

43 a  
2 ej.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

"ESTUDIO DE PREINVERSION PARA LA INSTALACION DE UN  
HOTEL EN LA PLAYA MAJAHUA, EDO. DE GUERRERO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN ECONOMIA

P R E S E N T A N

GONZALEZ CRUZ SANDRA

SANCHEZ SOTO HERENIA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



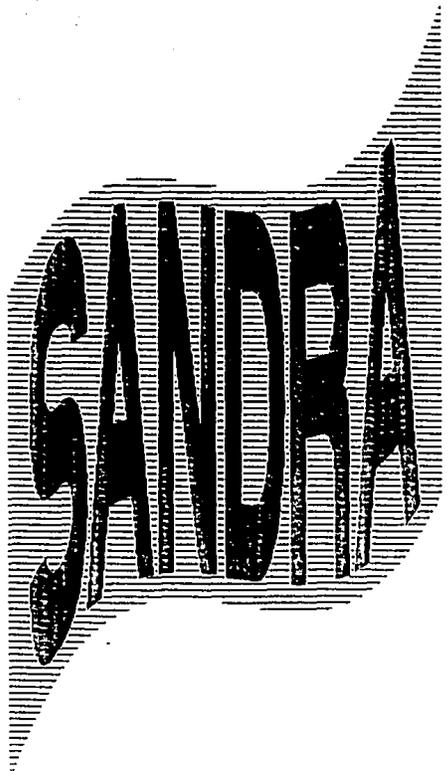
## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

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

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

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

# TESIS CON FALLA DE ORIGEN



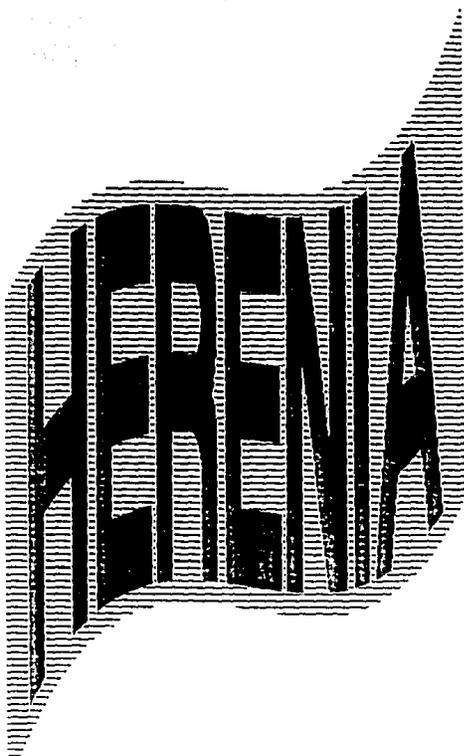
**A mis padres:**

**JOSE Y MARTHA**

**Por haberme enseñado que con responsabilidad  
y confianza en uno mismo, se pueden enfrentar  
los problemas que encontramos en nuestro  
camino, saliendo adelante día con día  
y trazandome nuevas metas**

**A mi familia:**

**Por la confianza y el cariño  
que me brindaron durante  
mi vida y el alentarme a  
seguir adelante.**



**A mi madre:**

**Gracias madre por todo el apoyo y amor con que he contado desde que estaba en tu ser, que ahora se ve compensado en una mínima parte en este pequeño pedáneo que hemos logrado alcanzar, resultado de tu comprensión y alisientes que siempre encontré en ti para seguir adelante en momentos difíciles.**

**A mis hermanos:**

**OVIDIO:**

**Porque este esfuerzo sea reflejo de motivación y aliciente a lo a largo de tú vida que apenas comienzas.**

**NOEL:**

**Gracias por haber encontrado en ti antes que al hermano, al mejor amigo con quien poder contar por siempre.**

**Y a pesar de ser más pequeño eres un estímulo en mi vida, y un ejemplo a seguir. Ello ha permitido, llegar a este momento muy importante.**

**A mi familia:**

La vida se vive con los demás.  
Vivir con los demás significa  
que tengo que compartirlo  
todo con ellos:  
que tengo que aceptarlos,  
acogerlos y quererlos.  
Sin los demás, la vida, el amor  
y la felicidad son una utopía.  
Estamos enlazados unos con otros  
mediante infinidad de hilos.  
Sólo puedo desarrollarme  
con ayuda de los demás.  
Los necesito, no sólo  
porque significaban mucho  
para mí.

Los necesito también  
porque puedo hacer mucho por ustedes.

**Phil Bosmans**

**CLAUDIA:**

He comprendido que a lo largo de la vida es difícil encontrar  
amigos, pero más difícil resulta aún encontrar a alguien como tú  
gracias por tu apoyo, comprensión, cariño y valiosa amistad que  
por muchos años nos ha unido.



**PROF.: JAVIER RUIZ LOPEZ**

**Con agradecimiento y cariño por haber compartido con nosotras sus conocimientos para la realización de la tesis, así como por habernos brindado su valiosa amistad y confianza.  
¡ MIL GRACIAS !**

**A la Lic. Ma. del Pilar Iturriaga Garcia:**

**Por su valiosa participación y entusiasmo en la determinación para llevar a cabo la realización de la tesis.**

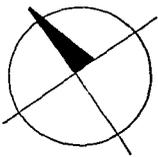
**Además de habernos dado la oportunidad de conocer a una gran mujer.**

**Al Sr. Rubén López  
Arquitectos Claudia y Salvador  
Ing. Pablo Baños Enciso**

**En agradecimiento por su valiosa colaboración en la elaboración de la presente tesis**

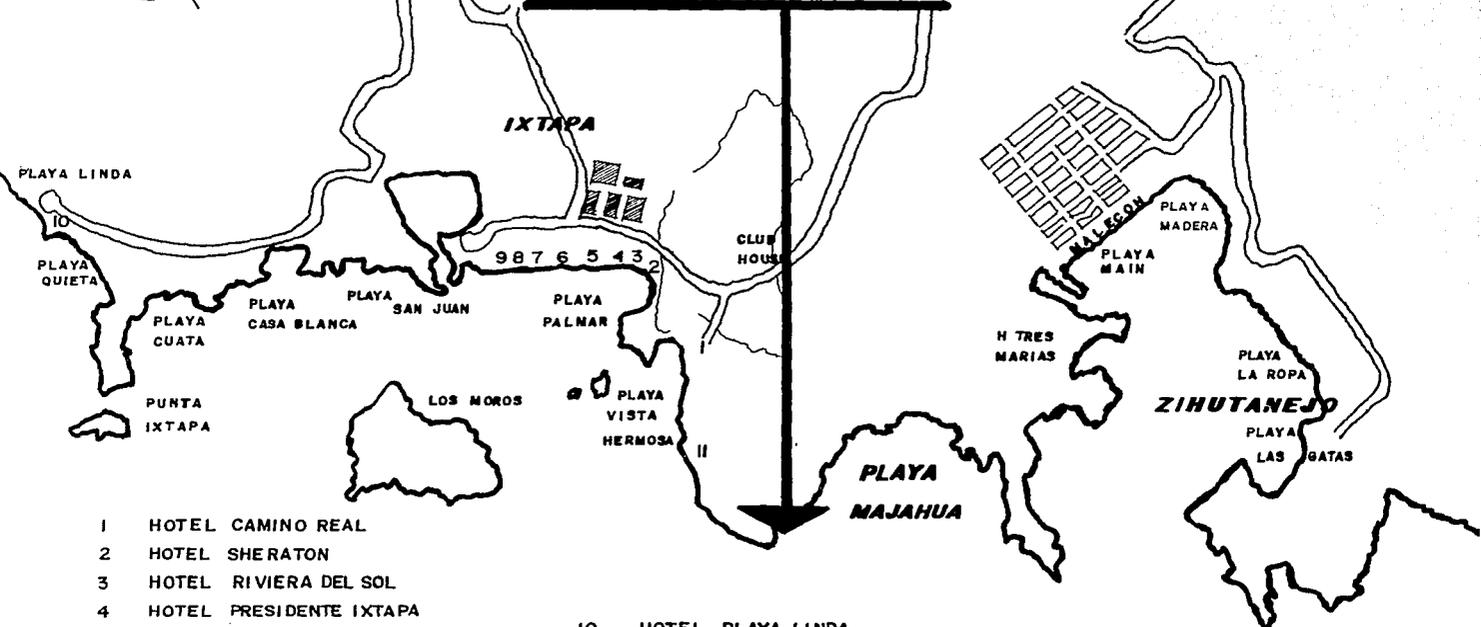
**A todos y cada uno de los profesores que han contribuido en nuestra formación.**

HOTEL PLAYA LA MAJAHUAL, S.A.  
IXTAPA - ZIHUATANEJO



**HOTEL  
MAJAHUA**

A ACAPULCO

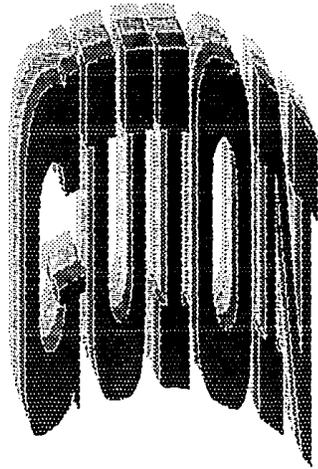


- 1 HOTEL CAMINO REAL
- 2 HOTEL SHERATON
- 3 HOTEL RIVIERA DEL SOL
- 4 HOTEL PRESIDENTE IXTAPA
- 5 HOTEL HOLIDAY INN
- 6 HOTEL DORADO PACIFICO
- 7 HOTEL KRISTAL
- 8 HOTEL OMNI
- 9 HOTEL POSADA REAL

- 10 HOTEL PLAYA LINDA  
TRAILER PARK
- 11 HOTEL PACIFICA

**IXTAPA**

**ZIHUTANEJO**



ESTUDIO DE PREINVERSION PARA LA INSTALACION  
DE UN HOTEL EN LA PLAYA MAJAHUA, EDO. DE GUERRERO

JUSTIFICACION

OBJETIVOS

CONCLUSIONES

I. PRESENTACION

II. LOCALIZACION

2.1. MACROLOCALIZACION

2.1.1. RELEVANCIA DEL AREA

2.2. MICROLOCALIZACION

III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANALISIS DE LA DEMANDA

3.1.1. AFLUENCIA DE VIAJEROS

3.1.1.1. DEMANDA HISTORICA DE VIAJEROS EXTRANJEROS

3.1.1.2. DEMANDA ACTUAL DE VIAJEROS EXTRANJEROS

3.1.1.3. DEMANDA HISTORICA DE VIAJEROS NACIONALES

3.1.1.4. DEMANDA ACTUAL DE VIAJEROS NACIONALES

3.1.2. PERMANENCIA

3.1.3. ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA

3.1.4. PERFIL GENERAL DEL CONSUMIDOR NACIONAL Y  
EXTRANJERO

3.1.4.1. VARIABLES SOCIOECONOMICAS

3.1.4.2. VARIABLES GEOGRAFICAS

3.1.4.3. VARIABLES MOTIVACIONALES

3.1.4.4. VARIABLES DE HABITOS DE CONSUMO, GUSTOS  
Y PREFERENCIAS

3.1.5. PROYECCION DE LA DEMANDA

3.2. OFERTA

3.2.1. OFERTA HISTORICA

3.2.2. OFERTA ACTUAL

3.2.3. OFERTA FUTURA

3.3. BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

3.4.1. CARACTERISTICAS GENERALES

3.4.2. COMERCIALIZACION

4.4.1.1 PUBLICIDAD

4.4.1.2. PROMOCIONES

4.4.1.3. RELACIONES PUBLICAS

4.4.1.4. DE ACCION INMEDIATA

#### IV. ESTUDIO TECNICO

##### 4.1. PROGRAMA ARQUITECTONICO

###### 4.1.1. DIMENSIONES

###### 4.1.2. DISEÑO

###### 4.1.2.1. ANTEPROYECTO ARQUITECTONICO

##### 4.2. COSTO DE OBRAS CIVILES

##### 4.3. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

###### 4.3.1. TERRENO

###### 4.3.2. ADECUACIONES INFRAESTRUCTURALES

###### 4.3.3. EDIFICACIONES

###### 4.3.4. EQUIPO

###### 4.3.5. MOBILIARIO

###### 4.3.6. LENCERIA Y CRISTALERIA

###### 4.3.7. GASTOS PREOPERATIVOS

###### 4.3.8. CAPITAL DE TRABAJO

###### 4.3.9. IMPREVISTOS

###### 4.3.10. CONCENTRADO PRESUPUESTO DE INVERSIONES

#### V. ESTUDIO FINANCIERO

##### 5.1. CALENDARIO DE INVERSIONES

##### 5.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL

###### 5.2.1. MINISTRACION DEL CREDITO

###### 5.2.1.1. AMORTIZACION DEL CREDITO REFACCIONARIO

###### 5.2.1.2. AMORTIZACION DEL CREDITO AVIO

##### 5.3. PRONOSTICO DE INGRESOS

###### 5.3.1. CONCENTRADO DE INGRESOS

##### 5.4. PRONOSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES

###### 5.4.1. POR HOSPEDAJE

###### 5.4.2. POR RESTAURANTE

###### 5.4.3. POR BAR

###### 5.4.4. POR OTROS SERVICIOS

###### 5.4.5. CONCENTRADO DE COSTOS

###### 5.4.6. POR PROMOCION Y PUBLICIDAD

###### 5.4.7. AREA ADMINISTRATIVA

###### 5.4.8. DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO

###### 5.4.9. GASTOS ENERGIA ELECTRICA AGUA Y COMBUSTIBLE

###### 5.4.10. OTROS GASTOS

###### 5.4.11. CONCENTRADO DE GASTOS

##### 5.5. COSTOS FIJOS

###### 5.5.1. COSTOS FIJOS PROYECTADOS

##### 5.6. COSTOS VARIABLES PROYECTADOS

- 5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO
  - 5.7.1. PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO
  - 5.7.1. PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO
  
- 5.8. ANALISIS DE LA POSICION FINANCIERA ESPERADA DEL PROYECTO
  - 5.8.1. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA
  - 5.8.2. BALANCE GENERAL PROFORMA
  - 5.8.3. RAZONES FINANCIERAS
  - 5.8.4. FLUJO DE EFECTIVO PROFORMA
  - 5.8.5. VALOR PRESENTE NETO
  - 5.8.6. TASA INTERNA DE RETORNO
  - 5.8.7. PERIODO DE RECUPERACION
  - 5.8.8. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

## VI. ORGANIZACION

- 6.1. SELECCION DE LA SOCIEDAD
- 6.2. ESTRUCTURA JURIDICA
- 6.3. ORGANIGRAMA
- 6.4. FLUJOGRAMA

## VII. ESTUDIO COMPLEMENTARIO

- 7.1. PROBLEMATICA LEGAL
- 7.2. PROBLEMATICA SOCIAL
- 7.3. PROBLEMATICA ECOLOGICA

## ANEXOS

## INDICE DE PLANOS

## BIBLIOGRAFIA

JUSTICE COURT

## JUSTIFICACION

El turismo en México es una actividad económica que a través de los años se ha convertido en un elemento fundamental en el proceso de desarrollo del país, por ser una fuente importante de captación de divisas, generación y promoción del desarrollo regional.

Nuestro país cuenta con una riqueza de recursos de todo tipo, la belleza de sus playas , lagunas, bosques y montañas , con su gran diversidad de flora y fauna, así como las zonas arqueológicas, que aunados a las costumbres típicas de cada región presentan un marco espectacular lleno de encanto y magia. Esta diversidad de recursos conforman un patrimonio de muchísimo valor tanto para el mercado nacional, como para el mercado internacional.

Esta belleza natural con que cuenta el país son dignas de atención para cualquier inversionista, por ello, el Gobierno de la República ha tomado las medidas necesarias que permitan el impulso de proyectos turísticos mediante el otorgamiento de fideicomisos.

