investigación efectuada, se logro identificar la necesidad de contar con un proceso formal, para dar a conocer a los empleados cuáles son las actividades a efectuar y como deben de realizar cada una de ellas, para lograr eficazmente el cumplimiento de objetivos del departamento de promoción y difusión de ACTUR.

Como resultado de la presente investigación, fue posible desarrollar la elaboración del Manual de procedimientos para la organización de tours, el cual cuenta con la descripción y elaboración de procedimientos para la promoción, difusión y comercialización de productos y servicios internos, en diferentes áreas tales como grupos de alumnos, departamentos de ITSON, participación en eventos masivos como lo son los congresos, actualmente ACTUR realizaba dichas actividades sin contar con la descripción por escrito de las mismas.

El manual de procedimientos ayudara a los empleados a conocer cuál es la manera correcta de realizar sus actividades para evitar duplicidad de esfuerzos o re trabajar algún

proceso, dicha situación se presenta en ACTUR debido a la rotación con la que cuenta la empresa en el área de promoción, es vital formalizar los procedimientos para la realización de viajes en un manual, ya que mediante la aplicación y uso adecuado se espera que se realicen las actividades de este proceso con más seguridad y motivación por parte del personal de nuevo ingreso así como el personal que labora en la empresa, actualmente la agencia no cuenta con una herramienta que describa los procedimientos por escrito.

Es importante mencionar que con la implementación de el manual, se brindara una inducción adecuada a los alumnos que realicen sus prácticas profesionales participando como personal de apoyo, ya que mediante este se les capacitará de una manera más eficaz ofreciendo las herramientas necesarias para realizar sus actividades de manera correcta, evitando acceder a información errónea de los procedimientos y pérdida de tiempo.

La elaboración del presente manual fue revisada y aprobada por la persona responsable del departamento de promoción y difusión de ACTUR, la licenciada Ariana Solórzano Tabares, quien brindo apoyo para determinar el contenido de la presente herramienta.

5.2 Recomendaciones.

Es recomendable revisar periódicamente el manual, para asegurar su aplicación continua y sobre todo analizar y estudiar cada propuesta de cambio sugerida por cada uno de los miembros de la organización y que muestren una mejora positiva.

Por otro lado se recomienda actualizar el manual por lo menos una vez por año, o bien en caso de que la empresa decida hacer alguna modificación en algún proceso, es necesario actualizarlo en el manual, para mantener el orden que se desea tener en la empresa y

que las actividades se realicen en base a las necesidades de la empresa. Si se realiza un cambio especificar quien lo hizo y firma del cambio modificado.

Es de vital importancia dar a conocer por medio de un despliegue total el contenido del manual a todos y cada uno de los miembros que conforman el equipo de trabajo, así como mantener una copia del manual disponible y al alcance de todos los empleados, que sirva de apoyo para atender rápidamente las dudas que puedan surgir acerca de algún procedimiento.

Proveer de al menos una copia completa de los manuales y que este a la total disposición de cada unidad, gerencia, departamento y sección, para que sea fuente de consulta, enriquecimiento personal y global.

Para efecto de la realización de esta propuesta las limitaciones que se presentaron fue el no contar con los procedimientos de promoción en los departamentos de ITSON y el procedimiento para promoción en eventos internos de la institución, se le dedico más tiempo en elaborar dichos proceso, ya que se buscaron distintas alternativas, hasta elaborar la más adecuada para la agencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza M. (1991) Administración Del Turismo Conceptualización Y Organización, México, 1ra edicion,Editorial trillas.
- Bullon R.(1990).Las Actividades Turísticas Y Recreacionales. México, 2da Edicion,Editorial Trillas.
- Duarte F. (1981) Proceso De Un Evento Recreativo. Organización De Eventos Recreo Deportivos Y Socioculturales, México, 2da Edicion, Editorial Trillas
- Franklin F.(1998) Organización De Empresas, Análisis Diseño Y Estructura. México, 1ra edicion. mcGraw hill.
- Franklin F.(1998) Manuales Administrativos: Guía Para Su Elaboración. México,1ra Edicion, McGraw hill.
- Franklin F. (2001),Organización Y Métodos “Un Enfoque Competitivo , México, 1ra Edicion, Mcgraw Hill.
- Gurria M. (1991) Introducción Al Turismo. México, 2da edicion,Trillas Editorial.
- Gómez C (1997) Sistemas Administrativos. México, 12^a edicion, Mc Graw Hill.
- Montane J (2007). Diccionario De Turismo. Madrid, 7ma Edicion, Editorial Síntesis.
- Organización Mundial Del Turismo (OMTA-2009), Malaga, Ediciones aljibe.
- Reverte J (2002), Los Caminos Perdidos De África, Editorial De Bolsillo.
- Rodríguez J (1989),Como Elaborar Y Usar Los Manuales Administrativos, California, 1ra Edicion, Lito OFFSET
- Ramírez M(1981),“Teoría General De Turismo”, México, 1ra edicion, Editorial Diana.
- Ramírez M(1992), “Teoría General De Turismo” ,México, 2da edicionEditorial Diana.
- Sánchez J (2007),Tesoros Turísticos De México, México,3ra Edicion,Editorial Trillas.
- Lesur L (2006), Manual De Guía De Turistas, 2da edicion,Trillas.
- Hernández E. (1993), Proyectos Turísticos, Formulación Y Evaluación,2da edicion Editorial Trillas.

APÉNDICE

Método de entrevista.

Nombre:

Puesto:

Departamento:

Objetivo: Las Sigüientes preguntas están diseñadas para conocer aspectos relevantes a la operación de esta empresa.

Instrucciones: Subraya la respuesta correcta o conteste correctamente según sea el caso.

Datos Generales.

1) ¿ La empresa cuenta con una misión

A) Si. B)No

Mencione: _____

2) ¿La empresa cuenta con una Visión?

A) Si. B) No.

Mencione:_____

3) ¿Conoce las políticas de la empresa?

A) Si. B) No.

Mencione Brevemente:_____

4) ¿Qué actividades realiza la empresa?

Mencione

brevemente:_____

5) ¿Tiene definidas sus actividades por escrito?

- A) Si. B) No.

6) ¿Cuáles son sus Actividades en la empresa?

7) ¿Cuentan con algún documento que defina las actividades de cada empleado?

- A) Si. B) No.

8) ¿Considera que es adecuado?

- A) Si. B) No.

Mencione Porque.: _____

9) ¿Indica claramente cómo deben de ejecutarse sus actividades?

- A) Si. B) No.

10) ¿Son fáciles de interpretar?

- A) Si. B) No.

11) ¿Específica los tiempos en que deben ejecutarse sus actividades?

- A) Si B) No.

12) ¿La empresa lo capacita sobre la ejecución de sus procedimientos?

A) Si

B) No.

13) ¿Le supervisan la correcta aplicación de los procedimientos?

A) Si.

B) no

¿Porque?_____