

## Práctico 4.4

### Ejercicio 1: Contabilidad en una Empresa Turística

La Hostería "Sol y Valle" es un pequeño alojamiento ubicado en una zona rural de Canelones. Ofrece habitaciones, desayuno, piscina y alquiler de bicicletas. A fines de marzo, presenta la siguiente situación contable:

- Un inmueble propio valuado en \$3.500.000 **ACTIVO**
- Muebles y electrodomésticos: \$350.000 **ACTIVO**
- Bicicletas para alquiler: \$100.000 **ACTIVO**
- Caja en efectivo: \$25.000 **ACTIVO**
- Cuenta bancaria: \$40.000 **ACTIVO**
- Cuentas a cobrar por reservas ya tomadas: \$60.000 **ACTIVO**
- Deudas con proveedores: \$90.000 **PASIVO**
- Préstamo bancario pendiente: \$400.000 **PASIVO**
- Sueldos a pagar: \$70.000 **PASIVO**
- Aportes de los socios fundadores: \$2.500.000 **PATRIMONIO**
- Resultados acumulados: \_\_\_\_\_ (hallar) **PATRIMONIO**

#### Actividad:

1. Clasificar cada ítem como *activo*, *pasivo* o *patrimonio*. Hallar el monto de resultados acumulados. Hallar el monto total del Activo, Pasivo y Patrimonio.

**Activo** = \$4.075.000

**Pasivo** = \$560.000

**Patrimonio** = Activo - Pasivo = \$4.075.000 - \$560.000 = **\$3.515.000**

- Aportes socios: \$2.500.000
- **Resultados acumulados**= 3.515.000 - 2.500.000 = **1.015.000**

2. Reflexionar: ¿Qué tan saludable parece ser la situación financiera de la hostería?

La hostería parece estar financieramente saludable, con un patrimonio neto que supera ampliamente al pasivo (bajo nivel de endeudamiento). Esto indica que está financiada en su mayoría con capital propio.

## Ejercicio 2: Identificación de Estrategias de Marketing – Caso de Empresa Turística

La agencia "Ecotour" se especializa en turismo rural y ecológico. Para lanzar su nuevo paquete "Escapada Verde" —un fin de semana en una chacra agroecológica con actividades para toda la familia— decidieron implementar una serie de acciones de marketing:

1. En su sitio web y redes sociales, ofrecen un descuento del 20% para reservas realizadas antes de una fecha determinada. Además, los primeros 30 compradores recibirán un set de productos orgánicos como regalo de bienvenida.
2. Organizan un evento en la chacra: un "día de campo" gratuito para medios de comunicación, influencers de turismo y sostenibilidad, y familias de la zona. El objetivo es que conozcan el lugar, compartan su experiencia en redes y generen contenido espontáneo.
3. Publican en sus redes sociales testimonios reales de turistas que ya probaron el paquete piloto, con videos donde muestran las instalaciones, las actividades (cosecha, taller de pan casero) y momentos en familia.
4. En alianza con la intendencia local, presentan el paquete como parte de una iniciativa de promoción de la economía circular. Aparecen en una nota en el diario regional explicando su compromiso con el desarrollo local.

### Actividad:

1. Identifiquen al menos dos estrategias de *promoción de ventas* que utilizó "Ecotour".

### Promoción de ventas:

- Descuento por reserva anticipada → incentivo económico a corto plazo.
  - Obsequio de productos orgánicos a los primeros compradores → recompensa inmediata que estimula la compra rápida.
2. Identifiquen al menos dos estrategias de *relaciones públicas*.

### Relaciones públicas:

- Evento gratuito para medios e influencers → publicity, ya que busca cobertura espontánea y credibilidad sin costo publicitario.

- Nota en diario regional con enfoque en sostenibilidad → relaciones con la comunidad y gestión de imagen institucional.
  - Testimonios de clientes → estrategia de comunicación corporativa orientada a generar confianza a través de terceros.
3. Justifiquen por qué cada acción corresponde a una categoría u otra.
  4. ¿Qué otras acciones podrían implementar para seguir posicionando el producto?

### **Ejercicio 3: Promoción de Ventas y Relaciones Públicas**

*La agencia de viajes "TurisNorte" lanza un nuevo paquete turístico para Semana de Turismo: 3 días en Termas del Daymán, con traslado, alojamiento y entradas a parques incluidos. Sin embargo, otras agencias ofrecen opciones similares.*

#### **Actividad:**

1. Diseñar una **promoción de ventas creativa** que ayude a diferenciar el producto.  
  
Ejemplos: 2x1 para niños, sorteo de un upgrade a cabaña premium, paquete familiar con 50% de descuento para el 2º niño, sorteo de una cena gratis, etc.
2. Crear una breve **acción de relaciones públicas** para aumentar la visibilidad y generar confianza.  
  
Ejemplos: Invitar a una influencer local a vivir la experiencia del paquete y compartirlo en redes.
3. ¿Cómo impactarían estas medidas en el posicionamiento de la empresa?