De lo anterior se desprende nuestra preocupación de participar en la realización de un proyecto turístico que contribuya positivamente en la economía nacional, en ello tiene origen nuestra especial atención "El Desarrollo Turístico la Majahua" ubicado entre Ixtapa y Zihuatanejo en el Estado de Guerrero, del cual tuvimos conocimiento, en la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial, en la Dirección de Promoción Externa en Servicios, particularmente en la Subdirección de Promoción Externa en Servicios Turísticos y Sociales, institución en la que llevamos acabo la realización de nuestro servicio social.

El Desarrollo Turístico la Majahua presenta los siguientes lineamentos:

\* La construcción de un poblado de ambiente mexicano-español tomando en cuenta las características del lugar, bajo las siguientes fases:

- 4 LOTES HOTELEROS
- 12 LOTES CONDOMINALES
- 18 LOTES PARA VILLAS TURISTICAS
- 44 LOTES RESIDENCIALES
- UNA ZONA COMERCIAL
- UNA ZONA PARA CLUB DE PLAYA

En la realización del proyecto intervienen varias disciplinas pero nuestro interés radica en el estudio de preinversión para la instalacion de un hotel en uno de los cuatro lotes hoteleros , para demostrar, que el sector turistico puede generar recursos que reactiven en gran medida a la economía nacional, generen

empleos y divisas entre otros beneficios.

En la realización de este trabajo se manifiestan evidentemente los conocimientos adquiridos durante la Carrera de Licenciado en Economía.

ORBITOS

## **OBJETIVOS CENTRALES**

\* DEMOSTRAR QUE EL SECTOR TURISTICO PUEDE CONTRIBUIR POSITIVAMENTE A REACTIVAR LA ECONOMIA NACIONAL.

\* DEMOSTRAR QUE EL SECTOR TURISTICO RESULTA UN RENGLON INTERESANTE EN LA GENERACION DE PROYECTOS, EN LOS CUALES SE APROVECHEN LOS RECURSOS NATURALES.

\* DEMOSTRAR QUE LA CREACION DE PROYECTOS TURISTICOS RESULTAN ATRACTIVOS PARA EL INVERSIONISTA TANTO NACIONAL COMO EXTRANJERO.

## **OBJETIVOS PARTICULARES**

- \* DEMOSTRAR QUE LA INSTALACION DE UN HOTEL ES REALMENTE FACTIBLE.**
- \* DEMOSTRAR QUE LA INSTALACION DE UN HOTEL ES CAPAZ DE GENERAR EMPLEOS EN EL LUGAR DE SU DESARROLLO.**

# CONCLUSIONS

La realización del presente trabajo de tesis demuestra que en la evaluación de cualquier proyecto es imprescindible llevar a cabo todo un estudio que proporcione los elementos de juicio para tomar decisiones de efectuar o no inversiones.

Así mismo la elaboración de este trabajo ha permitido que se apliquen los conocimientos adquiridos.

Del estudio técnico, económico y financiero del proyecto para la instalación de un hotel en la playa Majahua en el Estado de Guerrero, se desprenden las siguientes conclusiones:

El sector turístico en México representa en el aspecto económico un lugar prioritario en el desarrollo nacional. El turismo tiene una magnitud económica de tal relevancia que se expresa en el 7% del PIB, el 8% en la generación de divisas y el 9% de la fuerza de trabajo, ya que uno de cada once mexicanos trabajan en esta actividad para 1992.

De los principales 15 países receptores tanto de turistas como de ingresos por turismo para 1992 está en 1er. lugar Francia en captación de turistas con 58'000,000 personas y el 2º lugar en la captación de ingresos con 22,190 millones de dólares, posición contraria a la presentada por Estados Unidos, que ocupó el 2º lugar en la captación de turistas con 45'500,000 de personas y el 1º en la captación de ingresos por turismo con 49.000 millones de dólares, por su parte México ocupó el 8º lugar en la captación de divisas con 17'272,000 turistas y el 13º lugar en la captación de ingresos por turismo internacional con 4,471 millones de dólares.

México cuenta con una belleza natural, ya que a lo largo del territorio existen zonas dignas de admiración, que en su mayoría no han sido impulsadas o están en proceso de desarrollo. Por ello, la necesidad de la inversión tanto nacional como extranjera que permitan dar impulso a los diferentes puntos en la república mexicana, que pueden ser dignos de reconocimiento a nivel mundial.

Es importante hacer resaltar que esto es una realidad, ya que es parte del "Megaproyecto la Majahua" en donde se contempla lograr una infraestructura que permita la construcción de 4 hoteles, 18 villas turísticas, 12 condominios, 44 residencias, 1 zona comercial y un club de playa. Aclaremos que este megaproyecto contempla únicamente la lotificación del lugar, por lo que los lotes se van a poner en venta.

Su localización geográfica es estratégica por su cercanía con las principales ciudades generadoras de turismo en México y Estados Unidos; es de fácil acceso por avión: 3 hrs. desde los Angeles, 5 hrs. desde Nueva York y a sólo 35 min. de la Ciudad de México.

La puesta en operación de la autopista Cuernavaca - Acapulco y en un futuro no muy lejano el inicio de la autopista Acapulco - Zihuatanejo beneficiará a este polo de desarrollo, a reducir los tiempos de recorrido desde la ciudad de México a niveles comparables con los que se tiene en la actualidad hacia Acapulco.

Para 1980 de los 4'144,000 visitantes extranjeros a México 2'101,000 personas visitaron los centros turísticos costeros, lo que representó el 50.39% del total, para 1982 el 54.60% visitó los mismos centros costeros, es decir, 2'056,800 personas, en 1985 fue el 69.28%, aunque en términos absolutos se presenta un fuerte crecimiento, en términos relativos el crecimiento es menor.

Los visitantes extranjeros Estadounidenses representan más del 70% en los últimos años por lo que es necesario tomar medidas que permitan hacer crecer la demanda de turistas procedentes de otros países.

El turismo a nivel Nacional como del Estado, se ha incrementado pero ello no ha resultado relevante a nivel nacional, ya que en proporción ha descendido en 1990 de 20.18 a 16.38% para 1992, resulta necesario aclarar que en cuanto a la afluencia de turismo se ha ido incrementando así de 1990 al 91 en 20.73% y de 1991 a 92 en 12.91%.

#### TURISMO NACIONAL

El ingreso promedio mensual de los demandantes de estos servicios fue para el 1er. trimestre de 1993 de N\$ 3,019.00 (monto menor) en 20% al de N\$ 3,778.00 registrado en 1992, siendo de N\$ 3,616.00 en el caso de los visitantes que tenían entre 41 y 60 años. En esta ocasión el 20% de la corriente obtuvo ingresos superiores a N\$ 4,751.00 en tanto que 1992 el ingreso más alto era de N\$ 4,750.00.

La ocupación más frecuente fue la de ejecutivo que era desempeñada por el 22% de los visitantes (27% en 1992); le siguieron con 20% la de empleados públicos (24% en 1992), y empresarios (12% en 1992), amas de casa con 11% (9% en 1992), estudiantes 6% (7% en 1992), retirados 4% y obreros 2% (1% en 1992).

#### TURISMO EXTRANJERO

El ingreso promedio anual de estos visitantes fue de 84,500 dólares, monto menor en 20.6% al que manifestaron los del mismo lapso de 1992, esta percepción subió a 91,800 en los viajeros repetitivos y a 94,900 en los que tenían entre 41 y 60 años. En esta ocasión el 11% de ellos tenían ingresos superiores a los 160 mil dólares, en tanto que en el mismo lapso de 1992 el más alto era de 160 mil.

La ocupación más frecuente fue la de empresario que era desempeñada por 39% de ellos (28% en 1992), le siguieron las de ejecutivos 12% (15% en 1992), empleados públicos 10% (8% en 1992), y retirado 8% (igual que en 1992).

En 1992 en Ixtapa-Zihuatanejo se contaba con 4110 cuartos en hoteles, lo cual presentó una variación respecto a 1991 del (3.77%) y una ocupación de 44.84% que en términos relativos representa 1,841 cuartos ocupados en promedio. Para junio de 1993 existen 4,130 cuartos presentando un incremento de 0.49%, lo que nos indica que no se registró un aumento significativo en la oferta hotelera. Por lo que se refiere a los establecimientos por categoría, se encuentran 864 cuartos de gran turismo, con una ocupación del 54.5%, los hoteles de 5\* ofrecen 1,636 cuartos con una ocupación de 48.5%, 1045 cuartos de 4\* con una ocupación de 33.8% finalmente los hoteles de 3,2 y 1\* presentan una ocupación de 29.9%, 29.1%, 31.3% respectivamente.

De acuerdo al tipo de consumidor a captar, se efectuó obteniendo una tendencia creciente de la demanda de alojamiento en hoteles de categoría de 4 y 5 estrellas, la demanda futura para determinar el número de cuartos de hoteles en estas categorías que serán demandados hasta el año 2004.

La oferta depende de factores muy distintos a los de la demanda (planes de desarrollo económico) por lo que no puede ser proyectada por ningún método matemático, de ahí que únicamente se tomarán en consideración las series históricas de 1985-1992 para realizar el balance oferta-demanda y determinar de esta manera la demanda insatisfecha lo que dió como resultado para 1992 , 766 cuartos categoría de 4 y 5\*. De dicha oferta el proyecto pretende satisfacer 277 habitaciones, lo que generaría empleo para 87 personas. Cabe señalar que el lote hotelero escogido en el megaproyecto tiene ciertas restricciones, como es el de no poder construir más de 300 cuartos hoteleros además de considerar los 3 lotes hoteleros restantes.

La problemática del lugar radica en que la población en su mayoría no cuenta con estudio y con instituciones superiores que puedan solventar las necesidades de la comunidad.

Lo que repercute en no contar con mano de obra calificada en el ramo.

Se hizo necesario levantar una encuesta en el lugar en donde nos pudimos percatar de la opinión de la población, ante la construcción de este megaproyecto en donde decían: La población en general en su mayoría (encuestados), tienen conocimiento del proyecto turístico la Majahua, coinciden en que ello incrementaría la afluencia de turismo al lugar. Pero es indudable el descontento que existe en cuanto a la infraestructura que prevalece. Ya que las carreteras no permiten el rápido acceso al lugar, por lo que comentan que antes de realizar cualquier

proyecto se debe considerar como objetivo principal lo antes mencionado.

Hoy en día el aspecto ecológico juega un papel importante en el desarrollo de proyectos en cualquier sector, debido a las repercusiones en el medio ambiente que pueda generar, que por ese lado no nos preocupa siendo que es un sector que no genera contaminantes al medio ambiente lo que lo hace nuevamente atractivo. Cuenta con una reserva ecológica considerable, que fue establecida por gente especializada en el área, y que el proyecto respetará y no va alterar en lo más mínimo, pero en caso de que fuera así se tendría que corregir.

El aspecto técnico se llevó a cabo mediante el trabajo y asesoramiento de 2 arquitectos, los cuales realizaron el diseño del proyecto, de acuerdo a las condiciones que establecían para su construcción además de considerar la demanda insatisfecha a cubrir por lo que contempla: 4 Torres destinadas al hospedaje; área administrativa, mantenimiento, lavandería, tintoría, restaurante y bar; una plaza estilo mexicano-español; espacios deportivos para canchas de volibol y tenis, además de alberca y chapoteadero; estacionamiento; corredores; plaza de acceso. Distribuida en una área de 37,161.32 m<sup>2</sup> lo que representó una inversión total en obra civil de N\$164'337,046.00, dicha cantidad fue determinada en base a una persona con experiencia en obras, la cual en base a las características del diseño, determinó que requeriría de 400 personas en mano de obra para dicha construcción.

Lo que implica una INVERSION total en obra civil de N\$164'337,046.00.

Dadas las características del hotel, éste podrá competir con hoteles de 4 y 5 estrellas, de acuerdo a la calidad y cantidad de servicios que podrá brindar.

Obteniendo una INVERSION TOTAL de N\$ 209'034,346.00.

Por lo que se consideró una estructura financiera del 40% para el capital social y 60% del crédito de dos tipos, el cual se considero bajo dos formas, un crédito refaccionario y uno de avío.

La empresa generaría utilidades desde el primer año, lo que permite señalar que podría cubrir sus costos y gastos, así como sus gastos financieros, sin embargo al efectuar la evaluación de la Rentabilidad y de otros indicadores dió como resultado:

- Un VPN de N\$-98'751,678.00.
- Una TIR de 4.86%.
- Un PRI de 9.41%.

En el análisis de sensibilidad se incrementaron las ventas un 15%, así como un alargamiento del periodo de amortización del crédito refaccionario a 13 años con 3 de gracia. Dando como resultado:

- Un VPN de N\$-23'958,338.00.
- Una TIR de 13.35%.
- Un PRI de 8.67%.

Lo que nos permite apreciar que a pesar de los cambios efectuados, los resultados de los factores de evaluación no cambian sensiblemente, por lo que puede concluirse que desde el punto de vista financiero el proyecto no es viable.

Podemos concluir de manera general que el turismo si es generador de empleo y atrae divisas al país, por lo que se le debe prestar mayor atención. Además de ser un generador de la dinámica regional que va a repercutir en el desarrollo del país.

Los proyectos turísticos resultan un motor para activar la economía, aunque éste no resultó rentable, pero que si se considera algunas variantes y un tiempo de maduración, con visión de ampliación en el futuro resultaría rentable.

A México le conviene explotar racionalmente sus recursos naturales, lo que implicaría fomentar la inversión extranjera al país, pero bajo la rectoría de los intereses nacionales.

1

RESISTANCE

El turismo en México es una actividad económica que a través de los años se ha considerado como prioritaria en el proceso de desarrollo del país, por ser una fuente importante de captación de divisas, generación y promoción del desarrollo regional.

El sector turístico en México representa en el aspecto económico un lugar prioritario en el desarrollo regional. El turismo tiene una magnitud económica de tal relevancia que se expresa en el 7% del PIB, el 8% de la generación de divisas y el 9% de la fuerza de trabajo, ya que uno de cada 11 mexicanos trabajan en esta actividad para 1992.

Dado lo anterior el turismo presenta una dinámica decrecimiento, ante lo cual tiende a una competencia cada vez mayor dentro de este mercado, de ahí que se recurra a todo tipo de publicidad y promoción de los diversos sitios turísticos del mundo, debe señalarse que ésta fue una de las causas que provocó la disminución del movimiento turístico en nuestro país durante 1981 y 1982 que pasó de 4 038 000 a 3 767 000 visitantes, en 1985 nuevamente se interrumpe el crecimiento de la afluencia de turismo internacional, debido al impacto causado por los sismos de septiembre de ese año, la promoción de publicidad de los organismos oficiales frente a destinos competitivos tanto estadounidenses (Hawai) como los de otros países (Japón), cuya fuerte divulgación y abaratamiento de tarifas internacionales de servicios, así como la calidad de éstos, ofrecen una alternativa de consideración frente a los destinos turísticos que brinda México, este hecho hace que la participación del mercado de los Estados Unidos presente una tendencia decreciente, comparado con el turismo proveniente del resto de América Latina.

Por otra parte, Cánada y Europa, presentan un incremento en su afluencia turística al país.

En cuanto a los principales 15 países receptores de turistas como de ingresos por turismo en 1992 Francia ocupó el 1er. lugar en captación de turistas con 58 000 000 de personas y el 2o. lugar en la captación de ingresos con 22'190 millones de dólares, posición contraria a la presentada por Estados Unidos, que ocupó el 2º lugar en la captación de turistas con 45'500,000 de personas y el 1º en la captación de ingresos por turismo con 49,000 millones de dólares, por su parte, México ocupó el 8º lugar en la captación de divisas con 17'272,000 turistas y el 13º lugar en la captación de ingresos por turismo internacional con 4,471 millones de dólares.<sup>1</sup>

La participación turística de México en el ámbito internacional se debe a dos razones fundamentales:

1. Al clima, aunado a la belleza de las costas y playas con que cuenta el país.
2. A su vecindad con Estados Unidos, que representa el mayor

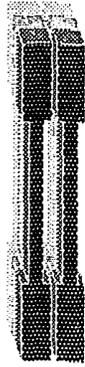
exportador de corrientes turísticas a nivel mundial.

