

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**Centro de Investigaciones y Estudios de Posgrado**

**ESPECIALIDAD EN VALUACION INMOBILIARIA**



**“Avalúo Especializado,  
Hotel de Gran Turismo”**

TESINA PARA OBTENER LA ESPECIALIDAD EN:

**VALUACION INMOBILIARIA**

PRESENTA: LA

**ING. JAQUELINE ODETTE GONZALEZ PEREZ**



Ciudad Universitaria, D.F.

Septiembre 2007





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

---

# **“Avalúo Especializado, Hotel de Gran Turismo”**

Tesis que para obtener el Diploma de Especialización en:

**VALUACION INMOBILIARIA**

QUE PRESENTA

**JAQUELINE ODETTE GONZALEZ PEREZ**

**Centro de Investigaciones y Estudios de Posgrado**

**Facultad de Arquitectura. UNAM.**

2007

---

Director de Tesina:

**Arq. Lorenzo Barragán Estrada**

Sinodales Propietarios:

**Arq. Daniel Silva Troop**

**Ing. Juan Antonio Gómez Velásquez**

Sinodal Suplentes:

**Arq. Alfonso Luís Pénela Quintanilla**

**Arq. Mauricio Gutiérrez Armenta**

---

Gracias Señor..... por todo lo que he recibido;

Al amor de mi vida Michael, por ser como eres, caminar siempre a mi lado en todas las travesías de nuestra vida, por todo el apoyo y comprensión que me brindas cada día, aún cuando esto signifique sacrificio del tiempo a la vida familiar. Love you always.

---

A las maravillosas Princesas que iluminan mi vida Desiree, Brittany y Chelsea a quienes robe gran parte del tiempo que como madre me demandaban. Mi amor hacia ustedes es la fuerza invisible que me impulsa a seguir adelante cada día, las Amo.

Con cariño a mis Padres, por sus palabras de aliento así como su apoyo incondicional en cada momento de mi vida, y acoger con ternura a mis hijas dándome la tranquilidad de saber que están en las mejores manos, así como el gran amor que nos brindan cada día.

Con enorme aprecio y agradecimiento a mis amigos y compañeros, con los que compartí la enorme aventura del conocimiento. Por brindarme su apoyo, amistad e inolvidables momentos los que disfrute enormemente y siempre guardare en mi corazón.

---

Agradezco a Banco Nacional de México y a mis directivos, el apoyo e integración a este proyecto de desarrollo profesional y personal, a los maestros por compartir sus experiencias y conocimientos, así como aquellos amigos que generosamente me prestaron su atención guiándome y motivándome para concluir esta labor, .....Gracias.

---

# Tabla de Contenido

<b>Tabla de Contenido</b>	<b>7</b>
<b>Introducción:</b>	<b>8</b>
<i>Exposición de motivos:</i>	8
<i>Antecedentes del turismo:</i>	9
<b>Plan de Trabajo.</b>	<b>12</b>
<b>CAPITULO I.- Antecedentes Históricos</b>	<b>13</b>
1.1.- <i>Antecedentes Históricos:</i>	13
1.2.- <i>Productos Turísticos:</i>	14
1.3.- <i>Tipología de productos Turísticos.</i>	14
1.4.- <i>Efectos de Turismo.</i>	15
<b>CAPITULO II Características de los Hoteles y sus Estrellas</b>	<b>18</b>
2.1.- <i>Tipos de Hoteles.</i>	18
2.2.- <i>Características de las cadenas Hoteleras.</i>	19
2.3.- <i>Características de las Estrellas en los hoteles</i>	20
<i>Lineamientos del reglamento de zonificación para hoteles</i>	22
2.4.- <i>Localización.</i>	26
2.5.- <i>Ubicación.</i>	27
<b>CAPITULO III Características de la zona de ubicación.</b>	<b>29</b>
3.1.- <i>Centro de Playa objetivo del tema de este documento.</i>	29
3.2.- <i>Características físicas de la ubicación del hotel objeto de este estudio.</i>	31
3.3.- <i>Centros Turísticos</i>	32
3.4.- <i>Gastronomía y Artesanías</i>	32
3.5.- <i>Zona Federal Marítimo Terrestre</i>	32
3.6.- <i>Indicadores de Competitividad en el Sector Hotelero</i>	35
3.7.- <i>Focos de Máximo Turismo en la zona de influencia.</i>	39
3.8.- <i>Actividad Económica en la zona de influencia.</i>	44
<b>CAPITULO IV Enfoques de Valuación</b>	<b>46</b>
4.1.- <i>Historia de la Valuación</i>	46
4.2.- <i>Que es un Avalúo</i>	46
4.3.- <i>Avalúo de un inmueble como Activo Fijo</i>	46
4.4.- <i>Avalúo de un proyecto de inversión</i>	47
4.5.- <i>Avalúo de un Negocio en Marcha</i>	48
<b>CAPITULO V Avalúo del Inmueble Propuesto</b>	<b>49</b>
5.1.- <i>Características del Hotel Gran Turismo</i>	49
5.2.- <i>Descripción del Hotel en Estudio</i>	50
5.3.- <i>Avalúo del Hotel en Estudio</i>	53
<b>Conclusiones.-</b>	<b>60</b>



---

## Introducción:

### **Exposición de motivos:**

---

La aplicación de la valuación profesional es prácticamente una disciplina nueva, que se inicio en nuestro País hace menos de 30 años<sup>1</sup>, por lo que se puede decir que los criterios, sistemas y normatividad en la materia están en franca formación y desarrollo. De aquí surge la intención de contribuir con este documento al enriquecimiento de los métodos de análisis valuatorios aplicables a aquellos inmuebles que no son valuados frecuentemente, por lo tanto, son avalúos de bienes que no se realizan cotidianamente como lo son los destinados a: vivienda, terrenos urbanos, locales comerciales, bodegas, industrias etc.

Un avalúo de suma importancia por los montos que representa, pero poco conocido, es el de un inmueble con uso de Hotel, debido a que no se trata de bienes de intercambio común pero que financieramente involucran a grandes inversiones y trascienden de forma importante en los ámbitos económicos y sociales de un país.

Considerando lo anterior el avalúo va dirigido a solucionar los requerimientos de la gerencia de cualquier empresa, el avalúo de una empresa comercial supone la expresión del valor de un negocio en marcha en el mercado, incluyendo los activos tangibles (inmuebles, muebles etc.) e intangibles (marcas de fabrica, patentes, convenios, licencias etc.)

En este tipo de inmuebles lo más común es valuarlos en el potencial de rentabilidad de la empresa es decir como negocio en marcha.

Los avalúos como negocio en marcha son requeridos para aumentos o modificaciones de capital de la empresa, para prospectos promocionales, para la

---

<sup>1</sup> Aproximadamente la fecha que iniciaron las especialidades y maestrías en valuación en nuestro país

---

colocación de acciones u obligaciones en el mercado de valores, para la planificación y gestión financiera, para transacciones entre compañías, etc.

Los avalúos de activos fijos son básicos en demandas legales iniciadas por accionistas, disolución de sociedades, expropiaciones de separación de bienes en divorcios; en general en experticias y peritajes judiciales. El valor de activos fijos se convierte en un factor importante a considerar en el inmueble a valorar.

De aquí surge la inquietud de desarrollar la metodología aplicable para la elaboración del avalúo de un Hotel, que aporte criterios y lineamientos para determinar el valor físico de un inmueble y con este uso específico, así como crear un documento de consulta para los profesionales y estudiantes del ramo valuatorio, debido al poco acervo documental de avalúos de inmuebles de este tipo.

### **Antecedentes del turismo:**

---

Después de que el turismo llegó a América Latina, muchas ciudades tradicionales experimentaron procesos de transformación que modificaron totalmente su aspecto y su estructura, no siempre para bien. En algunos casos no consideraron su infraestructura existente así como la necesaria para su desarrollo.

Otras zonas turísticas, nacieron de la nada, la mayor parte producto de lotificaciones que emprendió la actividad privada, generalmente en terrenos al borde de playas con destino turístico. Bastante después en la década de los setenta, algunos gobiernos iniciaron la construcción de pocos centros turísticos previamente planificados. Los centros turísticos son los elementos del sistema donde se produce la mayor aglomeración de equipamiento y concentración de turistas simultáneos.

Hoy este proceso parece no tener fin, no tanto porque se estén abriendo nuevos frentes turísticos, sino porque los desarrollos existentes continúan creciendo sin que se conozca cual va a ser su límite. Incluso algunos centros turísticos planificados han desbordado al tamaño previsto en su concepción original.

En la planeación de un desarrollo turístico lo primero que hay que distinguir respecto al medio físico es si el lugar en el cual se piensa realizar el proyecto pertenece al

---

espacio natural o urbano. Si el espacio es natural deben estudiarse las siguientes subvariables:

Importancia del sitio:

Clima

Condiciones Geográficas

Limitaciones Ecológicas

Actividades Posibles

El atributo del sitio queda determinado por la categoría y jerarquía del atractivo de base así como por las características paisajistas del lugar o lugares donde podría ubicarse el proyecto. El análisis de las particularidades que definen el atractivo de base del turismo, así como su jerarquía en deseabilidad de visita por parte de los turistas debe realizarse aunque el proyecto no se localice exactamente en él sitio, dado que es la principal causa que motiva un viaje turístico y de nada valdría pretender construir un hotel de cinco estrellas o gran turismo. Dado lo cual, el estudio de las condiciones climáticas y de servicios es mucho mas importante de lo que se supone, porque sirve para determinar si un proyecto cumple con los requisitos técnicos que requiere para su funcionamiento.

Esta actividad turística, cada vez se convierte en un renglón muy importante para el crecimiento del país así como en un reto para todas aquellas actividades involucradas en su desarrollo, incluyendo la actividad valuatoria.

Todavía no hace muchos años la valuación se venía practicando con criterios y metodologías que pretendían representar el potencial de aprovechamiento de los inmuebles conforme a las circunstancias que prevalecieron en tiempos antiguos, con limitaciones metodológicas y científicas. Ahora, se tiene conciencia de que el aprovechamiento del inmueble depende del uso y su densidad permitida, la intensidad de construcción autorizada por los planes directores de desarrollo urbano y la legislación vigente respecto del impacto ambiental. Ya no basta el valor comercial como resultante de una investigación buena o mala de mercado, ahora es imprescindible conocer el potencial de aprovechamiento, así como su apego al ordenamiento urbano y ecológico.

---

En la actualidad se analiza la infraestructura existente en la zona y se aplica un factor comercial que generalmente atienden al grado de experiencia y sentido común de quien realiza el avalúo.

Por lo anterior se aplican técnicas y herramientas que permiten analizar los factores que influyen en la conclusión del valor de los bienes, llegando a conclusiones de valor objetivas y sostenibles y con un alto grado de certidumbre al fundamentar los valores concluidos, para lo cual es necesario que toda la información se exprese de forma clara y precisa para servir de soporte numérico a los datos empleados. Cabe mencionar que este tipo de avalúos se rigen bajo el Principio de Transparencia.

Como apoyo a lo indicado en la exposición de motivos de este documento, se considera este tema por demás útil, práctico, actual y de interés público, así como oportuno, a efecto de localizar de manera equitativa y fundamentada el valor físico de inversión del inmueble como un activo fijo, en función de su participación en el negocio inmobiliario. De lo anterior es que se estudia y analiza un inmueble de estas características basado en el “Método Físico o de Costos”, cuyo tema se denomina:

### **“Avalúo Especializado, Hotel “Gran Turismo”**

---

## Plan de Trabajo.

**Capítulo I.-** Revisamos los antecedentes del turismo, la historia del turismo, a fin de conocer los productos turísticos, así como su tipología, y los efectos del turismo

**Capítulo II.-** Se describen los tipos de hoteles, las características de las cadenas hoteleras, las características de las estrellas en los hoteles así como los lineamientos y el reglamento de zonificación del estado, sin dejar de tomar en cuenta la importancia de su localización y ubicación.