La importancia de la actividad turística ha llegado a adquirir una categoría prioritaria en el esquema de desarrollo económico-social de muchas naciones. Por lo anterior, en los planteamientos de desarrollo del turismo, que en forma general se han adoptado en México, se distinguen dos grandes vertientes, el turismo nacional y el turismo receptivo (extranjero).

El esfuerzo realizado para equilibrar las dos vertientes que no son excluyentes o competitivas entre sí, permiten a la actividad turística ser considerada en el proceso de planeación del desarrollo, como un instrumento apropiado de desenvolvimiento regional. La política de creación de centros turísticos que lleva a cabo el Gobierno Federal a hecho posible instalar polos de desarrollo regional.

Se concibe al turismo como factor motriz de primera importancia dentro de la estrategia para alcanzar las metas para el desarrollo nacional, ya que requiere la participación de todos los sectores productivos y de servicios, que necesariamente tienen que confluír para el buen funcionamiento del sector.

Debido a lo anterior, el gobierno ha replanteado las



## 2.1. MACROLOCALIZACION

El Estado de Guerrero con una extensión territorial de 63,794 km<sup>2</sup>, limita con los estados de México, Morelos y Puebla al Norte; con el Océano Pacífico al Sur; con Oaxaca al Este y Michoacán al Oeste.<sup>2</sup> (ver mapa 1)

Guerrero es en México sinónimo de turismo, playas y sol, con poblados y fértiles valles, montañas cubiertas de pinos, llanuras costeras. Además, dispone de una infraestructura propia para el desarrollo del turismo misma que más adelante se describe.

Lo más conocido del Estado de Guerrero es la Costa del Pacífico, ya que representa un paraíso para el viajero que gusta de los deportes acuáticos, así como de disfrutar la calidez del sol y las aguas.

El renglón económicamente más importante es el turismo, centrado en Acapulco, el centro vacacional más conocido del país y en Ixtapa-Zihuatanejo moderno conjunto turístico, cuya fama mundial aumenta cada día. Su desarrollo ha ejercido una gran influencia en la dinámica del ámbito regional, modificando la estructura productiva, que de ser prioritariamente agrícola, pasa a concentrarse en el desarrollo terciario, específicamente en el subsector turismo, lo que a su vez a generado importantes cambios en los patrones de comportamiento y movilidad de los pobladores.

Por lo anterior, ha quedado en segundo lugar la agricultura, siendo que se producen cantidades importantes de maíz, ajonjolí, copra, café, cacao, plátano, cacahuete y arroz. También sobresale el cultivo de plantas medicinales como gordolobo, anís, achiote, árnica, eucalipto y toloache.

La ganadería se desarrolló principalmente en la Costa Chica con ganado bovino. En cuanto a la pesca, las aguas del estado son ricas en lisa, huachinango, mojarra, pargo, camarón, langosta, langostino, tiburón, ostión, pulpa y almeja.

La minería es una actividad importante, ya que se explotan yacimientos de barita, plomo, zinc y plata. De los bosques del estado se extraen maderas finas y de construcción en cantidades considerables.<sup>3</sup>

### 2.1.1. RELEVANCIA DEL AREA

El área metropolitana de Ixtapa-Zihuatanejo, se localiza en la parte Oeste del estado de Guerrero sobre la costa a 234 km. del puerto de Acapulco y a 120 km. de Lázaro Cárdenas Michoacán, en el meridiano oeste 101°33' y paralelo norte 17°38' con una

superficie de 2,015 hectáreas aproximadamente.<sup>4</sup>

Su localización geográfica es estratégica por su cercanía con las principales ciudades generadoras de turismo en México y Estados Unidos; es de fácil acceso por avión: 3 hrs. desde los Angeles, 5 hrs. desde Nueva York y a sólo 35 min. de la Ciudad de México. (ver mapa 2)

En seguida se presenta un cuadro de distancias de las principales ciudades del país a Ixtapa-Zihuatanejo por carretera.

#### CUADRO DE DISTANCIAS (kilómetros)

Aguascalientes, Ags.	819
Cd. Victoria, Tamps.	1236
Colima, Col.	756
Cuernavaca, Mor.	551
Culiacán, Sin.	1562
Guadalajara, Jal.	830
Guanajuato, Gto.	680
México, D.F.	636
Monterrey, N.L.	415
Morelia, Mich.	510
Oaxaca, Oax.	895
Pachuca, Hgo.	728
Puebla, Pue.	731
Pto. Escondido, Gro.	641
Querétaro, Qro.	705
San Luis Potosí.	890
Tampico, Tamps.	1108
Tapachula, Chis.	1675
Tehuacán, Pue.	851
Tlaxcala, Tlax.	761
Toluca, Méx.	667
Tuxpan, Ver.	976
Villahermosa, Tab.	1499
Veracruz, Ver.	1060
Zacatecas, Zac.	974

-----  
FUENTE: Guía Turística Histórica y Geográfica de México.

Ixtapa es un nombre de origen náhuatl (Iztatl) que puede traducirse como "el lugar blanco", colinda con los siguientes municipios: al norte Coayutla, al este Petatlán, al oeste con la Unión y al sur con el dorado pacífico de México, nombre con el cual actualmente se le conoce a la costa del pacífico.

Tanto Ixtapa como Zihuatanejo se encuentran en el municipio José Azueta, siendo Zihuatanejo cabecera municipal, se localiza al noroeste de la bahía del mismo nombre en el litoral del pacífico,

precisamente donde termina la llamada costa grande, que se extiende desde el litoral del pacífico hasta la parte más alta de la Sierra Madre del Sur.

Está limitada por tierra firme al noroeste y al norte, al sur por la península de Punta Descanso que se extiende del noroeste al suroeste. En esta orientación, la profundidad de la bahía disminuye hacia el interior rodeado de una serie de eminencias que la protegen de los vientos. Frente a la entrada se encuentra el Islote Roca Negra de vegetación exuberante, en la que abundan diversas aves.<sup>5</sup>

Zihuatanejo cuenta con 5 playas:

1. Playa Municipal, localizada frente a la ciudad. En donde se sitúa el muelle del puerto.
2. Playa La Madera es la más pequeña de la zona.
3. Playa La Ropa es la playa central de la bahía y la más grande de todas (1,200 m de longitud aproximadamente).
4. Playa Las Gatas en la que se encuentra un rompe olas de piedra y gran variedad de corales.
5. Playa la Majahua hasta hoy la playa más atractiva por su situación estratégica entre Ixtapa y Zihuatanejo, además de su extraordinaria privacidad y paisaje circundante. Por ello, el interés del desarrollo de un proyecto turístico en la zona.

#### **ATRATIVOS NATURALES**

La Majahua donde la belleza natural se disfruta desde cualquier punto, así como sus bellos amaneceres y sus puestas de sol; su bella y amplia playa, acantilados y riscos enmarcan esta extraordinaria belleza natural.

El lugar se encuentra en un bello paisaje en donde existen varios tipos de vegetación tropical, rica en especies de diferentes alturas y con abundantes bejucos, se denomina selva o bosque tropical.

En el Dorado Pacífico de México hay playas propias para la práctica del buceo, natación y pesca.

En sus aguas abundan las tortugas de mar y numerosas variedades de mariscos que se acercan a las playas donde pueden pescarse fácilmente, mientras en los alrededores se puede practicar la cacería de aves y jabalíes sólo en periodos establecidos.

A lo largo de la exótica y abundante sierra se desplazan algunas especies animales, por ejemplo: león americano, jaguar etc..<sup>6</sup>

Estos atractivos son determinados por los diferentes factores climatológicos predominantes del lugar:

a) Temperatura:

La temperatura promedio anual se forma de la siguiente manera: la mínima 20.3°C., la media 27.7°C. y 32.7°C. la máxima, sin cambios extremosos, lo que permite determinar que la temperatura en el sitio es generalmente confortable.<sup>7</sup>

b) Clima

Cuenta aproximadamente con 200 días soleados, 80 nublados y 80 lluviosos . El clima más caluroso (mayor de 27°) se registra en los meses de marzo a junio y de julio a noviembre son refrescantes debido a las abundantes precipitaciones pluviales.

Las lluvias se presentan en junio, julio, agosto y septiembre. Su precipitación media es de 1,582 mm.<sup>8</sup>

Esto significa que evaluando y comparando otros centros turísticos similares, nacionales e internacionales, tanto del Pacífico como del Caribe, las condiciones de temperatura y precipitación pluvial juegan un papel importante para hacer confortable y agradable la estancia del turista.

Por lo que respecta a los vientos, en general, en esta zona son suaves. El clima predominante en la zona es cálido-subhúmedo, con lluvias abundantes en el verano y escasas en invierno.

### **ATRATIVOS CULTURALES**

En Ixtapa y sus alrededores festejan y se visten de gala, sobre todo, en junio que es, por así decirlo, el mes de Ixtapa-Zihuatanejo, comenzando el día 1° que es el día de la marina y continuando todo el mes con múltiples celebraciones, carreras de autos, exposiciones de arte, bailes y desfiles en las calles. En septiembre también se organizan carreras de automóviles y el día 16 al igual que en todo el país se festeja la independencia nacional con una gran feria popular. En este mismo mes o en octubre, se lleva a cabo el renombrado maratón del Río Balsas.<sup>9</sup>

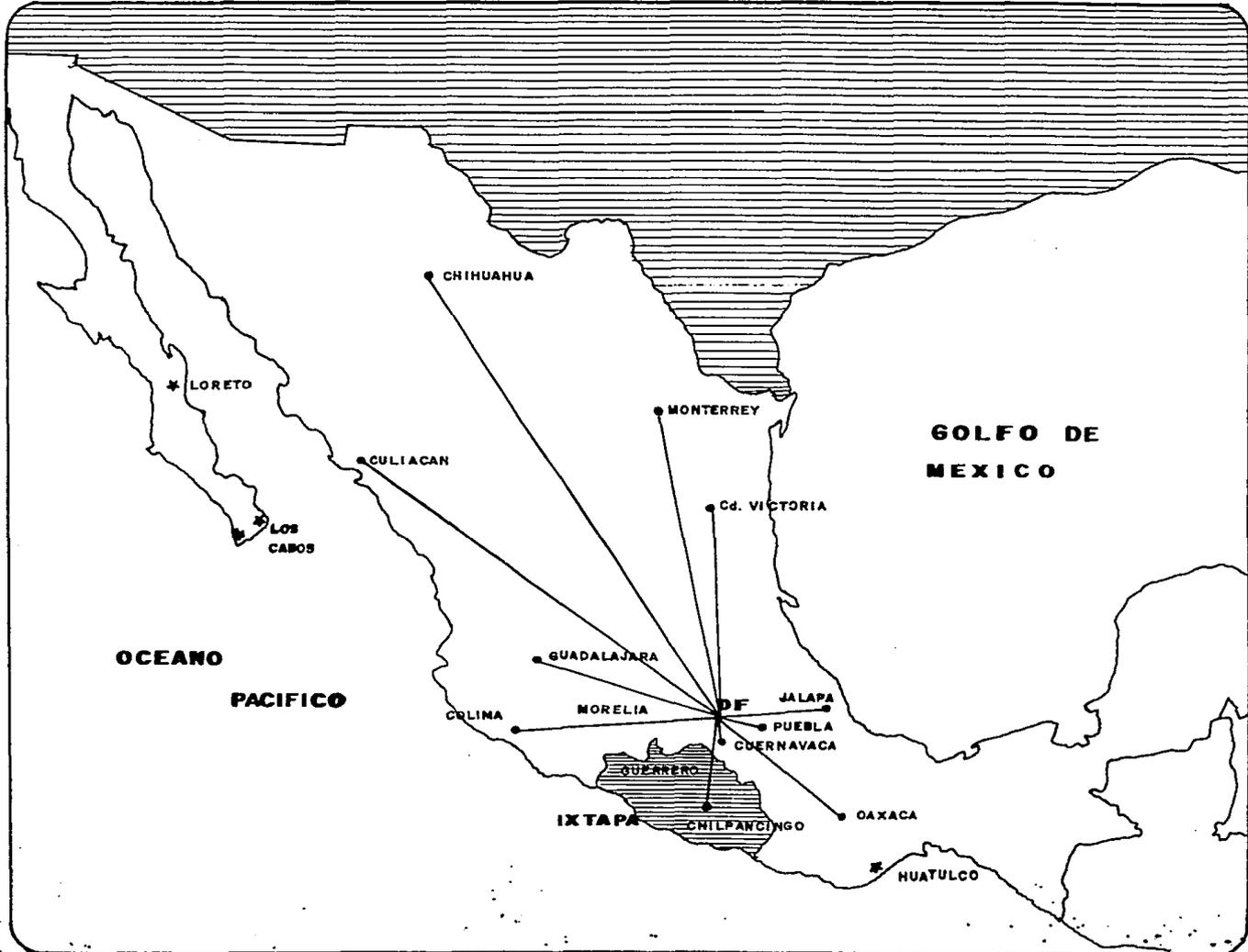
En fin, todo el año se está de fiesta, organizando encuentros deportivos, torneos de pesca y maratones de vela, entre otros eventos. Además en el pueblo de Petatlán ofrece interesantes vestigios arqueológicos y en su santuario se encuentra la imagen del Cristo de Petatlán, reconocido en todo el estado como muy milagroso. Ubicado a 8 km. de Zihuatanejo por la carretera a Acapulco.

Un atractivo muy especial lo ofrece Las Salinas a 46 km. de Zihuatanejo por la misma carretera a Acapulco en donde se mantiene la tradición prehispánica de producir sal por evaporación, lo que resulta interesante conocer.

En cuanto a sus artesanías destacan artículos de madera, metal, cerámica, concha, y piedras preciosas, sandalias y huaraches, cestos de palma y objetos de madera laquada como charolas, baúles y cajitas de Olinalá.

Como homenaje a sus intensos litorales, la comida típica guerrerense se basa en platillos a base de pescados y mariscos. En Ixtapa-Zihuatanejo se preparan de maneras diversas, además de las deliciosas frutas tropicales con sus variados colores y sabores.

Por lo que podemos concluir que se brinda toda una gama de actividades, que permiten tener ocupado al turista durante su estancia en el lugar. Por lo tanto, resulta relevante nuestra inquietud en la instalación de un hotel en la playa "La Majahua", zona de gran belleza natural, propia para vacacionar y lograr la captación de turistas tanto nacionales como extranjeros.





## **2.2. MICROLOCALIZACION**

Dado lo anterior, el proyecto que se propone se encuentra ubicado en la zona vacacional con imagen reconocida a nivel nacional e internacional Ixtapa-Zihuatanejo, municipio de José Azueta, en la región de la Costa Grande, al suroeste del estado de Guerrero. (ver mapa 3)

En los últimos años esta zona ha tenido un fuerte auge en la participación de la actividad económica en la entidad, esto debido al desarrollo del turismo que se ha incrementado en el lugar.

Ixtapa ofrece atractivos de esparcimiento y vida nocturna, posee una fuerte planta hotelera, al igual que Acapulco.

Cabe mencionar, que estos sitios se encuentran sobresaturados de demanda, siendo en ocasiones insuficiente la oferta hotelera y restaurantera que posee el lugar.

Por su parte Zihuatanejo a pesar de ser un atractivo similar muestra una imagen distinta, en donde se ofrecen playas y lugares menos concurridos pero con mayor autenticidad.

### **SERVICIOS<sup>10</sup>**

Por las características antes mencionadas se puede aprovechar la infraestructura ya creada en Ixtapa-Zihuatanejo:

### **AGUA POTABLE Y DRENAJE**

El sistema de abastecimiento de agua para la zona turística lo constituye una galería de pozos a lo largo del río Ixtapa.