**Capítulo III.-** En el se desarrollan las características de los centros de playa, las características físicas de su ubicación, los centros turísticos, la gastronomía y artesanía de la zona de influencia, las características de la concesiones de la zona federal marítimo terrestre, los indicadores de competitividad en el sector hotelero, información de la afluencia de turismo, los focos de máximo interés en la zona de influencia, así como su actividad económica.

**Capítulo IV.-** Se aborda directamente en el tema de valuación, historia de la valuación, que es un avalúo, avalúo de un activo fijo, avalúo de un proyecto de inversión, avalúo de un negocio en marcha.

**Capítulo V.-** Este capítulo es propiamente al avalúo del inmueble en donde se describen las características de los hoteles Gran Turismo, la descripción del hotel en estudio concluyendo con el avalúo del inmueble, con la finalidad de establecer un marco teórico de referencia que es el que motiva el desarrollo del presente trabajo recepcional.

---

# CAPITULO I.- Antecedentes Históricos

## 1.1.-Antecedentes Históricos:

---

El turismo como desarrollo económico propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya finalidad eran: el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares, etc. Estos desplazamientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros. Los primeros alojamientos fueron simples cobertizos que los comerciantes instalaban dentro o cerca de la plaza, o en lugares públicos de relevancia; en ocasiones se hospedaban a huéspedes distinguidos.

**Edad Antigua:** Durante el imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales, eran asiduos de grandes espectáculos y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa <sup>2</sup>

**Edad Media:** Durante la edad media hay en un primer momento un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica consiguiente.

**Edad Moderna:** Es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba a los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito (cada vez más numerosos) se hacía imposible alojar a todos en el palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

**Edad Contemporánea:** Ya con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En estos años se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hoteleras.

---

<sup>2</sup> Información en enciclopedia wikipedia.org

---

El turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

### **1.2.-Productos Turísticos:**

---

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas características principales son:<sup>3</sup>

- Se consume a la vez que se produce
- Es subjetivo
- Es rígido en su oferta
- No se puede probar ni devolver
- Al contratarlo se adquiere un derecho
- Implica un contacto estrecho con el cliente

### **1.3.- Tipología de productos Turísticos.**

---

- Turismo de Masas: También llamado de sol y playa. Es el más convencional, pasivo y estacional.
- Turismo Cultural: Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo.
- Turismo Natural: Basado en el contacto con la naturaleza.
- Turismo Activo: Se realiza en espacios naturales, está relacionado estrechamente con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.
- Turismo de Negocios: Vinculado a viajes de negocio

---

<sup>3</sup> Información en enciclopedia wikipedia.org

---

#### **1.4.- Efectos de Turismo.**

---

El efecto turístico mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole.

Son muy relevantes debido al nivel de negocio que representan. Estos flujos económicos debidos al turismo afectan en términos macroeconómicos tanto en las zonas emisoras como en las receptoras.

**Efectos económicos:** La demanda turística depende sobre todo de la fuerte situación económica de los países avanzados.

**Empleo.-** El turismo requiere considerablemente de mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados.

**Producción.-** El turismo supone en los países eminentemente turísticos un peso específico elevado en su PIB (turismo receptos).

**Presión Inflacionista.-** Al incrementarse los precios en la temporada alta en los núcleos receptores, automáticamente afecta a toda la población de la zona.

**Distribución de la renta.-** El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador puesto que al generar empleo disminuyen en cierta medida las diferencias económicas entre la población.

**Tasa de cambio.-** El Valor internacional del mercado de divisas tiene una incidencia directa sobre el turismo, pues una bajada o subida de las diferentes divisas repercute positiva o negativamente en el número de turistas en las distintas zonas.

**Fiscales.-** Se construyen macro-complejos turísticos de los cuales el estado cobrará impuestos de estas millonarias inversiones inmobiliarias.

**Sobre la balanza de pagos.-** Los países receptores exportan turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación solo que consumido en el lugar de producción.



---

**Inversiones públicas.-** El desarrollo de las zonas turísticas crea inversiones por parte de las Administraciones Públicas en infraestructura (aeropuertos, carreteras,...) para adecuar la oferta turística a la demanda.

**Efectos culturales:** El turismo pone en contacto a diferentes culturas: la local o receptora con la foránea o emisora. Esto supone un intercambio de pautas de conducta, formas de vida, hábitos de diversas índole (gastronómicos, lingüísticos, estéticos, etc.).

**Alteración de las estructuras sociales.-** En la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde afuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población anfitriona, como su sistema social, tienen que adaptarse.

**Aculturación.-** El modelo de la aculturación puede aplicarse al contacto entre turistas y anfitriones.

**Mejor conocimiento de otras sociedades y mentalidades.-** Por lo tanto mayor tolerancia y respeto hacia otras costumbres, lo que evitaría fenómenos racistas y xenófobos.

**Estrecha los lazos de entendimiento entre estados.-** El turismo favorece la paz y el entendimiento plasmado en la firma de convenios de amistad entre países que mantienen relaciones basadas en flujos turísticos.

**Favorece el aprendizaje de idiomas extranjeros.-** No solo los turistas que viajan intentan aprender el idioma del país al que van, sino que en el país receptor se hacen esfuerzos por aprender la lengua de los países emisores para atender mejor los turistas y ser mas competitivos en el mercado.

**Efectos en las industrias artesanales.-** El turismo da lugar a la comercialización de artesanías a través de tiendas de curiosidades y souvenir a menudo de fabricación no indígena.

**Efectos sociopolíticos.-** El Turismo es una actividad económica más, por lo que existe un control público en materia fiscal y de seguridad.

---

El Turismo sustentable se yergue como una posibilidad responsable para la expansión y la subsistencia de este sector, segunda fuente de ingresos para nuestro país. Propone el bienestar y el progreso de los más en el largo plazo, así como la conservación de los ecosistemas, contra el enriquecimiento de los menos y el agotamiento de los recursos naturales en corto plazo.

Como uno de los mayores generadores de ingresos a nivel mundial, y dado su fuerte impacto en los planos ambiental, cultural y social, el turismo se encuentra íntimamente ligado a los objetivos y compromisos del desarrollo sustentable.

En resumen se puede definir al sector hotelero como una industria sin chimeneas que debidamente administrado genera riqueza y progreso en las zonas en que se establece, de allí la importancia de abordar este tema, por demás interesante, sugestivo y retador.

---

## CAPITULO II Características de los Hoteles y sus Estrellas

### 2.1.- Tipos de Hoteles<sup>4</sup>.

---

**Hoteles de ciudad o urbanos.-** Son los hoteles situados en las ciudades, normalmente en los centros históricos, zonas comerciales o de negocios.

**Hoteles de aeropuerto.-** Están situados en las proximidades de los principales aeropuertos, especialmente cuando éstos están alejados de los centros urbanos a los que sirven.

**Hoteles de playa.-** Están situados en las proximidades de las principales playas.

**Hoteles de naturaleza.-** Están situados en las proximidades de parajes naturales de interés como parques naturales, reservas y áreas protegidas.

**Hoteles-apartamentos.-** Son aquellos establecimientos que por su estructura y servicio disponen de la instalación adecuada para la conservación, instalación y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento.

**Albergues turísticos.-** Establecimiento hotelero que atiende al turismo durante estancias cortas que suelen ser entre varios días y varias semanas.

**Hoteles familiares.-** Son establecimientos de tamaño pequeño que se caracteriza por una gestión familiar para viajeros.

**Hoteles posadas.-** Establecimiento para viajeros que proporciona servicios de restauración y alojamiento.

**Hoteles-monumento.-** Se encuentran ubicados en edificios de interés cultural.

---

<sup>4</sup> Información en enciclopedia wikipedia.org

---

**Hoteles-balnearios.-** Situados dentro de las instalaciones de baños públicos o medicinales.

**Moteles.-** Son aquellos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamiento de departamentos con garaje y entrada independiente para corta estancia.

**Hoteles-clubs.-** Son los que se encuentran en instalaciones de uno o varios clubes nocturnos de cierta importancia.

**Hotel de paso u hotel alejamiento.-** Son los que rentan cuartos, generalmente para que se alojen los clientes unas cuantas horas.

**Hoteles-casino.-** Se caracterizan por su oferta de juego en sus propias instalaciones.

**Hoteles gastronómicos.-** La oferta gastronómica es la característica principal del establecimiento.

**Hoteles deportivos.-** Se caracteriza por su orientación a la práctica de determinados deportes.

**Hoteles de montaña.-** Situados en la montaña.

**Hoteles de temporada.-** También llamados hoteles estacionales.

**Hoteles rústicos.-** Situados en terrenos rústicos o rurales.

**Hoteles boutique-** Ofrecen servicios e instalaciones excepcionales y personalizados.

## **2.2.- Características de las cadenas Hoteleras<sup>5</sup>.**

---

Las cadenas hoteleras son aquel conjunto de empresas agrupadas, en forma de concentración horizontal, con distintas fórmulas de propiedad y de gestión cuya

---

<sup>5</sup> Información en enciclopedia wikipedia.org

---

finalidad es la de obtener una mayor rentabilidad, una situación de poder, control y prestigio en el mercado nacional e internacional.

Las principales características de las diferentes clases de cadenas son:

- a.- Cadena formada por hoteles nacionales propios.
- b.- Cadena internacional formada por hoteles propios situados en varios países.
- c.- Cadena formada por hoteles propios y hoteles adheridos.
- d.- Cadena formada por hoteles propiedad de particulares, pero gestionados y administrados bajo la firma de una cadena.
- e.- Cadenas de hoteles gestionados a base de franquicias.

Los grandes empresarios son el eje de las cadenas hoteleras.

Los hoteles ofrecen servicios de alojamiento y restaurante básicamente, aunque dependiendo del tipo de hotel pueden ofertar también alquiler de sala de reuniones, banquetes o servicios de animación, siempre remunerado.

### **2.3.- Características de las Estrellas en los hoteles**

---

Un Hotel es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente, que permite a los viajeros, alojarse durante sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y a guarderías.

Clasificación de los hoteles en categorías según el grado de confort y el nivel de servicios que ofrecen:<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> vallartaonline.com

---

## CATEGORIA DE LOS HOTELES SEGÚN CONFORT

Número	Sistema de vocablos descriptivos	Sistema de Letras	Sistema de Estrellas
1	De Lujo	AA	*****
2	Superior de primera	A	****
3	Ordinario de Primera	B	***
4	Superior de Turistas	C	**
5	Ordinario de Turista	D	*

- a.- Estrellas (de 1 a 5)
- b.- Letras (de E a A)
- c.- Clases (de la cuarta a la primera)
- d.- Diamantes y "World Tourism".

Estas clasificaciones son exclusivamente nacionales, el confort y el nivel de servicios pueden variar de un país a otro para una misma categoría y se basan en criterios objetivos: amplitud de las habitaciones, cuarto de baño, televisión, piscina, etc.

**Tres Estrellas.**- Son hoteles que ofrecen amplias habitaciones decoradas y equipadas con lo básico (pequeñas televisiones, aire acondicionado y baño privado. Tienen prácticos y sencillos lobbies).

**Cuatro Estrellas.**- La mayoría son grandes hoteles con prácticas áreas de recepción. El nivel de servicios y hospedaje está arriba del promedio y las habitaciones son cómodas y bien equipadas.

**Cinco Estrellas.**- Hoteles que ofrecen un alto nivel de servicio y hospedaje que ofrecen la intimidad y elegancia que en algunos grandes no se hallan tan fácilmente. El trato y la atención son personales.

**Gran Turismo.**- Grandes resorts que ofrecen el más alto nivel en servicios de hospedaje. Las habitaciones están equipadas con muebles y ropa de cama de gran calidad. El trato y la atención son personales, un concierge asiste en todo momento.

**Lujo.**- Estos Hoteles son íntimos y exclusivos con el más alto nivel en servicios y hospedaje. Son pequeñas propiedades con gusto refinado. Las habitaciones están equipadas con muebles y ropa de cama de alta calidad y el trato y la atención son personales; un concierge asiste en todo momento.