Con respecto a la planta de tratamiento sanitario de drenaje existe una planta de tratamiento biológico con ventilación mecánica situada a un kilómetro de la zona hotelera de Ixtapa. Las aguas tratadas se utilizan para el riego de las áreas verdes.

### **ELECTRIFICACION**

La fuente de energía eléctrica está integrada al sistema nacional de la Comisión Federal de Electricidad.

La línea de aprovechamiento eléctrico se une al sistema hidroeléctrico entre Acapulco y las plantas generadoras del Río Balsas, el sistema de electrificación se complementa con dos

líneas alimentadoras más instalaciones subterráneas.

### **TELECOMUNICACIONES**

El conmutador central de telecomunicaciones se localiza en Zihuatanejo al cual se conecta Ixtapa por medio de una línea aérea que va por la carretera federal.

Los mismos conductos subterráneos para la energía eléctrica se utilizaron para los conductos telefónicos en la zona hotelera.

### **DRAGADOS Y RELLENOS**

Como parte de las obras hidráulicas de protección, existen 4 diques de separación para protección de la zona turística de las aguas pluviales que son captadas y conducidas por el canal de la puerta y son desviadas por los diques a la desembocadura del río Ixtapa.

### **AEROPUERTO**

Zihuatanejo cuenta con un aeropuerto internacional que puede ser aprovechado por el proyecto, debido a que la playa Majahua se encuentra a escasos 20 min de distancia.

### **CARRETERAS Y VIALIDADES**

A Ixtapa-Zihuatanejo se puede llegar por carretera o por aire, ya que cuenta con líneas aéreas nacionales e internacionales con varios vuelos diarios.

Por tierra se pueden llegar a Ixtapa en aproximadamente 4 hrs. saliendo de Acapulco por la carretera N° 200, con una distancia de 240 km. Partiendo de la Ciudad de México, si se toma la autopista que va a Cuernavaca-Acapulco la N° 95 y después la costera N° 200 con un tiempo de 10 hrs. en automóvil.

La autopista Cuernavaca-Acapulco y en un futuro no muy lejano el inicio de la autopista Acapulco-Zihuatanejo beneficiará a este polo de desarrollo, a reducir los tiempos de recorrido desde la ciudad de México a niveles comparables con los que se tiene en la actualidad hacia Acapulco.

Por otro lado, podría esperarse un congestionamiento de las actividades turísticas de este último destino, favoreciendo a estos centros.

Dentro de la zona de Zihuatanejo destaca la vialidad de la playa La Ropa que liga a la zona urbana con la zona hotelera, puentes para el paso de vehículos en el campo de golf, así como el puente

que da acceso a la colonia El Embalse y el peatonal La Madera.

Por otra parte, Guerrero cuenta con 8,617 km en carretera de los cuales 908 km son brechas mejoradas, 4,924 km son revestidas y pavimentadas 2,785km.

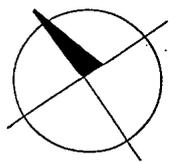
Ixtapa-Zihuatanejo cuenta con centros comerciales, oficinas de policía, centros de salud, telégrafos, mercados, estación de autobuses, oficinas de correos, iglesias, bancos (Bancomer, Bansur), estación de bomberos, centros educativos y servicios de hospedaje.

Existe la ventaja de que la playa Majahua se encuentra lotificada, lo que implica que cuenta con la infraestructura necesaria.

#### **CENTROS DE CAPACITACION TURISTICA**

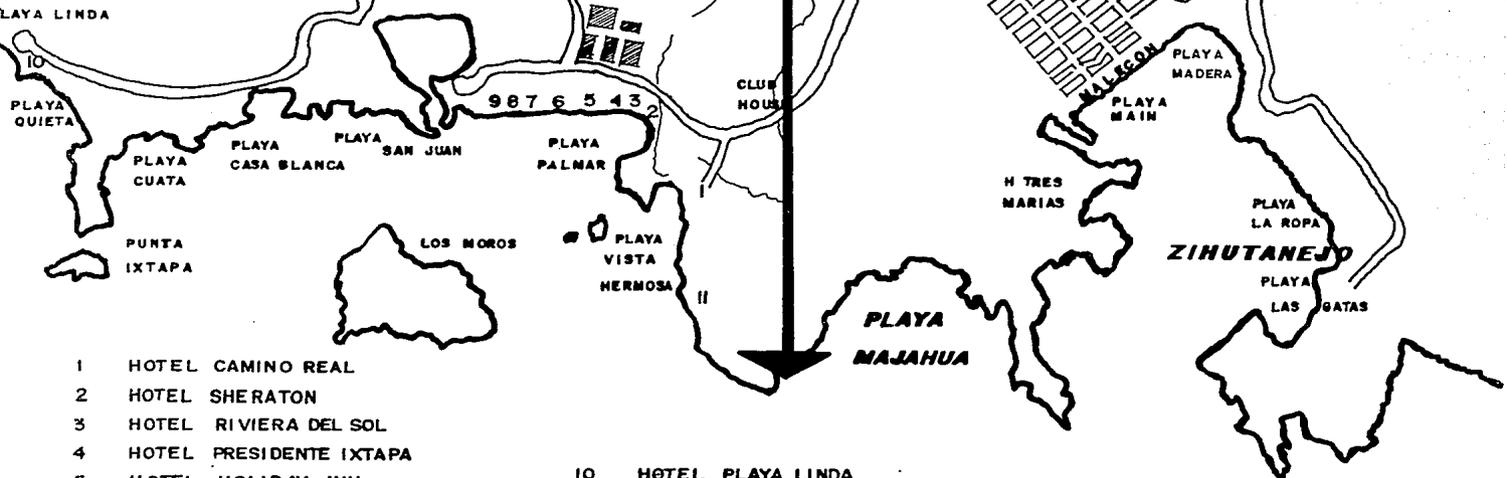
Existen 13 centros de enseñanza turística, de los cuales 12 son oficiales subdividiéndose en: básico, sólo existen dos planteles; medio, 4 CONALEP y 3 CETIS; superior 2 y un plantel a nivel postgrado, en cuanto al privado es a nivel medio.

La existencia de centros de capacitación turística permite contar con mano de obra calificada en la materia.



**HOTEL  
MAJAHUA**

A ACAPULCO

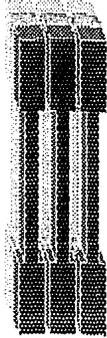


- 1 HOTEL CAMINO REAL
- 2 HOTEL SHERATON
- 3 HOTEL RIVIERA DEL SOL
- 4 HOTEL PRESIDENTE IXTAPA
- 5 HOTEL HOLIDAY INN
- 6 HOTEL DORADO PACIFICO
- 7 HOTEL KRISTAL
- 8 HOTEL OMNI
- 9 HOTEL POSADA REAL

- 10 HOTEL PLAYA LINDA  
TRAILER PARK
- 11 HOTEL PACIFICA

**IXTAPA**

**ZIHUTANEJO**



# ESTUDIO DE MERCADO

El resultado del análisis de este capítulo nos permitirá conocer las características del mercado en que va a incursionar el proyecto, para ello se dividió en dos partes fundamentales para su estudio: 1. demanda; 2. oferta ,3. balance oferta-demanda.

### 3.1. ANALISIS DE LA DEMANDA

Resulta conveniente la integración en términos porcentuales del siguiente cuadro, ya que nos proporciona la tendencia que ha venido presentando a partir de 1970 a 1988 la afluencia de visitantes extranjeros a nuestro país.

CUADRO N° 1  
NUMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS A MEXICO  
1970-1988

AÑO	No. VISITANTES (Miles)	INCREMENTO ANUAL PROMEDIO %
1970	2,250	0.0
1975	3,218	7.4
1980	4,144	5.2
1985	4,207	1.5
1986	4,625	9.9
1987	4,482	18.5
1988	5,983	10.1

FUENTE: SECTUR, Secretaria de Gobernación.

**CUADRO N°2**  
**VISITANTES EXTRANJEROS A CENTROS TURISTICOS COSTEROS**  
**1980-1988**

AÑO	VISITANTES EXTRANJEROS A LA COSTA (Miles de personas)	%
1980	2,101.0	50.7
1981	2.358.2	58.4
1982	2,056.8	56.6
1983	3,167.6	66.7
1984	2,839.5	61.0
1985	2,915.4	69.3
1986	3,098.7	67.0
1987	3,842.8	70.1
1988	4,100.0	77.8

-----  
 FUENTE: Fondo Nacional de Turismo

Como podemos apreciar en los cuadros 1 y 2, para 1980 de los 4'144,000 visitantes extranjeros a México 2'101,000 personas visitaron los centros turisticos costeros, lo que representó el 50.39% del total, para 1982 el 54.60% visitó los mismos centros costeros, es decir, 2'056,800 personas, en 1985 fue el 69.28%, aunque en términos absolutos se presenta un fuerte crecimiento, en términos relativos es menor.

**CUADRO N°3**  
**VISITANTES EXTRANJEROS PROCEDENCIA %**

AÑO	USA	CANADA	EUROPA	AMERICA	OTROS	TOTAL
1970	93.4	2.5	1.4	2.3	0.4	100
1975	86.63	3.4	3.5	5.7	0.8	100
1980	83.1	4.1	5.9	6.1	0.9	100
1985	84.2	4.6	3.5	7.1	0.6	100
1986	83.5	5.3	3.2	7.1	0.3	100
1987	77.3	6.8	5.3	9.2	1.4	100
1988	72.7	8.2	6.8	9.5	2.8	100

FUENTE: Organización Mundial de Turismo 1989.

Los visitantes extranjeros estadounidenses representan más del 70% en los últimos años, por lo que es necesario tomar medidas que permitan hacer crecer la demanda de turistas procedentes de otros países. (ver mapa 4)

**CUADRO N° 4**  
**PARTICIPACION ESTADO DE GUERRERO**  
**CAPTACION DE TURISMO**  
**1990-1991**

AÑO	TURISTAS NACIONAL	TURISTAS ESTADO	VARIACION (%)	PART. EDO. RESPEC. NAC.
1990	34,554	1,712	---	20.18
1991	37,436	2,067	20.73	18.11
1992	38,242	2,334	12.91	16.38

FUENTE: Dirección General de Registro y Regulación.

El turismo tanto a nivel Nacional como del Estado, se ha incrementado, pero ello no ha resultado relevante a nivel nacional, siendo que en proporción ha descendido en 1990 de 20.18 a 16.38% para 1992. Resulta necesario aclarar que en cuanto a la afluencia de turismo se ha ido incrementando de 1990 a 91 en 20.73% y de 1991 a 92 en 12.91%.

### 3.1.1. AFLUENCIA DE VIAJEROS

Es interesante este punto, ya que nos va a permitir conocer el tipo de turismo que llega a Ixtapa-Zihuatanejo y qué impacto tiene en el lugar.

CUADRO N°5  
VISITANTES QUE DEMANDARON ALOJAMIENTO  
IXTAPA- ZIHUATANEJO  
1985-1991

AÑO	VISITANTES VARIACION (Miles de Personas)	%
1985	311.5	----
1986	315.9	1.41
1987	349.8	10.73
1988	298.1	14.78
1989	272.0	-8.72
1990	300.9	10.62
1991	338.0	12.32

-----  
FUENTE: SECTUR.

Como podemos observar la afluencia de viajeros cayó de 1987 a 1988 14.78%, para crecer paulatinamente en 1990 10.62% y en 1991 12.32%, habiendo una recuperación considerable en este último año.

Ahora resulta importante conocer tanto el turismo nacional como extranjero, para poder precisar que factor es el que está determinando las cifras antes mencionadas y poder establecer cuáles son los aspectos que influyen en este comportamiento.

### 3.1.1.1. DEMANDA HISTORICA DE VIAJEROS EXTRANJEROS

En los últimos años el turismo extranjero ha disminuido año con año, esto se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 6  
AFLUENCIA DE TURISMO EXTRANJERO A  
IXTAPA-ZIHUTANEJO  
1985-1991  
(Miles de personas)

AÑO	EXTRANJEROS	VARIACION %
1985	114.8	-----
1986	109.8	4.36
1987	145.6	32.60
1989	147.0	0.96
1989	128.6	-12.51
1990	109.3	-15.07
1991	114.5	4.75

-----  
FUENTE: FONATUR, SECTUR.

Resulta imprescindible analizar el cuadro N° 5 ya que nos muestra que la captación de turismo extranjero ha disminuido de 1988 a 1991, teniendo una pequeña recuperación en el último año de 4.75%, sería un complemento importante conocer la demanda actual de turismo extranjero.

### 3.1.1.2. DEMANDA ACTUAL DE VIAJEROS EXTRANJEROS.

Según datos proporcionados por SECTUR y por FONATUR la demanda actual de viajeros extranjeros a Ixtapa-Zihuatanejo es la siguiente:

**CUADRO N° 6A**  
**DEMANDA DE VIAJEROS EXTRANJEROS IXTAPA-ZIHUATANEJO**  
**1992-1993**  
**(miles)**

AÑO	EXTRANJEROS
1992	99.5
1993*	76.4

-----  
\* Sólo se considera hasta el primer semestre del año.

Como se puede apreciar la captación de viajeros extranjeros ha descendido de 1988 a 1993 en 48.02% por lo que resulta necesario conocer que ha pasado con el viajero Nacional aunque no hay que olvidar que en 1993 sólo se toma en consideración hasta el mes de junio.

### 3.1.1.3 DEMANDA HISTORICA DE VIAJEROS NACIONALES

En el análisis siguiente el turismo nacional ha ascendido considerablemente en 1990 y 1991 siendo relevante su incremento, ya que en años anteriores su crecimiento no ha sido constante como se puede apreciar:

**CUADRO N°7**  
**VISITANTES NACIONALES QUE DEMANDARON ALOJAMIENTO EN**  
**IXTAPA- ZIHUATANEJO**  
**1988-1991**

AÑO	NACIONALES (Miles de Personas)	VARIACION %
1985	96.7	----
1986	206.2	4.83
1987	204.1	-4.02
1988	151.1	-25.97
1989	143.4	-5.09
1990	191.5	33.54
1991	223.5	16.71

-----  
FUENTE : SECTUR, FONATUR.

### 3.1.1.4 DEMANDA ACTUAL DE VIAJEROS NACIONALES

El mercado se ha caracterizado por la captación de viajeros nacionales a partir de 1990 manteniendo constante ese crecimiento.