Tabla de clasificación de los hoteles según los servicios ofrecidos. <sup>7</sup>

TABLA DE SERVICIOS OFRECIDOS POR CATEGORIA											
Servicio	Gran turismo					Servicio	Gran turismo				
	5º	4º	3º	2º	1º		5º	4º	3º	2º	1º
Recepción	x	x	x	x		Servicio médico	x	x	x	x	x
Vestíbulo	x	x	x	x		Cajas ind. Seguridad	x	x	x		
Estacionamiento	x	x	x	x		Cajas seguridad general				x	x
Hab. Priv. Amplia	x	x				Cambio de moneda	x	x	x	x	x
Hab. Priv. Mediana			x	x		Sistema reservaciones	x	x	x	x	
Hab. Priv. Pequeña					x	Servicio de correo	x	x	x	x	x
Closet en habitación	x	x	x	x	x	Restaurante de especialidades	x				
Baño en habitación	x	x	x	x	x	Restaurante-cafetería	x	x	x	x	x
Mobiliario sencillo					x	Bar	x	x	x		
Mobiliario comercial			x	x		Centro nocturno o similar	x				
Mobiliario exclusivo	x	x				Salón de banquetes y convenciones	x	x	x		
Aire acondicionado	x	x	x	x		Alberca	x	x	x		
Televisor	x	x	x	x	x	Gimnasio	x				
Antena parabólica, cable	x	x	x			Cancha de tenis	x	x			
Teléfono en habitación	x	x	x	x		Área de juegos de mesa o infantiles	x	x			
Teléfono general					x	Locales comerciales	x	x	x		
Servicio discapacitados	x	x				Agencia de viajes	x	x			
Lavandería y tintorería	x	x	x			Servicio a cuartos	x	x			
Niñera	x	x									

### Lineamientos del reglamento de zonificación para hoteles

Se transcribe parte del reglamento de zonificación del estado, aplicable a este tipo de inmuebles.

<sup>7</sup> Enciclopedia Plazola Hotel pag. 394

**Lineamientos de terrenos y construcciones de acuerdo al reglamento de zonificación del estado<sup>8</sup>:**

Aun cuando el inmueble se encuentra ubicado en Nuevo Vallarta, Nayarit, para efectos de su construcción se utiliza el del estado de Jalisco debido a su cercanía a Puerto Vallarta, Jalisco

Artículo 39.- Los predios o terrenos y las edificaciones construidas en las zonas turísticas campestres, tipo TC, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes lineamientos: La densidad máxima será de 20 habitantes por hectárea, lo que representa 4 viviendas por hectárea; La superficie mínima del lote será de 1,600 metros cuadrados, sin que pueda dividirse en fracciones menores; El frente mínimo del lote a la vía pública o a áreas comunes será de 40 metros lineales; El índice de edificación será de 1,600 metros cuadrados por vivienda; El coeficiente de ocupación del suelo no será mayor de 0.25 y, consecuentemente, la superficie edificable no deberá ocupar más del 25 por ciento de la superficie total del lote; El coeficiente de utilización del suelo no deberá ser superior a 0.5 y, por tanto, la superficie construida máxima no excederá al 50 por ciento de la superficie total del lote; La altura máxima de las edificaciones será la que resulte de aplicar los coeficientes de ocupación y utilización del suelo; Se deberá tener dentro del lote un área de estacionamiento con capacidad mínima para cuatro automóviles;

La restricción frontal será de diez metros, en esta superficie se deberá tener un mínimo del 80 por ciento como área jardinada;

Las restricciones laterales serán de cinco metros en todas las colindancias laterales, esta superficie será totalmente jardinada;

La restricción posterior será de cinco metros; en esta superficie la construcción, incluyendo las bardas perimetrales no deberán tener una altura mayor a tres metros; El modo de edificación será abierto.

Artículo 40.- Los predios o terrenos y las edificaciones construidas en las zonas turístico-hoteleras densidad mínima, tipo TH-1, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes lineamientos:

La densidad máxima será de 15 cuartos por hectárea, entendiéndose por cuarto una unidad de alojamiento con dos camas y baño;

La superficie mínima del lote será de 10,000 metros cuadrados, sin que pueda dividirse en fracciones menores;

El frente mínimo del lote a la vía pública o a áreas comunes será de 70 metros lineales;

El coeficiente de ocupación del suelo no será mayor de 0.15 y, consecuentemente, la superficie edificable no deberá ocupar más del 15 por ciento de la superficie total del lote;

El coeficiente de utilización del suelo no deberá ser superior a 0.3 y, por tanto, la superficie construida máxima no excederá al 30 por ciento de la superficie total del lote;

La altura máxima de las edificaciones será de 11 metros en edificaciones con techo plano, ó 14 metros a la cumbre en edificaciones con cubiertas inclinadas; en terrenos en pendiente la altura se determina a partir de la intersección del perfil natural del terreno con el paramento edificado de mayor altura, hasta la cumbre del techo inclinado ó al pretil del techo plano;

---

<sup>8</sup> Reglamento de zonificación del estado de Jalisco



Se deberá tener dentro del lote un área de estacionamiento con capacidad mínima especificada en el cuadro 7 (un cajón por cada 50m<sup>2</sup> construidos), según el tipo de actividad a desempeñar;

La restricción frontal será de diez metros, en esta superficie se deberá tener un mínimo del 80 por ciento como área jardinada;

Las restricciones laterales serán de cinco metros en todas las colindancias laterales, esta superficie será totalmente jardinada;

La restricción posterior será de 10 metros, en esta superficie la construcción, incluyendo las bardas perimetrales no deberán tener una altura mayor a tres metros; y el modo de edificación será abierto.

Artículo 41.- Los predios o terrenos y las edificaciones construidas en las zonas turístico-hoteleras densidad baja, tipo TH-2, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes lineamientos:

La densidad máxima será de 30 cuartos por hectárea, entendiéndose por cuarto una unidad de alojamiento con dos camas y baño;

La superficie mínima del lote será de 7,500 metros cuadrados, sin que pueda dividirse en fracciones menores;

El frente mínimo del lote a la vía pública o a áreas comunes será de 50 metros lineales;

El coeficiente de ocupación del suelo no será mayor de 0.2 y, consecuentemente, la superficie edificable no deberá ocupar más del 20 por ciento de la superficie total del lote;

El coeficiente de utilización del suelo no deberá ser superior a 0.6 y, por tanto, la superficie construida máxima no excederá al 60 por ciento de la superficie total del lote;

La altura máxima de las edificaciones será de 11 metros en edificaciones con techo plano, ó 14 metros en edificaciones con cubiertas inclinadas; en terrenos en pendiente la altura se determina a partir de la intersección del perfil natural del terreno con el paramento edificado de mayor altura, hasta la cumbrera del techo inclinado ó al pretil del techo plano;

Se deberá tener dentro del lote un área de estacionamiento con capacidad mínima especificada en el cuadro 7 (un cajón por cada 50m<sup>2</sup> construidos), según el tipo de actividad a desempeñar;

La restricción frontal será de diez metros, en esta superficie se deberá tener un mínimo del 80 por ciento como área jardinada;

Las restricciones laterales serán de cinco metros en todas las colindancias laterales, esta superficie será totalmente jardinada;

La restricción posterior será de 10 metros, en esta superficie la construcción, incluyendo las bardas perimetrales no deberán tener una altura mayor a tres metros; El modo de edificación será abierto.

Artículo 42.- Los predios o terrenos y las edificaciones construidas en las zonas turístico-hoteleras densidad media, tipo TH-3, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes lineamientos:

La densidad máxima será de 60 cuartos por hectárea, entendiéndose por cuarto una unidad de alojamiento con dos camas y baño;

La superficie mínima del lote será de 5,000 metros cuadrados, sin que pueda dividirse en fracciones menores;

El frente mínimo del lote a la vía pública o a áreas comunes será de 40 metros lineales;

El coeficiente de ocupación del suelo no será mayor de 0.25 y, consecuentemente,

la superficie edificable no deberá ocupar más del 25 por ciento de la superficie total del lote;

El coeficiente de utilización del suelo no deberá ser superior a 1.0 y, por tanto, la superficie construida máxima no excederá al 100 por ciento de la superficie total del lote;

La altura máxima de las edificaciones será la que resulte de aplicar los coeficientes de ocupación y utilización del suelo, exceptuando aquellas zonas en que a juicio de la Dependencia Municipal deban señalarse límites máximos y mínimos, los que deberán especificarse dentro del Plan Parcial;

Se deberá tener dentro del lote un área de estacionamiento con capacidad mínima especificada en el cuadro 7 (un cajón por cada 50m<sup>2</sup> construidos) , según el tipo de actividad a desempeñar;

La restricción frontal será de cinco metros, en esta superficie se deberá tener un mínimo del 80 por ciento como área jardinada;

Las restricciones laterales serán de tres metros en todas las colindancias laterales, esta superficie será totalmente jardinada;

La restricción posterior será de 10 metros, en esta superficie la construcción, incluyendo las bardas perimetrales no deberán tener una altura mayor a tres metros; El modo de edificación será abierto.

Artículo 43.- Los predios o terrenos y las edificaciones construidas en las zonas turístico-hoteleras densidad alta, tipo TH-4, estarán sujetas al cumplimiento de los siguientes lineamientos:

La densidad máxima será de 100 cuartos por hectárea, entendiéndose por cuarto una unidad de alojamiento con dos camas y baño;

La superficie mínima del lote será de 3,000 metros cuadrados, sin que pueda dividirse en fracciones menores;

El frente mínimo del lote a la vía pública o a áreas comunes será de 30 metros lineales;

El coeficiente de ocupación del suelo no será mayor de 0.3 y, consecuentemente, la superficie edificable no deberá ocupar más del 30 por ciento de la superficie total del lote;

El coeficiente de utilización del suelo no deberá ser superior a 1.2 y, por tanto, la superficie construida máxima no excederá al 120 por ciento de la superficie total del lote;

La altura máxima de las edificaciones será la que resulte de aplicar los coeficientes de ocupación y utilización del suelo, exceptuando aquellas zonas en que a juicio de la Dependencia Municipal deban señalarse límites máximos y mínimos, los que deberán especificarse dentro del Plan Parcial;

Se deberá tener dentro del lote un área de estacionamiento con capacidad mínima especificada en el cuadro 7 (un cajón por cada 50m<sup>2</sup> construidos) , según el tipo de actividad a desempeñar;

La restricción frontal será de cinco metros, en esta superficie se deberá tener un mínimo del 70 por ciento como área jardinada;

Las restricciones laterales serán de tres metros en todas las colindancias laterales, esta superficie será totalmente jardinada;

La restricción posterior será de 10 metros, en esta superficie la construcción, incluyendo las bardas perimetrales no deberán tener una altura mayor a tres metros;

El modo de edificación será abierto.

---

## **2.4.- Localización.**

---

La valoración económica y el estudio de mercado del lugar, requiere un análisis especializado. Este estudio preverá el futuro de la zona, su grado de comercialidad o desarrollo social, la seguridad del turismo o sus atractivos para el ocio. La significación de la localización varía de acuerdo con la orientación de mercado del proyecto y con la importancia relativa de los servicios que lo componen (restaurante, discoteca, piscina, dormitorios). Además el restaurante o bar pueden ganar en importancia debido a la proximidad de otros atractivos independientes y debe valorarse en este contexto.

El grado de confort de los dormitorios tendrá un nivel acorde con un estudio de su situación. Además la proximidad de otros hoteles o la previsión de futuros hoteles, deben de ser estudiadas como factores de competencia o complementarios. El análisis de mercado del lugar debe de tener en cuenta la disponibilidad de personal y los gastos generales de instalación y mantenimiento como factores afectados por la localización.

Así, el objetivo del análisis de mercado en relación con la localización es:

- Definir los criterios de viabilidad del proyecto
- Perfilar los objetivos primarios del diseño, su categoría y su identidad.
- Establecer limitaciones de costo en precio del terreno, retorno de créditos, costos de construcción y costos de operación.
- Identificar factores significativos afines. En particular, las consecuencias de costos anormales.

Con estas apreciaciones básicas le es posible al diseñador y al Perito Valuador estimar la disposición y potencialidad del emplazamiento elegido.