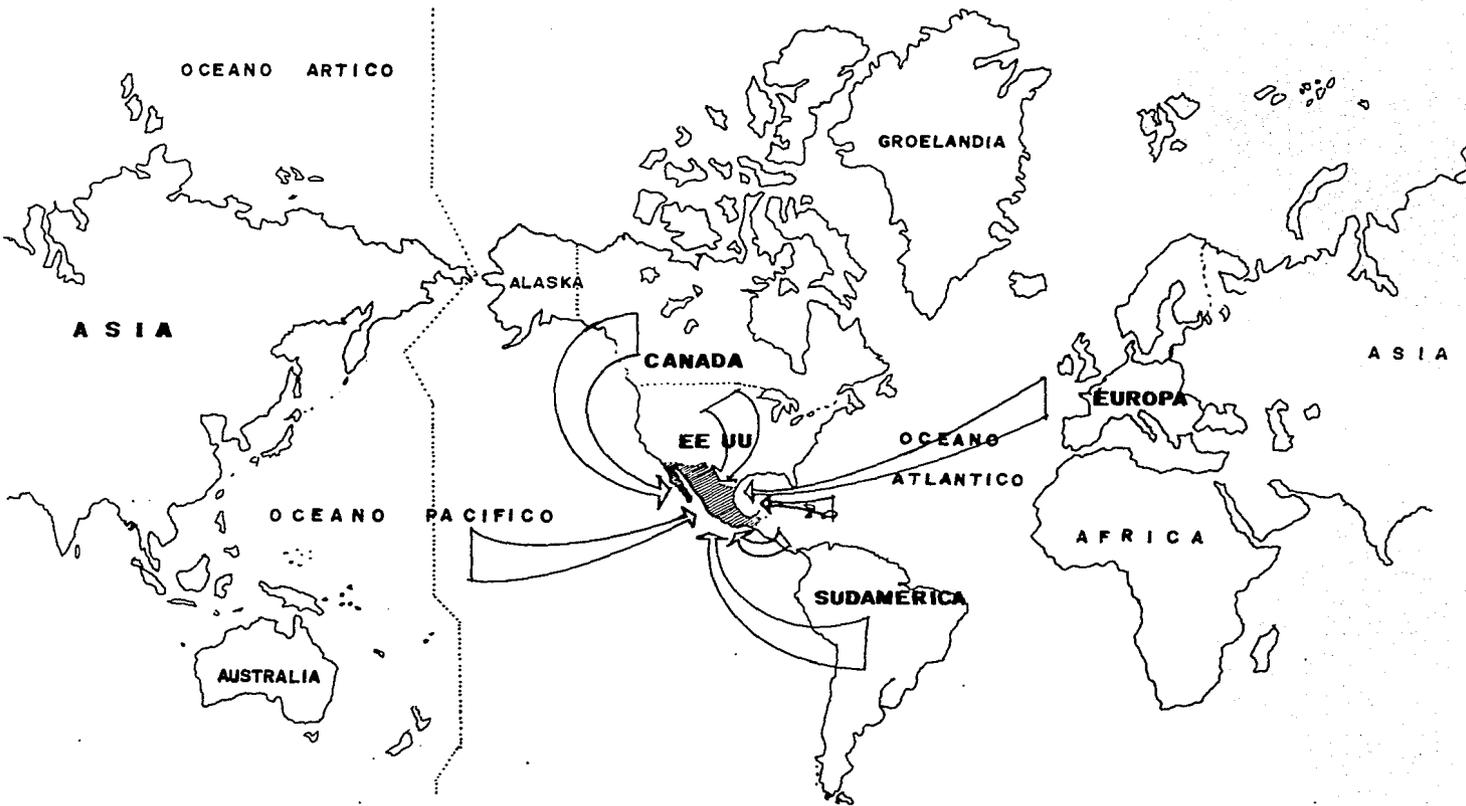
CUADRO N° 7A  
DEMANDA ACTUAL DE VIAJEROS NACIONALES  
A IXTAPA - ZIHUATANEJO  
1992-1993

AÑO	NACIONAL (miles de personas)
1992	260.5
1993*	114.9

---

\*Hasta el 1er. semestre del año.

FUENTE: SECTUR, FONATUR.



**AFLUENCIA DEL TURISMO MUNDIAL A MEXICO**

### 3.1.2. PERMANENCIA

El siguiente cuadro nos proporciona la información concerniente al promedio de noches que los viajeros permanecen en el lugar:

**CUADRO N° 8**  
**ESTADIA (Noches)**  
**IXTAPA-ZIHUATANEJO**  
**1985-1991**

AÑO	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJEROS
1985	4.2	3.3	5.7
1986	4.0	3.3	5.3
1987	4.6	3.4	6.4
1988	5.1	3.9	6.4
1989	5.0	3.8	6.2
1990	4.6	3.7	6.1
1991	4.4	3.6	5.7

FUENTE: FONATUR.

El promedio de noches que permanecen los turistas en el lugar ha disminuido de 1988 a 1991 en -13.72% turistas en proporción a los datos obtenidos. Este suceso es tanto de nacionales como de extranjeros, en ambas partes las estadías han descendido año con año.

### 3.1.3. ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA DE EXTRANJEROS Y NACIONALES

#### VIAJEROS EXTRANJEROS

Los meses de mayor afluencia de extranjeros son de enero a febrero y de noviembre a diciembre. En la mayoría de los países de origen es época invernal en donde las temperaturas descienden considerablemente, por lo que se buscan lugares cálidos, dado lo anterior la captación del turismo representa aproximadamente el 65% del año en estos meses.

## **VIAJEROS NACIONALES**

Los meses de afluencia del mercado nacional son de acuerdo a los periodos vacacionales de escolares y de empleados gubernamentales (que se dan actualmente durante julio, agosto, y parte de diciembre) sin olvidar el periodo de la Semana Santa en donde gran parte de la población acude a los centros vacacionales de playa.

### **3.1.4. PERFIL GENERAL DEL CONSUMIDOR<sup>11</sup>**

El consumidor al que se va a enfrentar el proyecto está determinado por sus gustos, preferencias, pero ante todo de su nivel de ingresos, edad, y su nivel educacional, por ello se establecerán estos criterios para el turismo nacional y extranjero.

#### **3.1.4.1. VARIABLES SOCIOECONOMICAS DEL TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO**

##### **TURISMO NACIONAL**

El ingreso promedio mensual de los demandantes de estos servicios fue para el 1er. trimestre de 1993 N\$ 3,019.00 (monto menor) en 20% al de N\$3,778.00 registrado en 1992, siendo de N\$3,616.00 en el caso de los visitantes que tenían entre 41 y 60 años. En esta ocasión el 20% de la corriente obtuvo ingresos superiores a N\$4,751.00 en tanto que 1992 el ingreso más alto era de N\$4,750.00.

La edad promedio de estos visitantes fue de 34 años (33 en 1992). El 75% de ellos (76% en 1992), tenía entre 21 y 40 años.

La ocupación más frecuente fue la de ejecutivo que era desempeñada por el 22% de los visitantes (27% en 1992); le siguieron con 20% la de empleados públicos (24% en 1992), y empresarios (12% en 1992), amas de casa con 11% (9% en 1992), estudiantes 6% (7% en 1992), retirados 4% y obreros 2% (1% en 1992).

##### **TURISMO EXTRANJERO**

El ingreso promedio anual de estos visitantes fue de 84,500 dólares, monto menor en 20.6% al que manifestaron los del mismo lapso de 1992, esta percepción subió a 91,800 en los viajeros repetitivos y a 94,900 en los que tenían entre 41 y 60 años. En esta ocasión el 11% de ellos tenían ingresos superiores a los 160

mil dólares, en tanto que en el mismo lapso de 1992 el más alto era de 160 mil.

Los visitantes tuvieron en promedio 42 años de edad, la cual se elevó a 46% en el caso de los de 2 o más vacaciones en el sitio durante el mismo año. El 62% de ellos (55% en 1992) estaba comprendido entre los 31 y 50 años.

La ocupación más frecuente fue la de empresario que era desempeñada por 39% de ellos (28% en 1992), le siguieron las de: ejecutivos por 12% (15% en 1992); empleados públicos 10% (8% en 1992), y retirado 8% (igual que en 1992).

### **3.1.4.2. VARIABLES GEOGRAFICAS**

Cada uno de los turistas que visitaron el lugar tienen objetivos diferentes, ya que depende de su cultura y de la sensibilidad que presenten.

Los alemanes por ejemplo, gustan utilizar su tiempo libre en lugares solitarios casi vírgenes y sin presión por el tiempo. Sitios donde no exista ruido y en los cuales puedan sentirse libres disfrutando de un inmenso espacio.

Por su parte a los ingleses les agrada asistir a eventos culturales, deportivos o ir de compras y adquirir obras de arte o antigüedades.

Los franceses viajan a lugares con gran espacio, en los cuales encuentren diversión y esparcimiento, y a la vez hacer vida social, así como los cafés al aire libre.

Otra cultura que aprecia los lugares con mucho espacio, además de disfrutar los paisajes naturales y buscar sitios llenos de vegetación, son los japoneses, muestra de ello son sus jardines, en donde ellos aprecian la naturaleza, así como su concepción del tiempo libre.

Por lo que concierne a los mexicanos, gustan de asistir a lugares muy concurridos, llenos de ruido, comida y diversos artículos para comprar. Asimismo les agradan los espacios abiertos, con abundante vegetación, en los cuales se puedan realizar actividades recreativas y de esparcimiento, ejemplo de esto son los tianguis, ferias locales, balnearios.

Los norteamericanos por su parte ocupan su tiempo libre en visitas a museos y parques nacionales, les agrada el contacto con la naturaleza y los eventos deportivos, comprar y adquirir recuerdos de los lugares que visitan. Así como el gozar del medio de transporte en el cual viajan. Esta cultura es la que proporciona el 77% de turistas extranjeros.

### **3.1.4.3. VARIABLES MOTIVACIONALES**

Los nacionales que visitaron el lugar requirieron de poco tiempo para planear sus vacaciones, ya que el 79% de ellos (76% en 1992) dispuso cuando mucho de un mes para tal fin. El 46% del grupo (50% en 1992) solo utilizó 14 días para ese propósito.

En cuanto a los extranjeros el 84% de ellos (83% en 1982) requirió de un día a 6 meses para la planeación de sus vacaciones. El 65% (67% en 1992) entre un día y tres meses.

#### **TURISMO NACIONAL**

El placer fue el motivo para que el 68% (69% en 1992) de la corriente de visitantes acudiera al sitio, proporción que se elevó al 73% en los vacacionistas repetitivos. Para el 15% (19% en 1992) fue en la luna de miel que en el caso de los de primera ocasión subió a 27%.

La primera razón por la que se seleccionó el lugar fueron las playas, ya que el 65% de ellos (61% en 1992) así lo expresó subiendo a 71% en el caso de los que tenían entre 21 y 40 años de edad.

Otro razón importante fue la belleza natural por la que se decidió el 48% del grupo (56% en 1992) y que se elevó a 63% en los que tenían entre 21 y 40 años de edad.

#### **TURISMO EXTRANJERO**

La búsqueda de placer fue el motivo por el que 96% de ellos se desplazó al lugar, proporción que subió a 98% en los que tenían entre 21 y 40 años y al 100% en los menores de 20 años. El 4% asistió al lugar en plan de negocios.

Las playas fue la razón principal por lo que se seleccionó el lugar, 70% de los visitantes (74% en 1992) proporción que creció a 83% en el caso de los menores de 20 años. Otras importantes fueron: la belleza natural para el 52% porcentaje que subió a 63% en los visitantes repetitivos, los atractivos naturales para el 15% (9% en 1992).

### **3.1.4.4. VARIABLES DE HABITOS DE CONSUMO, GUSTOS Y PREFERENCIAS**

El determinar como realizaron su viaje los turistas resulta interesante.

#### **TURISMO NACIONAL**

Para el primer semestre de 1993 las agencias de viajes incrementaron su labor con organizadoras de vacaciones en 14

puntos porcentuales de 53 a 67% de los visitantes. Esto implicó una reducción de 32 a 21% en aquellos que hacen los arreglos personalmente. La participación de las líneas aéreas en este esfuerzo también se redujo de 10 a 6%.

El 63% de los visitantes utilizó algún tipo de paquete en sus vacaciones (59% en 1992, esta proporción subió a 72% en los de primera ocasión), el cual integró: el 76% de los casos (56% en 1992) hotel y avión, en 16% (30% en 1992) además de los anteriores servicios, el de alimentos; y en 6% (4% en 1992) hotel.

#### **TURISMO EXTRANJERO**

La agencia de viajes organizó las vacaciones del 67% de los visitantes (71% en 1992). El 26% de ellos (25% en 1992) hizo los arreglos en forma personal, proporción que fue de 32% en el caso de los vacacionistas repetitivos y de 36% en el de los mayores de 60 años.

El 62% de los visitantes de esta ocasión (65% en 1992) utilizó algún tipo de paquete, proporción que fue de 83% en los menores de 20 años. Los paquetes integraron el 66% de los casos (77% en 1992) hotel y avión, y en 12% (9% en 1992) además alimentos.

### 3.1.5. PROYECCION DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se consideraron únicamente datos de hoteles de 4 y 5\* ya que debido a las características que presenta el proyecto es el mercado de competencia para el hotel proyecto en tal caso se tomó un periodo de 8 años para dicho análisis.

**CUADRO N° 9**  
**DEMANDA DE HOSPEDAJE\***  
**IXTAPA-ZIHUATANEJO**  
**1985-1992p**  
**(Miles de visitantes)**

AÑO	VISITANTES
1985	311.5
1986	315.5
1987	349.8
1988	298.1
1989	272.0
1990	300.8
1991	338.0
1992	360.0

-----  
\* categoría de 4 y 5\*

FUENTE: FONATUR. Barómetro Turístico.

Para realizar la proyección se procederá a hacerlo con base en el método lineal de mínimos cuadrados:

X	Y	XY	X <sup>2</sup>
1	311.5	311.5	1
2	315.5	631.0	4
3	349.8	1049.4	9
4	298.1	1192.4	16
5	280.0	1400.0	25
6	300.8	1804.8	36
7	338.0	2366.0	49
8	360.0	2880.0	64
-----			
36	2553.7	11678.1	174

$$na + b X = Y \quad (\text{Ec.1})$$

$$a X + b X^2 = (XY) \quad (\text{Ec.2})$$

$$8a + 36b = 2553.7$$

$$36a + 174b = 11678.1$$

$$-72a - 324b = -22983.3$$

$$72a + 348b = 23356.2$$

$$0 \quad 24b = 372.9$$

$$b = 372.9/24$$

$$b = 15.5$$

Sustituyendo b en la ecuación 1

$$8a + 36(15.5) = 2553.7$$

$$8a + 558 = 2553.7$$

$$8a = 1995.7$$

$$8a = 249.5$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 249.5 + 15.5X$$

**CUADRO N° 10**  
**PROYECCION DE LA DEMANDA TURISTICA**  
**PARA HOTELES DE 4 Y 5 \***  
**1993-2004**  
**(Miles de personas)**

X	Y
9	389.0
10	404.5
11	420.0
12	435.5
13	451.0
14	466.5
15	482.0
16	497.5
17	513.0
18	528.5
19	544.0
20	559.5

-----  
FUENTE: Cálculos Propios

Una vez determinada la demanda de turismo para los hoteles de 4 y 5\* de 1993 al 2004, se procederá a determinar la demanda de habitaciones.

**CUADRO N° 11**  
**DEMANDA DE NUMERO DE CUARTOS 4 Y 5\***  
**IXTAPA-ZIHUATANEJO**  
**1985-1992**

AÑO	N° CUARTOS
1985	2983
1986	3021
1987	3350
1988	2855
1989	2681
1990	2880
1991	3264
1992	3447

-----  
 \*Solo se consideran hoteles de 4 y 5 estrellas  
 FUENTE:FONATUR, Barómetro turístico 1993.

**HABITACIONES DEMANDADAS**

$$HD = (V) (E) / (P) (R) (L.A.)$$

- HD = Habitaciones Demandadas
- V = Visitantes esperados
- P = Porcentaje aceptado
- R = Promedio de camas ocupadas
- L.A. = Días laborables (anual)
- E = Estancia Promedio

Para el periodo de enero a julio de 1993 la estadia de los visitantes en hoteles de categoria de 4 y 5 estrellas, de acuerdo a FONATUR, es de 4.4 noches en promedio, y el promedio de camas ocupadas para el mismo periodo es de 1.8.

Considerando los datos anteriores se procedió a elaborar el siguiente cuadro:

CUADRO N° 12  
HABITACIONES DEMANDADAS PROYECTADAS  
A 10 AÑOS

AÑO	H.D.
1993	3725
1994	3873
1995	4023
1996	4170
1997	4319
1998	4467
1999	4616
2000	4764
2001	4912
2002	5061
2003	5209
2004	5358

-----  
FUENTE: Cálculos propios

Las habitaciones demandadas presenta a lo largo de la proyección una tendencia creciente del 43.84%.

### 3.2. OFERTA

En este apartado se analizarán las tendencias que han venido presentando tanto la oferta de hospedaje como la oferta sustitutiva, que en un momento dado afectarían la factibilidad del proyecto.