---

## **2.5.- Ubicación.**

---

Con relación a su ubicación en cuanto al diseño se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- Si el emplazamiento realza o apoya los aspectos primarios de mercado. Accesibilidad para el interés turístico; ambiente adecuado para el ocio; atractivo para las actividades comerciales, etc.
- Si el solar es accesible a los transportes de previsible uso por parte del futuro cliente, por ejemplo: previsión para automóvil privado, acceso al transporte público, comunicaciones con el aeropuerto o terminal marítima, accesibilidad a carreteras, etc.
- Si el emplazamiento tiene condiciones ambientales agradables.
- Si la localización proporciona condiciones de promoción a la imagen del hotel.
- Si existe personal disponible en la zona o si su alojamiento estará proporcionado por el hotel.

Los factores del solar por si mismo incluyen:

- Control legislativo, planeamiento, zonificación, reglamentos, etc.
- Tamaño y forma en relación con la planificación económica de los componentes principales y circulaciones.
- Posibilidad de expansión.
- Orientación y vistas.
- Capacidad portante del terreno y nivel freático del agua.
- Relación de propiedades circundantes, alturas, servidumbres y derechos de paso.
- Posibilidad de inundación y de otros riesgos.

- 
- Servicios disponibles.
  - Precio del suelo a largo plazo según el uso al que se destine.
  - Intereses del suelo y colaboración financiera.

---

## **CAPITULO III Características de la zona de ubicación.**

### **3.1.- Centro de Playa objetivo del tema de este documento<sup>9</sup>.**

---

Los Hoteles de Playa están situados en las proximidades de las principales playas. Su clientela exclusivamente son turistas de turismo masivo gestionado por tour operadores aunque no faltan pequeños establecimientos dedicados a turismo individual. Las estancias suelen ser de varios días.

Estos hoteles en su mayoría pertenecen a grandes cadenas hoteleras que generan ingresos y beneficios para las comunidades donde se construyen.

El programa de centros de playa atiende prácticamente a todas la entidades federativas que cuentan con áreas costeras. La extensión de más de 11 mil kilómetros de litoral han sido uno de los principales espacios del territorio nacional determinante en el desarrollo turístico de México, cuya diversidad en su composición natural, tipo de arena, oleaje, fauna marina y clima crean las condiciones necesarias para garantizar el cumplimiento de las expectativas de los segmentos de mercado que encuentran en el producto turístico de sol y playa, el satisfactor fundamental de su interés de recreación y esparcimiento.

Tanto en el Pacífico, el Mar de Cortés, el Golfo de México y el Mar Caribe, México cuenta con importantes destinos, cada uno con atractivos diferentes que son detonadores de la actividad económica.

Las entidades federativas que están integradas directamente en este programa (Programas regionales de centros de playa de la secretaria de turismo) son: Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa.

---

<sup>9</sup> [www.Sector.gob.mx](http://www.Sector.gob.mx)

---

De manera indirecta también se atiende, ya sea a través de este programa regional o bien de otros como Mundo Maya, Fronteras y ruta de los Dioses, a los siguientes estados: Baja California, Sonora, Quintana Roo, Veracruz y Tamaulipas.

Los desarrollos turísticos se deben planear con una correcta clasificación hotelera (manzanas diseñadas de acuerdo a sus servicios y características) así como su zona habitacional, las cuales en su mayoría quedan planeadas con deficiencias, al no prever la explosión demográfica debida a la multiplicación de empleos generados por el turismo siendo estos: directos, indirectos y complementarios, los cuales se generan por las necesidades del crecimiento de población. Este tipo de desarrollos son generadores de nuevas ciudades debiendo incluir la demanda de tierra con esta finalidad.

La diversidad de los modelos de desarrollo de los destinos conlleva problemáticas diferentes, que hacen necesaria la intervención interinstitucional e intersectorial con el fin de mantenerlos vigentes y, sobre todo, de poner líneas de acción efectivas orientadas al desarrollo sustentable de los mismos.

Con base en lo anterior se debe mantener un vínculo permanente y sistematizado con las autoridades estatales y municipales correspondientes, con el propósito de identificar aspectos que inhiban el desarrollo armónico de este tipo de sitios, proponer alternativas, establecer mecanismos formales de colaboración para atenderlos y estimular su consolidación con base a criterios de sustentabilidad, a efecto de coadyuvar al impacto favorable del desarrollo regional y al crecimiento dinámico de las poblaciones con esta caracterización natural.

Los destinos de playa presentan como principal atracción el producto turístico de sol y playa, para el cual se ha buscado identificar alternativas de diversificación que responda a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje, cuyo interés se ha enfatizado en los mercados deportivos y náuticos; ecoturismo y aventura; negocios; congresos y convenciones.

El análisis del comportamiento de los destinos de playa señala como principales aspectos a atender los siguientes:

- Mejoramiento de imagen urbana en destinos tradicionales.

- 
- Mejoramiento de los niveles de calidad de presentación de los servicios turísticos.
  - Ordenamiento de actividades recreativas.
  - Regulación del comercio informal.
  - Conservación de playas.
  - Acciones integrales de señalización.
  - Accesibilidad aérea.
  - Desarrollo de infraestructura.
  - Programas de promoción y comercialización.
  - Desarrollo equilibrado en vertientes sociales, económicas y ambientales, en un marco sustentable.
  - Tratamiento de desechos sólidos y líquidos.

### **3.2.- Características físicas de la ubicación del hotel objeto de este estudio<sup>10</sup>.**

Bahía de Banderas tiene una extensión territorial de 773.3 km<sup>2</sup> que representan el 2.8% de la superficie del estado de Nayarit.

Su clima es calido subhúmedo, con lluvias en verano de junio a septiembre y la precipitación media anual es de 1,159.2 mm. La temperatura media anual oscila entre los 23.1 °C y 27.8°C. El 90% de los días del año son soleados.

La flora predominante en la zona costera está compuesta de palmeras y manglares; Si bien su fauna es variada, existen algunas especies en peligro de extinción, como son el venado, jabalí, puma o león americano, caimán y guacamaya. Mención aparte merece la ballena jorobada, cuyo apareamiento en la bahía vuelve el lugar un sitio por demás interesante de visitar.

Bahía de Banderas es el polo de desarrollo turístico del estado, en este lugar se concentra el 25.5% de infraestructura turística instalada. Cuenta con 58 hoteles, 75% de los cuales son de categorías de cinco estrellas o gran turismo que ofrecen en

---

<sup>10</sup> e-local.gob.mx/nayarit/municipios



---

conjunto 3,336 habitaciones, el mayor número en la entidad. Concentra la mayor cantidad de visitantes al año, 93% de los cuales son extranjeros.

### **3.3.- Centros Turísticos**

---

Sus principales atractivos son: Las playas de Nuevo Vallarta, Punta de Mita, Bucerías, Destiladeras, Flamings Nayarita, Corral del Risco, Cruz de Huanacastle, Jarretaderas y el Anclote, el desarrollo náutico turístico-residencial de Nuevo Vallarta y algunos mega desarrollos turísticos.

Las actividades que puede desarrollar el turismo son muy variadas, a saber: paseos en lancha, caminatas por las playas, buceo, surfing, pesca deportiva, safari fotográfico, paseo a caballo, paseo en bicicleta de montaña, visitas a comunidades serranas y compra de artesanías, entre otras.

### **3.4.- Gastronomía y Artesanías**

---

Los platillos típicos de la región son: “soporrondongo”, que consiste en un pequeño tamal frito elaborado con masa de elote, que la población consume en la época de la cosecha del maíz; el pescado y/o camarón “embarazados”, asados al carbón en unas varas que los atraviesan; la langosta preparada en distintas modalidades; la almeja reina preparada en su concha, la cual se consume de manera limitada por su escasez; y la tradicional comida mexicana.

En la artesanía destaca el huichol y cora, la madera tallada, la joyería de plata, los artículos de cobre y barro para la cocina y los muebles rústicos.

### **3.5.- Zona Federal Marítimo Terrestre<sup>11</sup>**

---

La Zona Federal Marítimo Terrestre (Zofemat) es un concepto que acoge la legislación mexicana moderna al considerarla como un bien del dominio público que forma parte del Patrimonio Nacional (Ley General de Bienes Nacionales); sin

---

<sup>11</sup> [www.zofemat.gob](http://www.zofemat.gob)

embargo, tiene un antiguo fundamento derivado del derecho romano, en el cual se estableció la necesidad de preservar las riberas del mar para el Estado, por intereses de defensa nacional y para no dificultar las actividades de navegación.

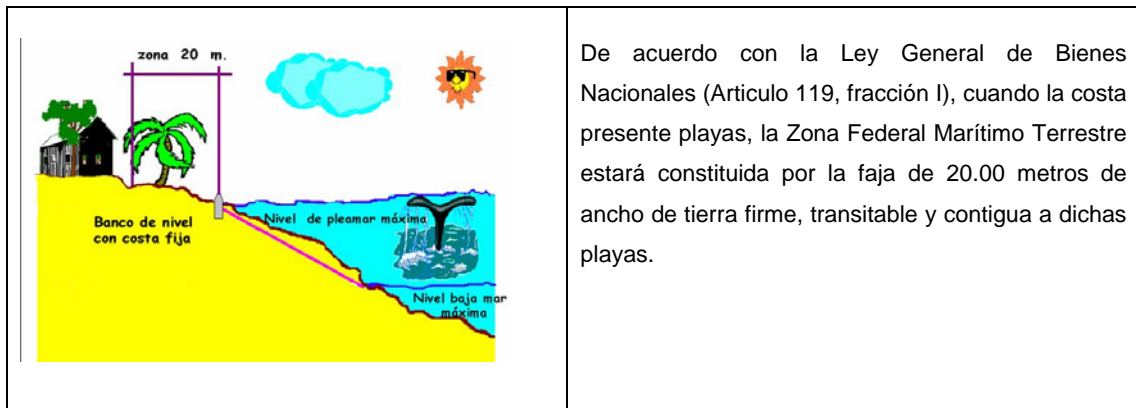
Por playa se entiende (Art. 29, fracción IV de la zona federal marítimo terrestre), las partes de tierra que por virtud de la marea cubre y descubre el agua desde los límites de mayor reflujo hasta los límites de mayor flujo anuales, es decir desde la bajamar al pleamar.



Derivado de la problemática costera tanto ambiental como patrimonial por la posesión, uso y aprovechamiento de las playas, la zona federal marítimo terrestre y los terrenos ganados al mar, la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, a través de la Subprocuraduría de Recursos Naturales, es la instancia responsable de vigilar, inspeccionar y verificar el cumplimiento de la normatividad que rige a estos bienes nacionales, buscando encauzar a la legalidad a los usufructuarios de la Zofemat principalmente donde se desarrollan actividades turísticas, de servicios, acuacultura e industriales; de manera sistemática realiza acciones de vigilancia de las playas, la inspección de las ocupaciones a los bienes del dominio público de la Federación y la verificación del cumplimiento de las bases y condiciones de los títulos jurídicos que se otorgan para el uso, goce y aprovechamiento de estos bienes de la Nación.

De acuerdo con la Ley General de Bienes Nacionales (Artículo 119, fracción I), cuando la costa presente playas, la Zona Federal Marítimo Terrestre estará

constituida por la faja de 20.00 metros de ancho de tierra firme, transitable y contigua a dichas playas.



El Reglamento para el Uso y Aprovechamiento del Mar Territorial, Vías Navegables, Playas, Zona Federal Marítimo Terrestre y Terrenos Ganados al Mar establece en su artículo 4º que tratándose de costas que carezcan de playas y presentes formaciones rocosas o acantilados, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales determinará la zona federal marítimo terrestre.

También se considera como parte de la zona federal marítimo terrestre la totalidad de la superficie de los cayos y arrecifes, la franja de veinte metros que rodea a cualquier cuerpo de agua de origen marino, como son los esteros, los terrenos ganados al mar y la desembocadura de los ríos desde el mar hasta cien metros aguas arriba.

Instrumentos jurídicos que autorizan la legal ocupación de la Zona Federal Marítimo Terrestre:

**CONCESIÓN:** Es el título que otorga SEMARNAT para el uso, aprovechamiento o explotación de la Zofemat, para uso exclusivo y por un tiempo preciso. (Puede ser prorrogable).

**PERMISO:** Documento que ampara el aprovechamiento de la Zofemat para una actividad específica por un año. No es prorrogable, pero es posible volver a solicitarlo.

**AUTORIZACIÓN:** Es la resolución de SEMARNAT respecto de la modificación de alguno de los términos de la concesión.

**ACUERDO DE DESTINO:** Lo emite la SEMARNAT para el uso y aprovechamiento de la Zofemat por parte de alguna entidad pública federal, estatal o municipal. No tiene fecha de vencimiento. No transmite la propiedad ni es transferible. No puede ocuparse en otra actividad que no sea la acordada.

**DESINCORPORACIÓN DE TGM:** Es cuando se autoriza la venta de los terrenos ganados al mar a favor del particular que los haya solicitado y cumpla con los requisitos previstos en la Ley.

### Calidad Bacteriológica del Agua de Mar en Bahía de Banderas, Nayarit:

CALIDAD BACTERIOLÓGICA DEL AGUA DE MAR									
Destino: Bahía de Banderas, Nayarit									
Primer semestre 2007									
PLAYA	LATITUD	LONGITUD	ENTEROCOCOS (NMP/100 ml)						
			ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL
			15	29	6	19	12	20	9
Nuevo Vallarta	20°41'11.9"	105°17'34.6"	10	NR	NR	<10	<10	NR	<10
Nuevo Vallarta	20°41'52.2"	105°17'59.4"	<10	NR	NR	<10	<10	NR	31
Playa Bucerías	20°44'57.2"	105°22'49.0"	135	10	NR	<10	<10	NR	<10
El Anclote (antes Punta de Mita)	20°46'13.6"	105°31'10.4"	NR	NR	NR	<10	<10	NR	<10
Sayulita	20°52'16.3"	105°26'22.3"	NR	3968*	455	<10	20	NR	<10
La Cruz de	20°44'57.2"	105°22'49.0"	NR	10	NR	135	545*	30	<10

NR - No reportado

Riesgo Sanitario (> 500 enterococos/100 ml)

FUENTE: Secretaría del Medio ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

Los resultados de la calidad del agua pueden afectarse sensiblemente durante la temporada de lluvias debido al arrastre de materiales de la costa.

### 3.6.- Indicadores de Competitividad en el Sector Hotelero<sup>12</sup>

La inversión privada en el Sector Turístico se ha concentrado prácticamente en las entidades federativas con destinos de playa consolidados. Al analizar el país en regiones específicas, el 48% de la inversión turística se ha concentrado en los

<sup>12</sup> Sectur.gob.mx

destinos de playas, que siguen siendo por excelencia, los preferidos por los inversionistas.

Lo anterior se debe a la alta preferencia del turista nacional y al posicionamiento de nuestro país a nivel internacional.

En el estado de Nayarit, el 60% de la inversión se ha concentrado en el municipio de Nuevo Vallarta.

**Las 10 entidades federativas con mayor inversión privada acumulada en el sector turístico**

Posición	Estado	Inversión	%	% Acumulad
1	Guerrero	2,625.00	22.60%	22.60%
2	Quintana Roo	2,469.90	21.30%	43.90%
3	Nayarit	924.7	8.00%	51.90%
4	Baja California	863.4	7.40%	59.30%
5	Sonora	784.2	6.80%	66.10%
6	DF.	601.5	5.20%	71.30%
7	Baja California Sur	573.4	4.90%	76.20%
8	Jalisco	237.5	2.00%	78.20%
9	Nuevo León	230.4	2.00%	80.20%
10	Sinaloa	163	1.40%	81.60%

Las cifras corresponden a la inversión identificada por año del 2001 a 2006.

Cifras en millones de dólares americanos.

Debido a lo anterior y gracias a la infraestructura creada el aumento del turismo ha sido significativo.

Los visitantes internacionales hacia México, aquellos que rebasan la franja fronteriza o que directamente llegaron a nuestro país a cualquiera de las ciudades o destinos turísticos del interior se ha denominado turistas de internación; son los que mayor importancia tienen para la actividad turística del país en materia de turismo internacional, destacando entre sus características una mayor estadía, un mayor uso de los servicios turísticos, y por supuesto, porque son los que realizan un mayor gasto, el cual, para el año 2005, correspondió al 72.03% del total del gasto efectuado por los visitantes internacionales hacia México.

Turistas de Internación y Gasto según medio de Transporte indicados en las tablas anexas<sup>13</sup>:

INFORMACION DEL MOVIMIENTO PORTUARIO EN PUERTO VALLARTA 2005				
M E S E S	No. DE OPERACIONES	PASAJEROS		
		EN TRANSITO	EMBARCADOS	DESEMBARCADOS
ENERO	26	49796	49	116
FEBRERO	24	50926	36	68
MARZO	29	63977	65	95
ABRIL	28	58983	87	84
MAYO	11	23802	28	99
JUNIO	9	23134	26	44
JULIO	7	18339	25	22
AGOSTO	7	18457	37	25
SEPTIEMBRE	7	16163	3	17
OCTUBRE	41	76536	65	108
NOVIEMBRE	39	77929	62	130
DICIEMBRE	31	63999	92	114
T O T A L	259	542041	575	922
2 0 0 4	210	418981	503	702
<b>VAR. 04-05 %</b>	<b>23.33</b>	<b>29.37</b>	<b>14.31</b>	<b>31.34</b>

EN PUERTO VALLARTA, JALISCO.

ESTADO, CON LA COLABORACION

DE LA DIRECCION DE TURISMO EN PUERTO VALLARTA, JALISCO.

#### MOVIMIENTOS CRUCEROS

Concepto	Total	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006 P
Pasajeros	3,318,960	237,381	239,090	362,248	324,850	420,186	543,518	503,391
Arribos	1721	124	120	173	164	210	259	235

P Preliminar

FUENTE: A partir de 1996, Dirección General de Puertos. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Hasta 1995, Dirección General de Marina Mercante. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

#### Transportación vía aérea

CONCEPTO	TOTAL	2001	2002	2003	2004	2005	2006 P
Total Llegada de Vuelos	219,272	11,459	10,723	12,028	11,066	12,042	12,203
Llegada de Vuelos Regulares	184,370	11,113	9,167	8,896	8,974	9,566	9,611
Llegada de Vuelos Regulares Nacionales	104,972	6,869	5,832	5,676	5,731	5,868	6,161
Llegada de Vuelos Regulares Internacionales	79,398	4,244	3,335	3,220	3,243	3,698	3,450
Llegada de Vuelos Fletados	34,902	346	1,556	3,132	2,092	2,476	2,592
Llegada de Vuelos Fletados Nacionales	4,018	56	245	869	313	218	152
Llegada de Vuelos Fletados Internacionales	30,884	290	1,311	2,263	1,779	2,258	2,440
Total Llegada de Pasajeros	17,910,286	792,465	736,820	800,664	818,094	901,340	979,373
Llegada de Pasajeros en Vuelos Regulares	12,924,772	749,353	555,213	527,706	545,479	552,880	575,492
Llegada de Pasajeros en Vuelos Regulares Nacionales	5,255,765	396,802	279,629	259,926	265,271	229,088	249,601
Llegada de Pasajeros en Vuelos Regulares Internacionales	7,669,007	352,551	275,584	267,780	280,208	323,792	325,891
Llegada de Pasajeros en Vuelos Fletados	4,985,514	43,112	181,607	272,958	272,615	348,460	403,881
Llegada de Pasajeros en Vuelos Fletados Nacionales	234,358	3,160	11,068	42,561	15,481	12,013	9,980
Llegada de Pasajeros en Vuelos Fletados Internacionales	4,751,156	39,952	170,539	230,397	257,134	336,447	393,901

<sup>13</sup> Sector.gob.mx

**PRINCIPALES INDICADORES DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO**

<b>Concepto</b>	<b>Total</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Balanza Turística (millones de dólares)	8,271.34	4,203.03	4,068.31
<b>Número (miles de personas)</b>			
Visitantes Internacionales a México	200,847.06	103,146.06	97,701.00
<b>Gasto (millones de dólares)</b>			
Visitantes Internacionales a México	23,980.02	11,803.45	12,176.57
<b>Gasto Medio (dólares)</b>			
Visitantes Internacionales a México	119.39	114.43	124.63

FUENTE: Banco De México

**OFERTA DE HOSPEDAJE EN EL ESTADO DE JALISCO, 2005  
(NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS)**

<b>CATEGORIA</b>	<b>Z. MET. GUAD. EST.</b>	<b>PUERTO VALLARTA EST. *</b>	<b>SUR COSTA- LEGRE EST.</b>	<b>RIBERA DE CHAPALA EST.</b>	<b>Z. DE LOS ALTOS EST.</b>	<b>Z. SUR DEL ESTADO EST.</b>	<b>RESTO DEL ESTADO EST.</b>	<b>OFERTA TOTAL EST.</b>
GRAN TURISMO	8	7	-	-	-	-	1	16
5 ESTRELLAS	8	13	5	1	8	2	2	39
4 ESTRELLAS	47	27	7	8	12	13	10	124
3 ESTRELLAS	36	26	21	10	28	16	12	149
2 ESTRELLAS	20	10	31	15	33	9	21	139
1 ESTRELLA	47	12	27	17	59	15	60	237
C/ECONOMICA	35	17	27	20	45	27	84	255
SIN CLASIF.	49	-	-	3	-	-	1	53
APTOS.	6	13	1	-	-	-	-	20
BUNGALOWS	-	3	30	4	2	-	6	45
CABAÑAS	-	-	1	-	-	22	-	23
CONDOMINIOS	-	68	-	3	-	-	-	71
SUITES	25	14	-	2	-	-	-	41
ALBERGUES	4	-	-	-	-	-	-	4
SUB-TOTAL	285	210	150	83	187	104	197	1216
CAMPINGS	-	-	2	-	-	-	-	2
TRAILER PARK	1	2	4	2	-	-	4	13
<b>T O T A L</b>	<b>286</b>	<b>212</b>	<b>156</b>	<b>85</b>	<b>187</b>	<b>104</b>	<b>201</b>	<b>1231</b>
<b>TOTAL 2004</b>	<b>276</b>	<b>202</b>	<b>148</b>	<b>84</b>	<b>179</b>	<b>105</b>	<b>198</b>	<b>1192</b>
<b>VAR % 04-05</b>	<b>3.62</b>	<b>4.95</b>	<b>5.41</b>	<b>1.19</b>	<b>4.47</b>	<b>-0.95</b>	<b>1.52</b>	<b>3.27</b>

**OFERTA DE HOSPEDAJE EN EL ESTADO DE JALISCO, 2005  
(NUMERO DE UNIDADES RENTABLES)**

CATEGORIA	UNIDADES RENTABLES								OFERTA TOTAL
	Z.MET. GUA- DALAJARA	PUERTO VALLARTA	SUR COSTA- LEGRE	Z.RIBERA DE CHAPALA	Z.DE LOS ALTOS	Z.SUR DEL ESTADO	RESTO DEL ESTADO		
GRAN TURISMO	996	2370	-	-	-	-	24	3390	
5 ESTRELLAS	1678	2739	304	85	423	91	37	5357	
4 ESTRELLAS	4811	3482	359	195	559	316	294	10016	
3 ESTRELLAS	2650	1612	442	227	999	365	314	6609	
2 ESTRELLAS	853	306	498	184	1036	218	441	3536	
1 ESTRELLA	2333	321	381	261	1439	229	1197	6161	
C/ECONOMICA	1137	369	258	238	852	350	1254	4458	
SIN CLASIF.	2736	-	-	79	-	-	25	2840	
APTOS.	122	158	5	-	-	-	-	285	
BUNGALOWS	-	48	232	66	20	-	39	405	
CABAÑAS	-	-	46	-	-	230	-	276	
CONDOMINIOS	-	6373	-	64	-	-	-	6437	
SUITES	510	346	-	14	-	-	-	870	
ALBERGUES	43	-	-	-	-	-	-	43	
SUB-TOTAL	17869	18124	2525	1413	5328	1799	3625	50683	
CAMPINGS	-	-	152	-	-	-	-	152	
TRAILER PARK	175	192	68	33	-	-	168	636	
<b>TOTAL</b>	<b>18044</b>	<b>18316</b>	<b>2745</b>	<b>1446</b>	<b>5328</b>	<b>1799</b>	<b>3793</b>	<b>51471</b>	
<b>TOTAL 2004</b>	<b>17611</b>	<b>18024</b>	<b>2701</b>	<b>1427</b>	<b>5102</b>	<b>1815</b>	<b>3895</b>	<b>50575</b>	
<b>VAR % 04-05</b>	<b>2.46</b>	<b>1.62</b>	<b>1.63</b>	<b>1.33</b>	<b>4.43</b>	<b>-0.88</b>	<b>-2.62</b>	<b>1.77</b>	

FUENTE: DIRECCION DE INFORMATICA Y ESTADISTICA DE LA SRIA. DE TURISMO A TRAVES DE INVESTIGACION DIRECTA CON LA COLABORACION DE LAS DELEGACIONES DE TURISMO EN EL ESTADO.