#### 3.2.1. OFERTA HISTORICA

El periodo de análisis será de 1985-1991, en el cual se observa una oferta decreciente de hospedaje en los hoteles, del (4.8%), para el periodo de 1985 a 1987, ya que pasaron de 4,008 a 3,814 el número de cuartos, aunque para 1988 aún no se alcanzaba el número de cuartos que había en 1985, se presenta un leve crecimiento alcanzando para 1989 las cifras obtenidas en 1985. Y para 1991 se contaba con 4,271 cuartos en la zona de Ixtapa-Zihuatanejo, en los años intermedios se han mostrado variaciones en las cifras, presentándose en 1991 2.45% en comparación a 1990 que fue del 4.04% respecto a 1989.

CUADRO N° 13  
OFERTA DE HOSPEDAJE (NUM. DE CUARTOS) IXTAPA-ZIHUATANEJO  
1985-1991

AÑO	TOTAL	VARIACION (%)	OCUPACION (%)	RELAT.
1985	4,008	---	47.0	1,883.00
1986	3,940	-1.7	47.0	1,851.80
1987	3,814	-3.2	59.0	2,250.26
1988	3,827	2.0	54.8	2,097.20
1989	4,007	4.70	49.0	1,963.43
1990	4,169	4.04	45.7	1,095.23
1991	4,271	4.45	49.2	2,101.33

FUENTE: SECTUR. Estadísticas básicas del Edo. de Guerrero.

Si se toma en consideración que en los periodos vacacionales es cuando hay mayor afluencia de turismo, el promedio de ocupación durante los años de estudio es significativo, lo cual indica que casi el 50% en promedio de los cuartos ofrecidos permanecieron ocupados durante ese periodo; así, por ejemplo, durante 1985-1986 se mantuvo constante con una ocupación del 47%, para 1987 este porcentaje se eleva significativamente al 59%, cifras que presentan un contraste en relación al número de cuartos

ofrecidos, ya que mientras el porcentaje de ocupación se eleva, los cuartos ofrecidos disminuyen considerablemente, esto podría ser la causa del aumento en la ocupación, de 1985 a 1987, por otro lado, se observó que a partir de 1988 a 1990 la oferta hotelera aumenta y el porcentaje de ocupación disminuye.

De los 3,827 cuartos que había en 1988, 428 correspondían al gran turismo, 400 de clase especial 1,917 de 5\* 601 de 4\*, 241 de 3\*, 104 de 2\* y 136 de 1\*, en 1991 los cuartos de gran turismo permanecieron constantes, existían 401 de clase especial, 1,799 de 5\*, 1,026 de 4\*, 669 de 3\*, 104 de 2\* y 147 de 1\*, lo que nos indica que se presentó tan solo un aumento en los cuartos de 4 y 3\*, mientras que en los de 5\* presentaron un decremento del 7%.

Por otra parte, en 1988 existían 29 hoteles, y para 1991 aumentó en sólo 1, existiendo 30 hoteles, que de acuerdo a FONATUR, 372 cuartos fueron nuevos y 226 se encontraban en remodelación, ésta fue una de las causas que provocó la variación en el número de cuartos en este periodo.

**CUADRO N° 14**  
**N° DE CUARTOS POR CATEGORIA**  
**IXTAPA - ZIHUATANEJO**  
**1985 - 1991**

AÑO	HOTS	GT	CE	5*	4*	3*	2*	1*	TOTAL
1985	27	1331	0	1535	355	534	156	97	4008
1986	27	1336	0	1455	355	534	169	91	3940
1987	29	-----	0	1750	363	---	---	--	3814
1988	29	428	400	1917	601	241	104	136	3827
1989	30	428	400	2198	476	265	104	136	4007
1990	30	428	400	2198	638	265	104	136	4169
1991	30	428	401	1797	1026	369	104	136	4271

FUENTE: FONATUR

### 3.2.2. OFERTA ACTUAL

Para la oferta actual sólo se tomará en consideración el año de 1992 y el primer semestre de 1993.

En 1992 en Ixtapa Zihuatanejo se contaba con 4110 cuartos de hotel, lo cual presentó una variación respecto a 1991 del -3.77% y una ocupación de 44.84% que en términos relativos representa 1,841 cuartos ocupados en promedio. Para junio de 1993 existen

4,130 cuartos, presentando un incremento de 0.49%, lo que nos indica que no se registró un aumento significativo en la oferta hotelera. Por lo que se refiere a los establecimientos por categoría, se encuentran 864 cuartos de gran turismo, con una ocupación del 54.5%, los hoteles de 5\* ofrecen 1,636 cuartos con una ocupación de 48.5%, 1045 cuartos de 4\* con una ocupación de 33.8% finalmente los hoteles de 3,2 y 1\* presentan una ocupación de 29.9%, 29.1, 31.3% respectivamente.

**CUADRO N° 14 A**  
**OFERTA DE HOSPEDAJE POR CATEGORIA**  
**IXTAPA-ZIHUATANEJO**  
**1992p.**

CONCEPTO CUARTOS	NUMERO (%)	OCUPACION CON EL TOT. (%)	RELACION
Gran Turismo	864	54.5	21.02
5*	1636	48.5	39.81
4*	1045	33.8	25.43
3*	308	29.9	7.49
2*	104	29.1	2.53
1*	153	31.3	3.72
-----			
TOTALES	4110	100.00	

FUENTE: SECTUR, FONATUR.

A partir de 1992 hasta el periodo de enero-julio en 1993, pasaron de 30 a 31 el número de hoteles en Ixtapa - Zihuatanejo, aunque el número de cuartos pasó de 4,110 a 4,105, esta disminución se debió a que se encontraban en remodelación 320 cuartos y se esperaba tener 357 cuartos nuevos para 1992.

**CUADRO N° 15  
OFERTA HOTELERA  
1992-1993**

AÑO	N° HOTELEROS	N° CUARTOS	OCUP. (%)	CUART. NUEVOS	REMODEL.
1992	31	4110	45	357	320
1993*	31	4105	43	---	---

\*= preliminar corresponde al periodo enero-julio

FUENTE: Barómetro turístico.

Dirección de crédito. FONATUR.

### 3.2.3. OFERTA FUTURA

Debido a que la oferta no tiene el mismo comportamiento que la demanda, no se llevará a cabo su proyección por medio del método lineal de mínimos cuadrados, para conocer la oferta futura.

Esto se debe a varios factores, entre los que se encuentran, por un lado, el proceso de planificación del desarrollo económico a nivel nacional, sectorial o regional, es por ello que sólo se toman en consideración aquellos proyectos de inversión que sean viables y que puedan concretarse en la realidad, para así contribuir en el desenvolvimiento económico y que cumplan con los objetivos y metas establecidos en los planes de desarrollo. Pero es frecuente que parte de esos proyectos pueden no llegar a realizarse conforme a lo previsto ya sea por falta de eficacia en los estímulos o por una serie de situaciones que impidan su concreción.

Por otra parte, la decisión de invertir está condicionada no sólo por la existencia de demanda, sino también, por las características de la oferta, ya que por un lado, la inversión está supeditada tanto a la existencia de una demanda insatisfecha y al tipo de competencia existente, ya que de su buen conocimiento será el éxito en la lucha por el mercado.

Lo anterior explica las causas del porqué en el mediano y largo plazo la oferta hotelera puede presentar un crecimiento acelerado, mantenerse constante, o llegar a decrecer en una mayor o menor medida.

### 3.3. BALANCE OFERTA-DEMANDA

Para realizar el balance oferta-demanda se tomó en consideración únicamente la oferta y demanda con datos reales.

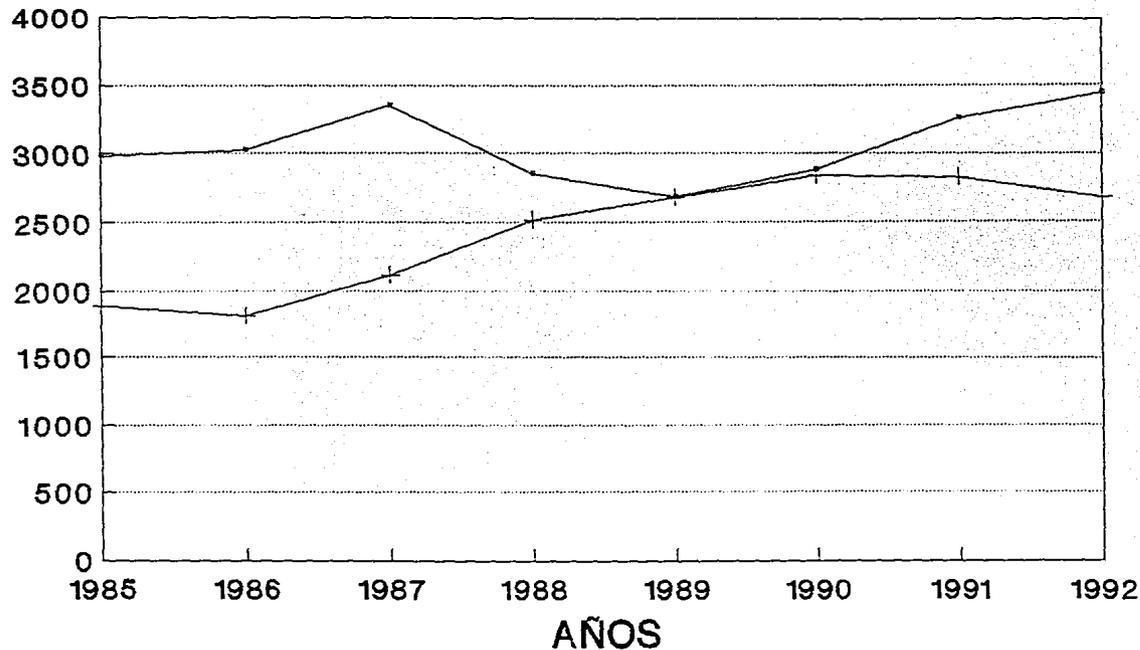
CUADRO N° 16  
BALANCE OFERTA-DEMADA  
1985-1992

AÑO DEMANDADAS	HABITACIONES N° CUARTOS	OFERTA	DEFICIT SUPERAVIT
1985	2982.8	1890	-1093
1986	3021.1	1810	1211
1987	3349.6	2113	-1237
1988	2854.5	2518	-337
1989	2681.2	2674	-7
1990	2880.3	2836	-44
1991	3263.6	2823	-441
1992	3447.2	2681	-766

-----  
FUENTE: Cálculos propios

La demanda insatisfecha para 1992 es de -766, el proyecto contempla el 36.17% del total a satisfacer, cifra que representa 277 habitaciones a construir.

# BALANCE OFERTA-DEMANDA



— DEMANDA    —+ OFERTA

### 3.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

#### 3.4.1. CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS HOTELES DE 4 Y 5 ESTRELLAS

El analizar las características que presenta el mercado en que se va a incursionar es fundamental, ya que nos marcará el camino adecuado para poder participar activamente en él. (ver mapa 3)

##### 1) KRISTAL IXTAPA\*\*\*\*\*

Ixtapa en el pacifico mexicano cuenta con:

- 245 hab. con vista al mar
- 3 restaurantes
- 1 bar
- 1 lobby bar
- 1 club de playa
- 1 snack bar cascada
- 1 salón de convenciones (1400 personas)

##### 2) CLUB MEDITERRANEE \*\*\*\*\*

Moderno complejo arquitectónico con estilo de hacienda del siglo XIX. Localizado en La Playa Quieta ofrece:

- 375 hab. con terrazas
- 2 cajas de seguridad
- música ambiental en las hab.
- 2 restaurantes

##### 3) SHERATON IXTAPA\*\*\*\*\*

Hotel ubicado en la zona hotelera de Ixtapa cuenta con:

- 331 hab. incluye 12 suites (t.v., radio, minibar, balcón privado, vista al mar)
- 1 piscina
- 1 chapoteadero
- 4 canchas de tenis iluminadas
- 1 área de juegos para niños
- campo de golf (18 hoyos)
- clases de cocina, tenis y pintura
- 4 restaurantes
- 2 bares

Servicio de lavandería, médico, salón de belleza, agencia de viajes, tienda de regalos.

4) OMNI IXTAPA \*\*\*\*\*

Ubicado en la Bahía del Palmar, posee:

- 256 hab. (de lujo con 2 camas dobles o King size)
- 13 hab. junior suites
- 12 hab. master suites

Todas las habitaciones cuentan con teléfono, aire acondicionado, radio, t.v., minibar y balcón privado.

- 1 piscina
- gimnasio
- salón infantil

Servicios de conserjería, lavandería, a cuartos, médico, salón de belleza, tabaquería, centro comercial adjunto y agencia de viajes.

- restaurante
- cafetería
- café-cantina
- bar
- lobby bar

5) STOFFER PRESIDENTE IXTAPA \*\*\*\*\*

Con playa exclusiva ofrece:

- 401 hab. y Suites estilo colonial ( teléfono, aire acondicionado y t.v.)
- 2 albercas
- 1 chapoteadero
- 2 canchas de tenis iluminadas
- 4 salas para reuniones (300 personas)
- 1 restaurante
- cafetería
- snack-bar
- lobby bar con música viva

Servicio a cuarto, de niñeras y cunas, lavandería, médico, caja de seguridad, caja de cambio, boutique, agencia de viajes.

6) DORADO PACIFICO \*\*\*\*\*

Hotel de playa que cuenta con:

- 265 hab.
- 20 suites
- 1 suite presidencial

Las habitaciones cuentan con teléfono, aire acondicionado, t.v. servibar, terraza privada.

- 1 alberca con 2 toboganes
- 2 canchas de tenis
- campo de golh
- salones para juntas ( capacidad desde 20 a 500 personas)
- 4 restaurantes
- 3 ambientados bares

7) FONTAN IXTAPA BEACH RESORT \*\*\*\*

Hotel de playa con 3 torres brinda:

- 480 hab. y suites con t.v., aire acondicionado, vista al mar
- 2 albercas
- 1 chapoteadero
- cancha de tenis
- salón de video juegos
- restaurante
- bar
- tienda de regalos

Servicio médico, lavandería, tintorería, niñeras, agencia de viajes.

8) FIESTA MEXICANA \*\*\*\*

Hotel de construcción estilo mexicano situado frente a la playa La Ropa ofrece:

- en sus hab. t.v., aire acondicionado, música ambiental y teléfono
- restaurante
- palapa bar
- lobby bar
- club de playa
- 1 alberca

Servicio de boutique, lavandería, caja de seguridad, tienda de regalos, información turística.

9) PLAZA IXTAPA \*\*\*\*

Ubicado en la zona hotelera con 11 pisos ofrece:

- 230 hab. (t.v., aire acondicionado, teléfono, radio, cantina)
- alberca
- chapoteadero
- 2 canchas de tenis iluminadas
- salones para convenciones (20 a 300 personas)
- bar

- discoteca
- centro nocturno

Servicios de agencia de viajes, tabaquería, renta de autos, boutique.

#### 10) POSADA REAL IXTAPA \*\*\*\*

Ofrece:

- 100 hab. con vista al mar
- restaurante
- discoteca
- club de playa

### 3.4.2. COMERCIALIZACION

En la actividad turística, la comercialización es muy importante debido a la gran cantidad de bienes y servicios que intervienen en la integración de este tipo.

Al existir una gran diversidad de demanda en el turismo, es importante tratar de motivar a los consumidores en la adquisición o compra de un producto turístico, que cumpla con los requisitos que buscan los demandantes, para poder ofrecer algo que satis-faga sus necesidades y por ende se obtengan beneficios.

Es por esta razón que la comercialización a tomado mucha importancia en el desarrollo de la actividad turística, ya que por medio de ella, pueden obtenerse mejores resultados, así como un éxito seguro, al tratar de motivar a los consumidores a adquirir el producto utilizado, como principal recurso, la satisfacción de las necesidades de un público específico y auxiliándose de técnicas como lo son: La promoción, la publicidad que va con el tipo de producto a ofrecer, ayuda a llevar a cabo mejores las funciones de comercialización de la actividad turística.

#### 3.4.2.1. PUBLICIDAD

La publicidad es un medio de gran relevancia en el impulso de la comercialización, ya que es posible mostrar el producto o servicio a incitar a una demanda potencial. Los medios de comunicación que pueda utilizar la empresa estarán de acuerdo con las posibilidades, así como de los gustos y preferencias de los compradores.