La Ocupación Hotelera se mide a través del cociente del número de cuartos ocupados entre el número de cuartos disponibles, con lo cual se obtiene la proporción de cuartos (oferta) que se ocupa por turistas (demanda). La industria hotelera es, sin duda, una de las más importantes del sector turístico desde el punto de vista de su contribución a la producción bruta a la creación de empleo, reconociéndose en él un liderazgo de responsabilidad social.

Aún cuando el inmueble a valuar se ubica en el estado de Nayarit, se encuentra dentro del área de influencia turística de la ciudad de Puerto Vallarta siendo esta el polo principal de atracción del visitante tanto nacional como internacional por lo que se hace referencia a los dos estados.

### **3.7.- Focos de Máximo Turismo en la zona de influencia<sup>14</sup>.**

El inmueble objeto del análisis de este estudio, se encuentra ubicado en Nuevo Vallarta, Nayarit a 15 Km. de la zona centro de Puerto Vallarta, Jalisco, a 5 Km. del

<sup>14</sup> Nayarit/municipios.gob.mx



---

aeropuerto internacional de la ciudad de Puerto Vallarta, y 6 Km. de la terminal marítima.

Uno de los elementos que contribuyen al prestigio turístico de Puerto Vallarta es sin duda su parte céntrica conocida como el “Pueblito”, la presidencia municipal, el Templo de Nuestra Señora de Guadalupe símbolo de la ciudad, El malecón, área de pintores, así como su producción artesanal, que evidencia la compleja cultura de México, plasmada en trabajos de joyería en plata, huaraches de piel, madera tallada, y figuras de conchas marinas. También las técnicas de la cultura indígena Huichola se manifiestan cautivando a los visitantes, principalmente extranjeros.

No sin tomar en cuenta su vida nocturna, gastronomía, así como sus principales lugares de interés:

- Los Arcos
- El Edén
- Ocho Cascadas
- Bungee Jump
- Zona Arqueológica de Ixtapa
- Marina Vallarta
- El Faro
- Campos de golf

Así como sus recorridos Guiados

- Avistamiento de Ballenas
- Paseos a Caballo
- Recorridos por la Bahía de Banderas
- Paseos por las Alturas

Puntos de interés en Nuevo Vallarta

- Centro comercial Paradise Plaza
- Nueva marina con slips privados
- Dos nuevos resorts con campo de golf
- Delfinario y centro de investigaciones

---

## Reserva estacional de la tortuga marina

Facilidades de transportación para y de Puerto Vallarta

En auto, a 15 minutos hacia el norte, de Nayarit.

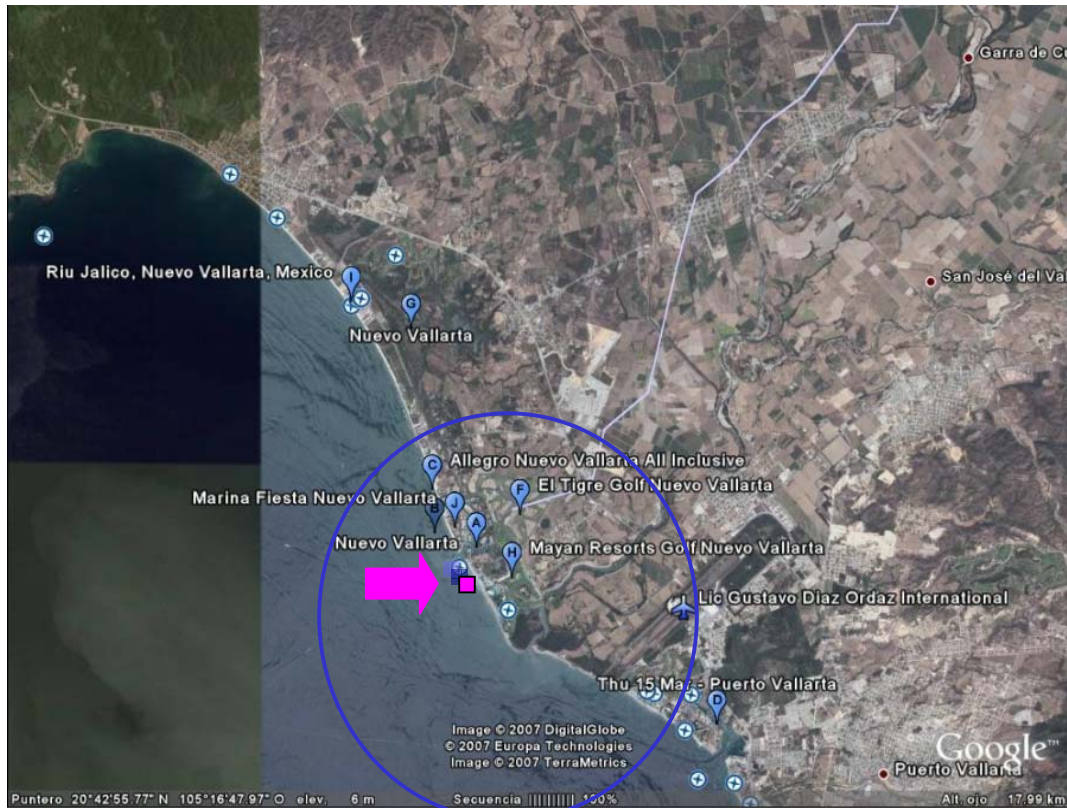
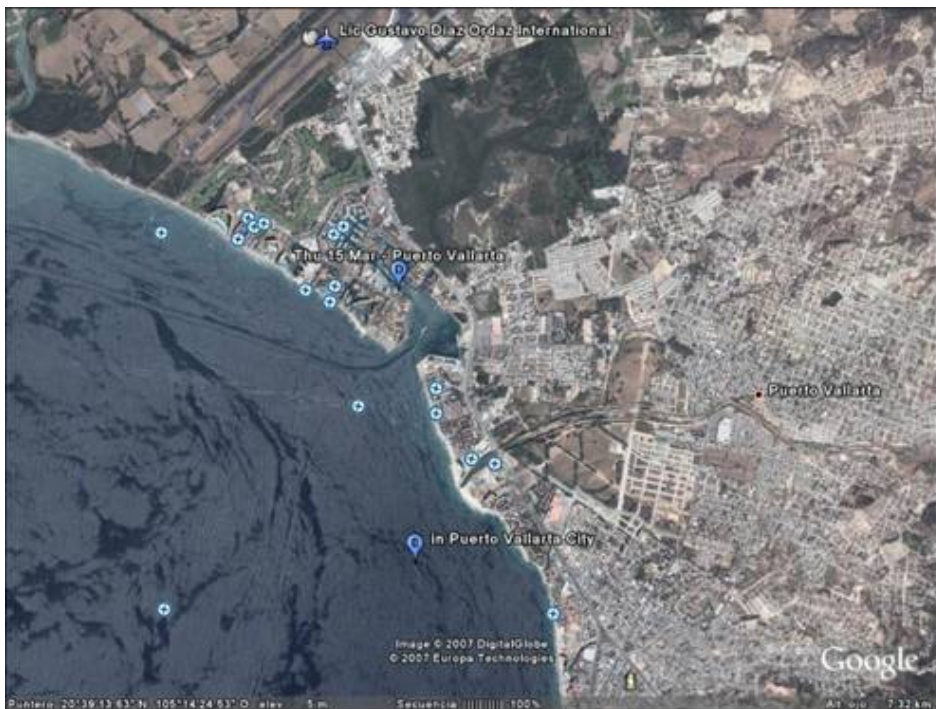


Imagen Satelital de la ubicación de la ubicación del Hotel en Nuevo Vallarta y del centro Puerto Vallarta así como su aeropuerto



*Vista de Bahía de Banderas*



*Imagen Satelital de Marina Vallarta y el centro de Puerto Vallarta*



Ubicación del inmueble a valorar y puntos de interés





*Vista Satelital del Inmueble*

### **3.8.- Actividad Económica en la zona de influencia<sup>15</sup>.**

---

Turismo.- Bahía de Banderas es el polo de desarrollo turístico del estado, en este lugar se concentra el 25.5% de la infraestructura turística instalada. Cuenta con 58 hoteles, 75% de los cuales son de categoría de cinco estrellas o gran turismo que ofertan en conjunto 3,336 habitaciones, el mayor número en la entidad. Concentra la mayor cantidad de visitantes al año, 93% de los cuales son extranjeros.

Comercio.- La mayoría de la infraestructura comercial está compuesta por establecimiento al menudeo que expenden bebidas, productos alimenticios de primera necesidad, mercados públicos, tianguis, rastros, tiendas de autoservicio, bodegas, almacenes, tiendas de ropa, calzado, artículos para el hogar insumos agrícolas y ganaderos, combustible y lubricantes, entre otros.

---

<sup>15</sup> Nayarit/municipios.gob.mx

Servicios.- La población económicamente activa del municipio representa el 46.8% de la población entre los doce años o más. Los principales sectores de ocupación son el comercio y los servicios, de estos últimos, la actividad turística juega un papel preponderante, siguiendo en importancia las actividades agropecuarias, de pesca, manufactureras.

Sector	Porcentaje
Primario (Agricultura, ganadería, caza y pesca)	31.00%
Secundario (Minería, petróleo, industria, manufacturera, construcción, electricidad)	16.90%
Terciario (Comercio, turismo, servicios)	44.70%



*Bahía de Banderas es el polo de desarrollo turístico.-*

---

## **CAPITULO IV Enfoques de Valuación**

### **4.1.- Historia de la Valuación<sup>16</sup>**

---

La disciplina de la valuación tecnológica se desarrolló principalmente desde 1890 cuando la expansión industrial alcanzaba su mayor auge y a partir de entonces los ingenieros, industriales, economistas y hasta los tribunales, empezaron a tener una participación activa en esta labor de valoración sistemática, que dejó de ser competencia exclusiva del comerciante, del contador, y del financiero, para reservarla al técnico principalmente con la profesión de ingeniero y arquitecto, como actividad específica propia.

### **4.2.- Que es un Avalúo**

---

En general es una opinión imparcial del valor de una propiedad previamente identificada la cual se hace mediante la elaboración de un documento en el que se consigna un valor determinado del bien.

### **4.3.- Avalúo de un inmueble como Activo Fijo**

---

Es el análisis del costo de reposición nuevo del bien analizado, afectado por su depreciación que va en proporción directa de la edad y la vida útil total del bien objeto del avalúo de donde es relevante su vida remanente técnica. Se refiere al costo que tiene un activo, considerando la pérdida de valor ocasionada por factores tales como edad y obsolescencia. La vida remanente del bien, es su capacidad de servicio restante, expresada en años, es decir, es el tiempo que puede prestar servicio o ser útil, un activo en forma permanente dada su condición actual, sin que sea necesario proceder a reconstrucciones o reparaciones de alta cuantía. Sin perder de vista que las valoraciones parten de un análisis técnico considerando las características funcionales y operacionales del bien, los resultados tienen una orientación económica

---

<sup>16</sup> [www.apraisa.com.mx](http://www.apraisa.com.mx)

---

financiera que permite determinar valores que no son más que las magnitudes de inversión.

#### **4.4.- Avalúo de un proyecto de inversión**

---

Es la elaboración de un estudio que surge de la necesidad de los empresarios al enfrentarse a situaciones complejas en el momento de toma de decisiones que complementan la etapa de identificación de proyectos, en el área de las inversiones de capital, sea pública o privada.

Para el inversionista es importante conocer sobre su disposición a invertir en un determinado negocio inmobiliario, una cantidad determinada de dinero, en la cual la situación económica y financiera permitan la conclusión del mismo y que finalmente le permita el retorno de su capital con las mayores ganancias posibles.

Considerando las variables que intervienen en un análisis de inversión de un bien para desarrollo turístico, se debe partir en primer termino con su localización y ubicación, continuando con la observación de la aptitud del sitio para albergar el tipo de instalaciones, comprobando la factibilidad comercial, siendo esta variable una de las claves del éxito, la cual consiste en acertar en su localización, de tal forma que presente las mejores condiciones para su uso, sin dejar de tomar en cuenta el “Tipo de demanda” y “Expectativas de la demanda”.

Las variables para la toma de decisión de un proyecto son:

- Tipo de proyecto.
- Tamaño de proyecto.
- Tipo de lugar.
- Monto de la inversión.
- Demanda.

Así como las variables internas y externas que influyen en el proyecto.



---

#### **4.5.- Avalúo de un Negocio en Marcha**

---

La valuación de negocios es aquella que trata todo lo referente a la operación del hotel identificando su productividad incluyendo los bienes tangibles e intangibles que conforman a las empresas. El análisis de estos valores se realiza con el apoyo de información contable y rendimientos financieros, y los resultados que se obtienen indican la tasa de rendimiento (TIR), presentando variaciones en función de los escenarios alternativos que se plantean, yendo de un máximo a un mínimo, es decir, no se concluye con valores fijos.

Los estudios financieros deben de ser exhaustivos y realistas, ya que incluyen todos los factores que afectan el valor del capital social, la revisión y análisis detallados de los balances auditados así como de los estados de ganancias y pérdidas, la magnitud de la competencia y la posición de la empresa en estudio dentro de la industria a la que corresponda.

---

## **CAPITULO V Avalúo del Inmueble Propuesto**

El destino de este avalúo será para reexpresión de activos y que en un momento dado pueda servir como uso de garantía hipotecaria, disolución de sociedad etc., requiriéndose conocer principalmente el valor de reposición del activo, en el estado que se encuentra a la fecha del avalúo, siendo éste uno de los motivos por los que se descartó el análisis del avalúo por el método de negocio en marcha. Ahora bien el inmueble no se analiza como proyecto de inversión debido a que el estudio del proyecto, así como sus erogaciones para su desarrollo ya fueron realizados con antelación.

Por lo tanto el enfoque que se desarrolla en este documento es el avalúo de un Hotel Gran Turismo que permite contar con una “radiografía” del inmueble en las condiciones en las que se encuentra en el presente y sin influir el pasado o el futuro del mismo, ni por sus rendimientos financieros futuros. De aquí el análisis como “Avalúo de un Activo Fijo”.

### **5.1.- Características del Hotel Gran Turismo**

---

Una de las características de los hoteles Gran Turismo es que las instalaciones y los servicios ejemplifican un estándar impecable de la excelencia especialmente personalizado que pretenden exceder las expectativas de los huéspedes. Estas características son llamativas y lujosas contando con gran variedad de servicios, tales como:

- Su ubicación frente a la playa
- Espacios para deportes
- Programas diseñados especialmente para niños
- Bares ubicados en áreas para los diferentes gustos
- Lavandería
- Restaurantes para los diversos gustos
- Canchas de tenis
- Estética
- Servicios de niñera

---

Gimnasio

Diversas albercas de acuerdo a las edades de los usuarios

SPA

Tienda de regalos

Renta de autos

Centro de negocios

Contando además con el programa todo incluido

No solo responden a la creciente demanda de viajeros que buscan hoteles con programas todo incluido que redefine los estándares de lujo con sus hospedajes en “Grand Todo Incluido”, lo que implica seguridad en su estancia así como la garantía de contar con todos los servicios y amenidades necesarias evitando que el huésped tenga la necesidad de diversos traslados para lograr una grata y amena estadía.

## **5.2.- Descripción del Hotel en Estudio**

---

Cabe aclarar que para efectos de este estudio se omite mencionar la razón social del bien en estudio. Se trata de un hotel de Gran Turismo desarrollado en dos edificios principales: El edificio anterior con un sótano y dos niveles alberga el lobby y prácticamente todos los servicios. El edificio posterior consta de una torre de forma semicircular con sótano y 9 niveles para albergar 261 suites (6 diseños y tamaños diferentes: Parlour, Gobernador de una y dos recámaras, Master suite, Embajador y Presidencial) y algunos servicios tales como el lobby-bar, cafetería y dos restaurantes. Ambos edificios separados por un pasillo jardinado cubierto a triple altura. El tercer elemento importante lo constituyen las áreas exteriores que tienen como elemento central las albercas

En el primer nivel del edificio anterior encontramos: con frente a Av. Paseo de los Cocoteros, apeadero de cortesía (motor lobby), dos cajones para autobuses de turismo, estacionamiento con capacidad para 142 autos; lobby con fuente decorativa al centro; hacia el norte del lobby la recepción y área de oficinas con recepción, privados cubículos, sala de juntas, área cajas de seguridad y dos medios baños; gimnasio y área para aeróbicos, salón estética, tienda boutique, núcleo de escaleras hacia canchas de tenis en tercer nivel; SPA que cuenta con vestíbulo general, 20

---

cabinas de tratamientos en dos niveles (sótano y planta baja) alrededor de fuente central con servicios sanitarios; núcleos separados para hombres y para mujeres con áreas para hidromasaje, áreas de relajación, sauna, vapor, duchas de presión, laguna de inmersión, áreas de reposo, áreas de lockers, sanitarios, área de servicios generales. Hacia el sur del lobby, área de control de equipaje; centro de convenciones que consta de: un gran salón de eventos que puede ser fraccionado en tres salones menores, dos salones pequeños, lo mismo núcleos sanitarios para hombres y mujeres, centro de negocios en dos niveles con cubo de escaleras a planta alta, con diferentes áreas de apoyo al centro de negocios, bodega, cocina, comedor de empleados y cubo de escalera hacia el sótano.

En el tercer nivel del edificio anterior encontramos: en el ala sur, salones de apoyo al centro de negocios, con servicios sanitarios; en el ala norte, dos canchas de tenis.

En el sótano del edificio anterior encontramos: área de estacionamiento, patio de maniobras, andenes, cuartos para basura, subestación eléctrica, oficina de compras, caja, site conmutador, oficinas del contralor, cocina, área uniformes, núcleo de baños con lockers para empleados, cuarto de máquinas con patio, talleres y oficinas de mantenimiento; área de SPA con fuente y cabinas de tratamiento.

En el primer nivel del edificio posterior encontramos: lobby-bar con terraza, bodega, barra y sanitarios; cafetería (área en remodelación para dar cabida a 3 suites más para discapacitados) con núcleo de sanitarios, cocina y cubo de escalera a sótano; 11 suites; dos núcleos de circulaciones verticales en los extremos norte y sur.

En el sótano del edificio posterior encontramos: núcleo de circulaciones verticales, almacén de alimentos y cámaras de refrigeración, almacén de alimentos con oficina, pasillo distribuidor para almacenes varios, ropería, lavandería, núcleo de circulaciones verticales y pasillo de ingreso de servicio a SPA.

En el segundo nivel del edificio posterior encontramos: 13 suites y circulaciones verticales y horizontales.

En el tercer nivel del edificio posterior encontramos: dos restaurantes con núcleo de elevador y escalera hacia el patio lineal cubierto y núcleos sanitarios; 13 suites y circulaciones verticales y horizontales.

---

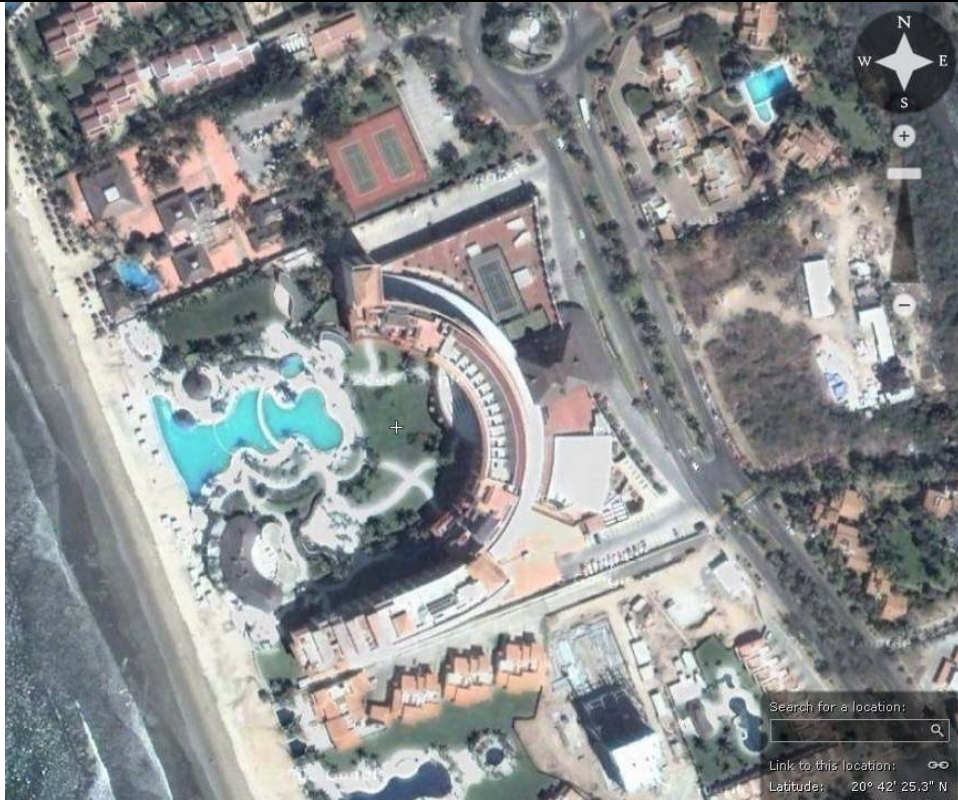
Del cuarto al octavo nivel del edificio posterior encontramos: suites y circulaciones horizontales y verticales.

En el noveno nivel del edificio principal encontramos: suites, entre las cuales se encuentran las dos presidenciales; en los extremos norte y sur, escaleras y cubo de elevadores.

En el conjunto de áreas exteriores encontramos: 3 albercas (una con agua-bar), un chapoteadero; asoleaderos; anfiteatro para 392 personas, cuarto de máquinas y camerinos; restaurante con terraza, cocina, bar, área bufete, núcleo de sanitarios; estrado para bodas; jardín para banquetes; SPA con núcleo de sanitarios; palapas para dotación de toallas y juegos infantiles; camastros sombreados; núcleo de sanitarios en área de "club de niños".



*Vistas panorámicas del Hotel en Estudio*



*Vista satelital con más panorama del hotel y de sus colindantes.-*

### **5.3.- Avalúo del Hotel en Estudio**

El avalúo practicado como activo físico, contempla entre otros, los puntos mínimos requeridos para un inmueble de este tipo, buscando ante todo el sustento técnico y eficiente, y desarrollado con los siguientes capítulos:

- Antecedentes.- En esta parte se describe las características del avalúo, el solicitante, las características del entorno urbano y del terreno, descripción del inmueble así como sus elementos constructivos.
- Consideraciones previas al avalúo.- Donde se describe los enfoques empleados en la realización del avalúo.
- Investigación de mercado.- La oferta de terrenos en venta comparables en ubicación encontrados, aplicando el enfoque comparativo de mercado, con factores aplicados para su homologación.