Cuando la publicidad está debidamente planeada, enfocada y divulgada, por medios de comunicación masivos, causa un cierto

impacto en la demanda, mediante el conocimiento general de los servicios con que cuenta el hotel, a través de imágenes o palabras claves, un ejemplo de esto son: la edición de carteles (ver banderian pág. 66), folletos, trípticos, mapas con información de los atractivos turísticos y su localización en una ciudad, así también como también cápsulas informativas en la radio y televisión. (ver mapa 3)

#### 3.4.2.2. PROMOCIONES

La promoción forma parte de la comercialización de un producto, combinando una serie de actividades a desempeñar como la promoción de ventas, las cuales tratarán de influir en la adquisición de un bien o servicio. Estas formas de promoción son de manera directa, ya que el producto o servicio se puede apreciar y a su vez permite llevar a cabo la obtención de ingresos. Un ejemplo de ello son los tianguis turísticos, el cual consiste en llevar a cabo eventos en los que participen organismos estatales de turismo, así como prestadores de servicios y atractivos con que cuenta, con el objeto de dar a conocer sus productos a invitados internacionales que por lo regular son representantes de agencias de viajes de prestigio a nivel mundial que se interesan en canalizar flujos turísticos provenientes de sus países hacia el nuestro.

Estos eventos representan un factor determinante en las acciones de promoción llevada a cabo por las Secretaría de Turismo, ya que dentro de éste se llevan a efecto operaciones de compra-venta de servicios turísticos, se realizan contactos entre empresas y organismos extranjeros y, sobre todo, influye de manera creciente en la demanda de servicios turísticos, al captar mayor número de extranjeros.

Las acciones promotoras son realizadas de acuerdo con las necesidades y objetivos prevaecientes en las empresas, las cuales tendrán la posibilidad de determinar la forma y las medidas a utilizar para promocionar sus productos. Ejemplo de ello podría ser la elaboración de paquetes y tarifas especiales.

El giro de la empresa también podrá determinar la forma de promoción los servicios que brinda, con las actividades que realice.

Para el proyecto se considera necesario recurrir a agencias de publicidad especializadas en hotelería, dada la magnitud del mismo, que muestra claramente nuestro servicio.

#### **3.4.2.3. RELACIONES PUBLICAS**

Es la forma de proyectar un bien o servicio a la opinión pública para que éste sea aceptado.

Las relaciones públicas son importantes ya que abren la posibilidad de contactar con grupos que puedan ayudar al desarrollo del proyecto y a la mejor realización de las ventas, por medio de la elección de canales de comercialización apropiados para la obtención de mayores beneficios.

Un ejemplo de este tipo de comercialización son las agencias de viajes, ya que a través de éstas se podrá canalizar de una manera indirecta el servicio. Este medio de ventas entra dentro de las estrategias de comercialización, como las mencionadas anteriormente, para que las agencias de viajes conozcan el servicio que se brinda, se llevan a cabo viajes de familiarización y cortesía para los agentes de ventas, en donde se les proporcionara, diferentes tipos de publicidad que muestren el hotel y lo que ofrece.

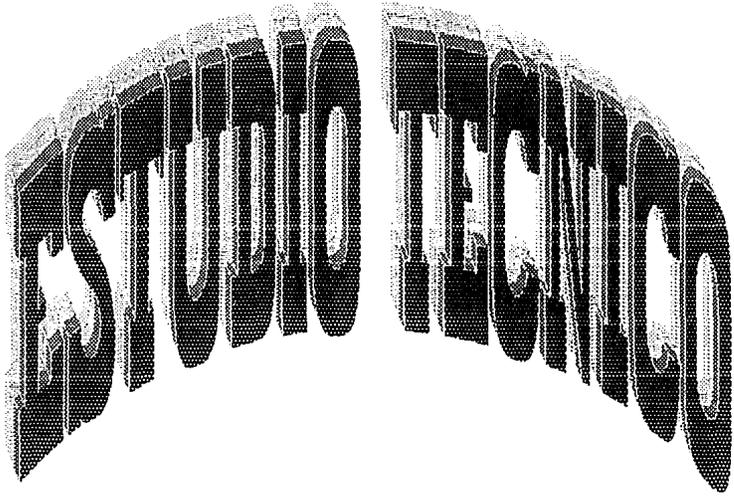
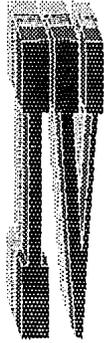
#### **3.4.2.4. DE ACCION INMEDIATA**

Este tipo de comercialización es el más utilizado por las grandes cadenas hoteleras que gozan de un buen prestigio. Consiste en el uso de nombres internacionales, patentes o por operación en cadena. Las cuales ya tienen estructurado su tipo de comercialización.

Se abre la posibilidad de anexarse a una cadena hotelera para obtener de forma inmediata los beneficios de un renombre.

Lo anterior permitiría tener un reconocimiento tanto nacional como extranjero, ya que se tendrían años de experiencia que respaldarían un buen servicio y calidad en lo que se ofrece. Esto sería reflejo del prestigio de la cadena establecida.

**HOTEL PLAYA WLA MAJAHUAL, S.A.**  
**IXTAPA - ZIHUATANEJO**



#### 4.1. PROGRAMA ARQUITECTONICO

Para la elaboración del programa arquitectónico se recurrió al trabajo y asesoría de 2 arquitectos, los cuales llevaron a cabo la realización del anteproyecto determinando, las dimensiones y espacios funcionales de acuerdo a la demanda insatisfecha, antes determinada.

##### 4.1.1. DIMENSIONES

El anteproyecto contempla 5 edificios distribuidos de la siguiente forma:

- Torres A y B se contemplan en 5 niveles, habitaciones dobles y sencillas en una área de 968 m<sup>2</sup> y 946 m<sup>2</sup> respectivamente;

- Edificio C se destinó al área de restaurante y bar en 400 m<sup>2</sup> en un nivel;

- Edificio D contempla las oficinas administrativas de mantenimiento, lavandería y tintorería en un espacio de 605 m<sup>2</sup> en un nivel;

- Torre E serán cuartos triples en un espacio de 5 niveles en una área de 1655 m<sup>2</sup>;

- Edificio F serán suites en 2 niveles en una área de 810 m<sup>2</sup>;  
Además de contar con:

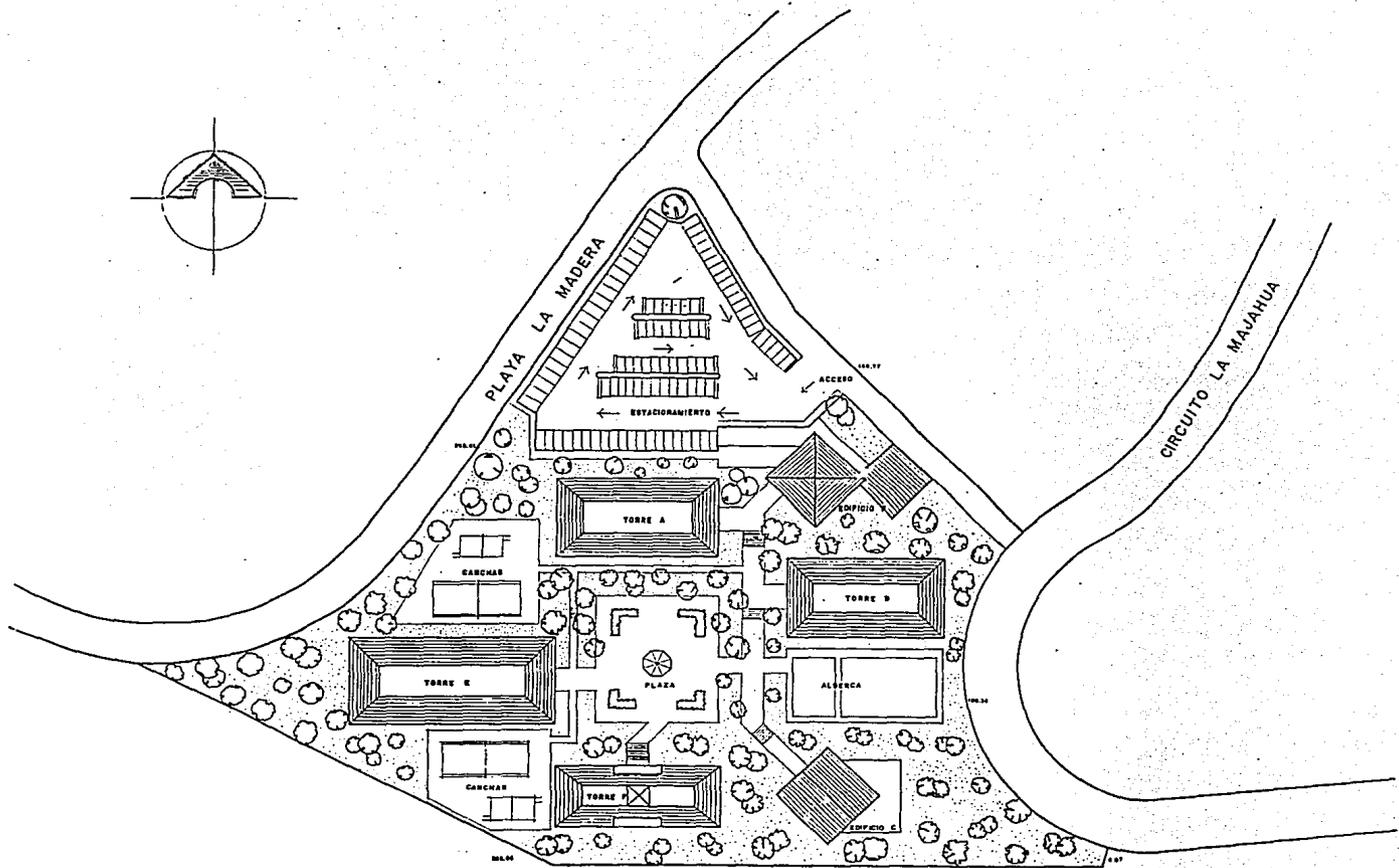
1. 2 canchas de tenis con 522.17 m<sup>2</sup>
2. 2 canchas de volibol con 678.18 m<sup>2</sup>
3. Alberca y chapoteadero con 666 m<sup>2</sup>
4. Una plaza de 1227.5 m<sup>2</sup>
5. Estacionamiento con 3258 m<sup>2</sup>
6. Corredores con una superficie de 1116.45 m<sup>2</sup>
7. Plaza de acceso de 3300 m<sup>2</sup>

Se contempló una plaza, ya que las condiciones para poder llevar a cabo la construcción eran el de lograr un ambiente mexicano-español.

##### 4.1.2. DISEÑO

El diseño se llevó a cabo de acuerdo a los lineamientos que señala el megaproyecto en donde se requiere la construcción de un hotel tipo colonial que no contraste con el lugar.

El siguiente plano nos muestra el proyecto en su conjunto, en el índice de planos se puede apreciar de manera independiente su integración y diseño.



PLANTA DE CONJUNTO

#### **4.2. COSTO DE OBRAS CIVILES**

El costo de las obras está determinado por los metros cuadrados de construcción que son 20,445 m<sup>2</sup> multiplicado por el precio del metro cuadrado que es de N\$ 8,000.00. Dado lo anterior el precio total es de N\$ 164'377,046.00 incluyendo a las instalaciones especiales, las cuales son:

- cancha de tenis N\$ 120.00 m<sup>2</sup> por 522.17 m<sup>2</sup> es igual a N\$ 62,660.64 su costo.

- canchas de volibol N\$ 95.00 m<sup>2</sup> por 678.18 m<sup>2</sup> es igual a N\$ 64,427.10 su costo.

- en cuanto a las albercas su costo está determinado en N\$ 13,320.00 dado que su precio por metro cuadro es de N\$ 20.00 teniendo una superficie de 666 m<sup>2</sup>.

En lo referente a los corredores el costo por m<sup>2</sup> será de N\$ 40.50 multiplicado por se extensión que es de 1116.45 m<sup>2</sup> nos da un total de N\$ 45,218.25.

#### **4.3. PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

##### **4.3.1. TERRENO**

El terreno considerado para la construcción del hotel en la playa "La Majahua" tiene una superficie de 37,161.38 m<sup>2</sup>. representando el de mayor magitud de los 4 lotes hoteleros, tiene además de la mejor ubicación del megaproyecto. El precio por metro cuadrado es de N\$ 650.00, por lo que el costo total del lote hotelero es de N\$ 24'154,897.00 con la ventaja de que se contará con la infraestructura requerida para el desarrollo del proyecto, evitando mayores costos.

##### **4.3.2. ADECUACIONES INFRAESTRUCTURALES**

Por lo que respecta a las adecuaciones de infraestructura se destinarán N\$ 577,420.00 para el mantenimiento de las vías de acceso al lugar (pavimentación, drenaje, alumbrado, etc.).

### 4.3.3. EDIFICACIONES

El costo por cada una de las edificaciones con que contará el hotel es el siguiente:

	PRECIO UNITARIO N\$	CANTIDAD M <sup>2</sup>	TOTAL N\$
Administración	8,000.00	605.00	4840000.00
Hospedaje	8,000.00	19440.00	155520000.00
Restaurante y bar	8,000.00	400.00	3200000.00
Corredores	40.50	1116.50	45218.25
Cancha de tenis	120.00	522.17	62660.40
Cancha de voleibol	95.00	678.18	64427.10
Albercas	20.00	666.00	13320.00
Plaza	40.50	1227.50	49693.00
Plaza Acceso	40.50	300.00	12150.00
Estacionamiento	40.50	3258.00	131949.00
<b>TOTAL</b>			<b>N\$ 164'377,046.00</b>

### 4.3.4. EQUIPO

Se considera como equipo a todos los instrumentos mecánicos que son imprescindibles para el buen servicio de hotel como lo son: conmutador, elevadores, calderas, generadores auxiliares de energía, así como el aire acondicionado y el equipo de lavandería y tintorería, las bombas de agua, las calderas. Lo que da un total de **N\$ 813,667.00.**

#### 4.3.5. MOBILIARIO

##### ADMINISTRACION Y RECEPCION

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL N\$
escritorios ejecutivos	3	600	1800
sillones ejecutivos	3	320	960
archivero de 4 gabetas	1	1200	1200
sillón visita fijo	2	300	600
máquina de escribir IBM	2	3160	6320
máquina computadora	2	5000	10000
máquina sumadora	6	350	2100
escritorio secretarial	4	250	1000
silla secretarial	4	145	580
botes de basura	6	12	72
caja registradora	1	8340	8340
caja de seguridad	1	870	870
locker	30	193	5790
botiquin 1ros. auxilios	3	100	300
extinguidor	1	180	180
sillones lobby	3	1160	3480
mesa de centro lobby	1	150	150
barra de recepción	2	2000	4000
librero horizontal	1	500	500
<b>TOTAL</b>			<b>N\$ 48242.00</b>

La administración y la recepción representa un lugar fundamental en en la presentación del hotel, ya que de la buena imagen que esta pueda transmitir, va a repercutir en la buena o mala impresión que el cliente desde su llegada pueda apreciar.