- Conclusión de Valor físico.- Con la aplicación del enfoque de costos, en terreno, construcciones, instalaciones especiales y accesorios.
- Conclusión del avalúo.- El presente avalúo para el efecto que nos ocupa se concluye en su valor físico.
- Fotografías.- Es el anexo fotográfico del inmueble valuado.
- Anexos de cédulas de terreno- Los terrenos comparables utilizados para la homologación del valor y la conclusión del valor de terreno a utilizar en el análisis del activo físico.
- Uso del suelo de Bahía de Banderas.- Tabla de modalidades de uso del suelo en Bahía de Banderas.
- Calidad del agua en la Bahía.- Es el reporte de la calidad del agua de mar en bahía de banderas.

#### Factores Determinantes del Valor.-

- Investigación de Mercado de Terrenos:

#### VII. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Tipo de cambio de dólar al 7 de junio de 2007 11.20

OFERTA DE TERRENOS EN VENTA							
REFERENCIA	UBICACIÓN	ÁREA M2	VALOR TOTAL en US	VALOR UNITARIO US	VALOR UNITARIO \$	INFORMO	TELEFONOS
T-1	Cabo Corrientes a 1 1/2 de Puerto Vallarta 2 km de playa	212,000.00	\$ 21,200,000	\$ 100	\$ 1,120	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-2	Boca de Tomates a cinco minutos de aeropuerto. Zona Hotelera	513,600.00	\$ 131,286,000	\$ 256	\$ 2,863	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-3	Lote en Bahía de Banderas desarrollo Lilibu	15,000.00	\$ 2,250,000	\$ 150	\$ 1,680	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-4	Playa escondida en la penita de Jaltemba cerca de zona hotelera	21,950.00	\$ 2,351,786	\$ 107	\$ 1,200	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-5	Lote Costa Alegre a un lado del Hotelito Desconocido	17,000.00	\$ 2,000,000	\$ 118	\$ 1,318	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-6	La Manzanilla Corredor San Blas Nayarit	115,000.00	\$ 13,800,000	\$ 120	\$ 1,344	CASAS Y TERRENOS Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-7	Terreno 7-B condominal frente canal Desarrollo Turístico Nuevo Vallarta, Nayarit.	15,003.61	\$ 4,050,975	\$ 270	\$ 3,024	ECO Inmobiliaria	(322) 225 08 47
T-8	Lote Flamings Desarrollo Turístico Nuevo Vallarta, Nayarit.	30,000.00	\$ 87,360,000	\$ 260	\$ 2,912	DCADELA COSTA Inmobiliaria	(322) 221 30 39
T-9	Terreno Boca de Tomatlan	3,660.79	\$ 2,196,000	\$ 600	\$ 6,719	appegalerealtors Inmobiliaria	
T-10	Terreno paseo de las palmas , Nuevo Vallarta lote 9, villa 2, manzana 15	5,863.73	\$ 1,348,657	\$ 230	\$ 2,576	metrosucibicos Inmobiliaria	(322) 222 88 00

[www.casasyterrenos.com](http://www.casasyterrenos.com)  
[www.ecorealestatelvn.com](http://www.ecorealestatelvn.com)

pagina de información en internet  
pagina de información en internet

[www.nuevovallartarealty.com](http://www.nuevovallartarealty.com)  
[www.appegalerealtors.com](http://www.appegalerealtors.com)

[www.dcadela costa.com](http://www.dcadela costa.com)  
paginas de información en internet

- Homologación del mercado de terrenos:

**VIII. APLICACIÓN DEL ENFOQUE COMPARATIVO DE MERCADO (para el terreno)**

39,811.38

REFE RENCIA	VALOR UNITARIO	FACTORES APLICABLES							FACTOR RESUL- TANTE	VALOR HOMOLO- GADO
		ZONA	UBICA- CIÓN	SUPER- FICIE	FOR- MA	COMERCI- LIZACIÓN	FRENTE A PLAYA	TOPO- GRAFIA		
T-1	\$ 1,120	1.25	1.30	1.15	1.00	0.95	1.10	1.15	2.24	\$ 2,514
T-2	\$ 2,863	1.00	1.15	1.24	1.00	1.00	1.00	1.00	1.42	\$ 4,074
T-3	\$ 1,680	1.15	1.10	0.94	1.00	0.95	1.20	1.10	1.49	\$ 2,497
T-4	\$ 1,200	1.15	1.15	0.96	1.00	0.90	1.00	1.10	1.26	\$ 1,510
T-5	\$ 1,318	1.25	1.25	0.94	1.00	0.95	1.00	1.00	1.40	\$ 1,848
T-6	\$ 1,344	1.30	1.10	1.09	1.00	0.90	1.00	1.15	1.62	\$ 2,173
T-7	\$ 3,024	1.20	1.10	0.94	1.00	0.95	1.10	1.10	1.42	\$ 4,299
T-8	\$ 2,912	1.20	1.10	0.98	1.00	0.95	1.00	1.00	1.23	\$ 3,583
T-9	\$ 6,719	1.20	1.10	0.85	1.00	0.95	1.00	1.20	1.28	\$ 8,623
T-10	\$ 2,576	1.20	1.10	0.93	1.00	0.95	1.00	1.00	1.16	\$ 2,992
<b>VALOR RESULTANTE HOMOLOGADO</b>										<b>\$ 2,812</b>
<b>MEDIA ARMONICA</b>										<b>\$ 2,725</b>
<b>VALOR UNITARIO A APLICAR</b>										<b>\$ 2,700</b>
<b>VALOR UNITARIO POR DÓLAR USD</b>										<b>\$ 200</b>

POR TANTO:

Superficie del terreno en es **39,811.38** m<sup>2</sup>      Valor unitario **\$ 2,700.00**      =      **\$ 107,490,726**

**RESULTADO DE LA APLICACIÓN DEL ENFOQUE COMPARATIVO DE MERCADO DEL TERRENO**  
**VALOR COMPARATIVO DE MERCADO DEL TERRENO**      **\$ 107,490,726**

Factor castigo por Topografía	Premio es inverso
0.8 pendiente	1.2 pendiente fuerte
0.85 pendiente	1.15 pendiente media
0.9 ligera	1.1 ligera pendiente
1.0 plano	1.0 plano

- Calculo del valor físico o directo:

**IX. APLICACIÓN DEL ENFOQUE DE COSTOS (VALOR FÍSICO O DIRECTO)**

**TERRENO**

FRACCIÓN	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR UNITARIO	COEF.	MOTIVO COEF	VALOR	
					UNITARIO	TOTAL
ÁREA TOTAL	39,811.38	\$ 2,700	1.00	Integro	\$ 2,700	\$ 107,490,726
SUMA	<b>39,811.38</b>					<b>\$ 107,490,726</b>

**CONSTRUCCIONES**

NOTA: Las superficies de los 12 tipos de construcción fueron obtenidas de los planos (tanto impresos como en archivos electrónicos) proporcionados por el solicitante.

Los valores de reposición nuevo de construcción fueron consultados en Bimsa report S.A. de C.V. [www.Binsareport.com](http://www.Binsareport.com)

TIPO	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR DE REPOSICIÓN NUEVO		DEMÉRITO %	VALOR NETO DE REPOSICIÓN	
		UNITARIO	TOTAL		UNITARIO	TOTAL
Lobby de ingreso	640.39	\$ 12,410	\$ 7,947,240	2.90%	\$ 12,050	\$ 7,716,770
Pasillo jardinado techado	1,583.00	\$ 10,877	\$ 17,218,291	2.90%	\$ 10,562	\$ 16,718,961
Gran salón de eventos	652.70	\$ 7,200	\$ 4,699,440	1.73%	\$ 7,075	\$ 4,618,140
Servicios generales	6,183.38	\$ 11,607	\$ 71,770,492	1.73%	\$ 11,406	\$ 70,528,862
Sótano 1	3,288.27	\$ 6,570	\$ 21,603,934	1.73%	\$ 6,456	\$ 21,230,186
Sótano 2	3,781.00	\$ 5,402	\$ 20,424,962	1.73%	\$ 5,309	\$ 20,071,610
SPA	1,729.00	\$ 17,082	\$ 29,534,778	1.73%	\$ 16,786	\$ 29,023,826
Suites	20,099.96	\$ 16,206	\$ 325,739,952	1.73%	\$ 15,926	\$ 320,104,651
Pasillos y circulaciones verticales	6,835.33	\$ 7,592	\$ 51,893,825	1.73%	\$ 7,461	\$ 50,996,062
Restaurante "Azul"	806.20	\$ 6,000	\$ 4,837,200	5.39%	\$ 5,677	\$ 4,576,475
Núcleos sanitarios en áreas exteriores	386.78	\$ 8,030	\$ 3,105,843	1.99%	\$ 7,870	\$ 3,044,037
Cuartos de máquinas.	315.00	\$ 5,256	\$ 1,655,640	1.99%	\$ 5,151	\$ 1,622,693
	<b>46,301.01</b>		<b>\$ 560,431,597</b>			<b>\$ 550,252,273</b>



---

## Conclusiones.-

Es importante mencionar en este punto que para realizar un avalúo de manera profesional el Valuador Capacitado debe allegarse herramientas y conocimientos que forman parte de otras disciplinas como son sociales, económicas, legales, mercadológicas, financieras, del sector turístico, etc. de donde queda completamente evidente que la Valuación es una disciplina tan extensa, que queda mucho por investigar y estudiar.

Concluyendo:

- Es importante señalar que en el avalúo de un inmueble como activo fijo es muy representativa la diferencia en el valor por metro cuadrado del terreno de un inmueble ubicado dentro de un desarrollo consolidado, al de un inmueble situado en un desarrollo de nueva creación y en proceso de consolidación.

<i>Desarrollo consolidado Nuevo Vallarta</i>	<i>Desarrollo de Nueva creación y en proceso de consolidación Litibu</i>
<i>\$2,700.00</i>	<i>\$1,680.00</i>

- La diferencia en los valores del terreno varia dependiendo de la infraestructura existente en los desarrollos así como el grado de consolidación de los mismos.

- En este caso con la aplicación del enfoque de costos, el peso relativo de terreno, construcciones, instalaciones especiales y accesorios, es el siguiente:

	<i>Valor Determinado</i>	<i>Terreno</i>	<i>Construcciones</i>	<i>Elementos y accesorios</i>
	<i>737,339,417</i>	<i>107,490,726</i>	<i>550,252,273</i>	<i>79,596,418</i>
<i>Pocentaje</i>	<i>100%</i>	<i>15%</i>	<i>75%</i>	<i>10%</i>

- Por lo tanto como el Inmueble cuenta con 261 suites, concluimos que el costo físico por unidad es de \$ 2'825,055.00
- Es importante destacar que como Valuadores Profesionales debemos perfeccionar nuestro conocimiento del valor de los inmuebles a fin de concluir los avalúos de propiedades especializadas como el estudiado, con un valor como Activo Fijo (valor físico o directo) siendo éste un campo en el que tenemos más capacidad y elementos de análisis, no así como para concluirlo con un avalúo de un negocio en marcha, esto debido a que además se requieren estudios financieros exhaustivos y realistas, puesto que se deben incluir todos los factores que afectan el valor del capital social, la revisión y análisis detallados de los balances auditados así como de los estados de ganancias y pérdidas.
- Es conveniente resaltar la necesidad del Valuador Profesional de conformar una base de datos de valores en zonas similares.
- Este tipo de avalúos es un nicho de mercado poco explotado que es importante fortalecer y así crear una amplia base de información, tanto en un avalúo realizado como Activo Fijo, como Negocio en Marca o como Proyecto

---

de Inversión, siendo primordial señalar que existe poco o prácticamente nulo movimiento de transacciones de este tipo de inmuebles en cada una de las localidades donde existen este tipo de desarrollos. Por lo tanto, en caso de ser necesario es recomendable extender nuestro análisis de estudio no solo en las zonas cercanas de influencia sino a todas la zonas con características similares en el país y así podremos ratificar el comportamiento de este tipo de bienes en un mercado global.