**HOSPEDAJE**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL(N\$)</b>
cámas matrimoniales	13	6669
cámas individuales	280	108080
cámas king size	13	11700
sofá cáma	181	59730
buros	194	14938
tocador con luna	194	53544
closet	194	127458
lámparas	233	15611
botes de basura	388	3880
sillas	194	9700
sillas reclinables	360	36000
mesas	194	48500
cortineros	194	3880
ganchos	970	485
tapetes de baño	388	3880
tapetes de entrada	194	2910
televisores	194	155200
teléfonos	194	44620
jgo. de sala	13	7800
Comedor	13	20787
Tina de baño	13	5018

**TOTAL****N\$ 740,390.00****BAR**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL(N\$)</b>
mesas	10	600
bancos para barra	20	600
barra	1	1000
contrabarra	1	1800
charolas	20	240
teléfono	1	230
sillas	80	4400
máquina frape hielo	1	500
licuadora	2	140
extinguidor	1	180
<b>TOTAL</b>		<b>N\$ 9,690.00</b>

**RESTAURANTE**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL (N\$)</b>
mesas	38	2280
sillas	150	6750
barra	1	1000
teléfono	1	230
caja registradora	1	2000
carritos	6	1200
charolas	38	456
horno de microondas	2	1800
abre latas eléctrico	2	300
estufa comercial	1	8000
alacenas	2	6000
mesa caliente	1	5000
bancos	5	175
refrigerador comercial	1	5000
fregaderos	2	5000
campana extractora	1	3700
licuadoras	4	280
cafetera de 3 llaves	1	2500
extractores	3	321
batidoras	3	240
botes de basura	3	45
bateria de cocina (global)		4000
extinguidores	2	360
ollas express	4	1000
cuchillos (global)		1000
<b>TOTAL</b>		<b>N\$ 58,637.00</b>

**MANTENIMIENTO Y AREAS VERDES**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL (N\$)</b>
escobas	60	600
esponjas	150	600
cepillo para baño	60	222
cubetas	60	450
plumeros	60	1200
aspiradoras	20	17000
podadoras	4	3200
mangueras mts.	50	250
rastrillos	4	36
mechudos	24	192
herramientas en general		3000
tques. combustible 1500 lts.		2000
anaqueles y repisas global		1500
sombrillas	50	16000
camastros	100	21500
<b>TOTAL</b>		<b>N\$ 67750.00</b>

**TOTAL GLOBAL****N\$ 924,709.00**

#### 4.3.6. LENCERIA Y CRISTALERIA

Para este rubro se designarán N\$ 128,310.00 ya que compren de blancos (toallas, manteles, etc.), lencería y cristalería (vajillas, ceniceros, etc.).

#### 4.3.7. GASTOS PREOPERATIVOS

Se considerarán como el conjunto de erogaciones entre los que destacan, estudio de factibilidad, trámites legales, gastos de personal, comisiones, relaciones públicas, instrumentos promocionales etc..

5% sobre inversión fija lo que resulta de  
N\$ 9'506,658.00

#### 4.3.8. CAPITAL DE TRABAJO

Estará integrado por el efectivo en caja, sueldos y salarios, gastos departamentales, cuyo monto ascenderá a N\$ 383,839.00 a 1 mes.

#### 4.3.9. IMPREVISTOS

Dado que los imprevistos se consideran del 5% sobre los costos de construcción resultan N\$ 8'167,800.00 para el proyecto a realizar.

#### 4.3.10. CONCENTRADO PRESUPUESTO DE INVERSIONES

INVERSION FIJA	N\$
. Terreno	24'154,897.00
. Construcciones	164'377,046.00
. Adec. infraestructurales	577,420.00
. Equipo	813,667.00
. Lencería	128,310.00
. Mobiliario y decoración	924,709.00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>	
. Gastos Preoperativos	9'506,658.00
. Imprevistos	8'167,800.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>383,839.00</b>
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>N\$209'034,346.00</b>



ESTUDIO FINANCIERO

**CALENDARIO DE INVERSIONES**

CONCEPTO	AÑOS DE APLICACION				TOTAL
	1	2	3	4	
Terreno	24154897				24154897
Construc.	40984854	40984854	40984854	40984854	163939418
Adec. Inf.				577420	557420
Equipo				813677	813677
Mob. y dec.				924709	924709
Lenceria				128310	128310
Imprevistos	2041950	2041950	2041950	2041950	8167800
Gastos preop.				956658	956658
Cap. Trabajo					383839
<b>INV. ANUAL</b>	<b>67181701</b>	<b>43026804</b>	<b>43026804</b>	<b>54977568</b>	<b>208596718</b>

## 5.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL

La necesidad de capital asciende a N\$ 208'596,718.00 de los cuales el 40% serán recursos propios y el 60% restante se obtendrá mediante financiamiento.

RECURSOS PROPIOS	%	MONTO (N\$)
. CAPITAL SOCIAL	40	83'438,688.00
FINANCIAMIENTO		
. Refaccionario	42	124'774,191.00
. Avío	18	383,839.00
TOTAL	100	208'596,718.00

Para la integración del capital social se contará con 2 socios, los cuales participarán con N\$ 41'638,291.00 respectivamente para cubrir el 40% de la inversión total requerida.

### FINANCIAMIENTO

Para el otorgamiento del crédito, el inversionista deberá presentar por escrito a la Institución Bancaria la solicitud de financiamiento respectivo. Una vez que la institución bancaria realice el análisis correspondiente y emita su aprobación, remitirá a FONATUR la Carta de Autorización del Crédito Solicitado, junto con la documentación Técnica Financiera y Legal que corresponda.

FONATUR realizará la evaluación Técnica y Financiera del proyecto comunicando a la Institución Bancaria y al inversionista la resolución con respecto a la solicitud por medio de una carta de Autorización.

Posteriormente, la institución Intermediaria remitirá a FONATUR los certificados de depósito que documenten el crédito para proceder a la entrega de las ministraciones de acuerdo al programa de disposiciones establecido en función del avance de obra del proyecto. La formalización del contrato de crédito deberá efectuarse en el transcurso de los 4 meses posteriores a la recepción de la carta de FONATUR.

DESTINO DE CREDITO	TIPO DE CREDITO	PLAZO MAXIMO (años)	APALANCAMIENTO %
- Construc.	Refaccionario	15	60
Hoteles	Habil. o Avío	5	

Para determinar la tasa de interés se sumarán los puntos adicionales a la tasa de CETES anual.

**PROYECTO Y CATEGORIA**

HOTELES	AMPLIACION (Ctos. Adic.)	OBRAS NUEVAS (Ctos. Adic.)
. Gran Turismo	4.0	6.0
. 5 Estrellas	4.0	6.0
. 4 Estrellas	2.5	3.5
. 3 Estrellas	1.5	2.5
. 2 Estrellas	0.0	0.0
. 1 Estrella	0.0	0.0

Dado que los Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES) se ubicaron con una tasa de interés anual de 10.82% se le sumarán 4 puntos adicionales dada la categoría del hotel, dando como resultado una tasa del 14.82%.

**LIMITES MAXIMOS DE FINANCIAMIENTO**

TIPO DE CREDITO	MONTO N\$
. Refaccionario	150'000,000.00
. Apertura de crédito simple con garantía de la unidad hotelera	150'000,000.00
. Habilitación o Avío	2'200,000.00

**LIMITE MAXIMO A FINANCIAR 330'000,000.00**

-----  
FUENTE: FONATUR, Programa de Financiamiento a la Actividad Turística.

Se determinará como condición al otorgamiento del crédito la presentación de una constancia expedida por la Secretaría de Turismo, en donde se indique que se encuentra inscrito en el Registro Nacional de Turismo, así como en su caso la categoría del establecimiento y la tarifa máxima que pueda cobrarse. Para el caso de construcciones nuevas deberá presentarse al momento de la apertura del establecimiento.

**MINISTRACION DEL CREDITO**

AÑOS APLICACION	MONTO N\$	INTERESES
1	-----	-----
2	26769818	3967287
3	43026804	6376572
4	54977568	8147676
TOTAL	124774191	18491535

**AMORTIZACION DEL CREDITO  
REFACCIONARIO\*  
(Cifras en N\$)**

AÑO	MONTO N\$	CAPITAL N\$	INTERESES 14.82%	PAGO ANUAL N\$
1	124774191	*****	18491535	18491535
2	124774191	*****	18491535	18491535
3	124774191	*****	18491535	18491535
4	124774191	17824884	18491535	36316419
5	106949306	17824884	15849887	33674771
6	89124422	17824884	13208239	31033123
7	71299537	17824884	10566591	28391475
8	53474653	17824884	7924944	25749828
9	35649768	17824884	5283296	23108180
10	17824884	17824884	2641648	20466532

-----  
\* A diez años con 3 de gracia.

**AMORTIZACION DEL CREDITO  
DE AVIO\***

AÑO OPERAC.	MONTO N\$	CAPITAL N\$	INTERESES 14.82%	PAGO ANUAL
1	382839	-----	41532	41532
2	383839	-----	41532	41532
3	383839	-----	41532	41532
4	383839	95960	41532	137492
5	287879	95960	31149	127105
6	191919	95960	20766	116726
7	95959	95959	10383	106342

-----  
\* A 7 años con 3 años de gracia

### 5.3. PRONOSTICO DE INGRESOS

#### 5.3.1. POR HOSPEDAJE

##### 1º AÑO

CONCEPTO	CANTIDAD Nº CUARTOS	CAPACIDAD ANUAL	TARIFA P/NOCHE N\$	TOTAL ANUAL N\$
SUITES	15	5475	450	2463750
DOBLES	80	58400	300	17520000
TRIPLE	80	87600	350	30660000
SENCILLA	46	16790	250	4197500
TOTAL	221			54841250

##### 2º AÑO

CONCEPTO	CANTIDAD Nº CUARTOS	CAPACIDAD ANUAL	TARIFA P/NOCHE N\$	TOTAL ANUAL N\$
SUITES	15	5475	450	2463750
DOBLES	80	58400	300	17520000
TRIPLE	80	87600	350	30660000
SENCILLA	46	16790	250	4197500
TOTAL	221			54841250

##### 3º AÑO

CONCEPTO	CANTIDAD Nº CUARTOS	CAPACIDAD ANUAL	TARIFA P/NOCHE N\$	TOTAL ANUAL N\$
SUITES	17	6205	450	2792250
DOBLES	90	65700	300	19710000
TRIPLES	90	98550	350	34492500
SENCILLA	52	18980	250	4745000
TOTAL	249			61739750

##### 4º AÑO

CONCEPTO	CANTIDAD Nº CUARTOS	CAPACIDAD ANUAL	TARIFA P/NOCHE N\$	TOTAL ANUAL N\$
SUITES	19	6935	450	3120750
DOBLES	100	73000	300	21900000
TRIPLES	100	109500	350	38325000
SENCILLA	58	21170	250	5292500
TOTAL	277			68638250

### 5.3.2. POR RESTAURANTE

#### RESTAURANTE

	A	Ñ	O	S
CONCEPTO	1	2	3	4
Nº MESAS	26	30	34	38
SILLAS	104	120	136	150
CAPACIDAD	364416	473040	47654	525600
TARIFA INGRESO	28	28	28	28
ANUAL N\$	10203648	13245120	13343232	14716800

### 5.3.3. POR BAR

BAR	A	Ñ	O	S
CONCEPTO	1	2	3	4
Nº MESAS	14	16	18	20
LUGARES BARRA	14	16	18	20
Nº SILLAS	56	64	72	80
CAPACIDAD ANUAL	66730	75120	84510	93900
TARIFA N\$	50	50	50	50
INGRESO ANUAL N\$	3294500	3756000	425500	4695000

#### 5.3.4. OTROS INGRESOS

Este rubro estará integrado por la prestación de algunos servicios adicionales como son: lavandería, cajas de seguridad entre otros.

Considerando que normalmente es de un 4% sobre los ingresos por hospedaje.

AÑO DE OPERACION	INGRESOS
1	1618440
2	2193650
3	2694590
4-10	2794530

### 5.3.5 CONCENTRADO DE INGRESOS

CONCENTRADO DE INGRESOS  
(Cifras en N\$)  
AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HOSPEDAJE	40461000	54841250	61739750	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250
RESTAURANTE	10203648	13245120	13343232	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800
BAR	3336500	3756000	4225500	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000
OTROS	1618440	2193650	2694590	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530
TOTAL	55819588	74036020	82003072	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580

FUENTE: Cálculos propios.

#### 5.4. PRONOSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES

Los requerimientos de personal estarán en función de su capacidad de atención al hoesped.

##### REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

PUESTO	PERSONAS
Gte.Gral	1
Contador	1
Aux. conta.	1
Secretaria	2
Recepcionis	4
Telefonista	2
Grte.Reserv	1
Ama Llaves	1
Camarista	18
Bell boy	5
Mozo	4
Lav. tintor	6
Manten.	6
Seguridad	4
Grte.aliment. y bebidas	1
Chef	2
Cocinero	4
Lava Platos	4
Barman	2
Capt.meseros	1
Meseros (1)	12
Cajeros	3

(1) 8 meseros para el restaurant y 4 para el bar

FUENTE: De la Torre Francisco, "Administración Hotelera". Edit. Trillas.

El empleo que generará será de 87 personas para su funcionamiento.

Sus salarios estarán determinados en las diferentes áreas de acuerdo a las ventas totales para cada uno (ver anexo cuadro de salarios mensual y anual).

##### 5.4.1. POR HOSPEDAJE

Para este departamento se estimó un 20% sobre las ventas totales del mismo para la adquisición de productos de limpieza, suministro a clientes (fosforos, jabones, papel higiénico), la adquisición de blancos lavendería en general la cantidad de N\$ 632,100.00 por concepto de sueldos y salarios N\$ 177,120.00. Dando un total de

N\$ 809,220.00, el cual se incrementará un 10% anual de acuerdo a la capacidad operativa del hotel.

AÑO OPERACION	VENTAS POR HOSPEDAJE	COSTOS N\$
1	40461000	8092200
2	54841250	10968250
3	61739750	12347950
4-10	68638250	13727650

#### 5.4.2. POR RESTAURANTE

Se considera el 25% sobre las ventas totales de esta área para el pago de sueldos y salarios la cantidad de N\$ 244,800.00, para la adquisición de insumos, cristalería y loza, productos de limpieza, elaboración de menús N\$ 2'306,112.00. Dando un total de N\$2'550,912.00 cantidad que se incrementará en la misma medida que la anterior.

AÑO OPERACION	VENTAS TOTALES RESTAURANTE	COSTOS N\$
1	10203648	2550912
2	13245120	3311280
3	13343236	3335809
4-10	14716800	3679200

#### 5.4.3. POR BAR

Se considera el 20% sobre las ventas de esta área para el pago de sueldos y salarios N\$ 303,840.00, para la adquisición de insumos, cristalería, productos de limpieza, vinos, botanas, refrescos, hielo, música y diversión N\$ 353,460.00. Dando un resultado de N\$657,300.00, cifra que se incrementará de acuerdo a la capacidad operativa.

AÑO OPERACION	VENTAS TOTALES	COSTOS N\$
1	3286500	657300
2	3756000	751200
3	4225500	845100
4-10	4695000	939000

#### 5.4.4. POR OTROS SERVICIOS

En este rubro se estimó un 3% sobre las ventas totales de otros ingresos, tales como sueldos y salarios en lavandería y tintorería la cantidad de N\$ 34,560.00, por cajas de seguridad y teléfono a clientes la cantidad de N\$ 13,993.00. Dando un total de N\$48,533.00.

AÑO OPERACION	VENTAS TOTALES	COSTOS N\$
1	1618440	48553
2	2193650	65809
3	2469590	74087
4-10	2745530	82365

#### 5.4.5. POR PROMOCION Y PUBLICIDAD

Se asignó para el pago de honorarios a agencias publicitarias, impresos publicitarios en medios masivos de comunicación, gastos en eventos, de relaciones públicas e impresos propios, gastos en correo, etc. N\$ 3'431,913.00

#### 5.4.6. AREA ADMINISTRATIVA

Se contemplan los gastos que permiten el buen funcionamiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y administración de la empresa, entre ellos tenemos, suministro de papelería, útiles de escritorio, seguros, honorarios y descuentos, para cubrir lo anterior se estimó la cantidad de N\$1'267,320.900 y por lo que respecta al pago de sueldos y salarios N\$ 349,320.00.

#### 5.4.7. DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO

Todo hotel en general necesita de un mantenimiento constante en todas las áreas, entre estos gastos se encuentra la adquisición de herramientas y partes para reparaciones continuas y habituales, así como el pago de servicios exteriores para mantener activos específicos como elevadores, aire acondicionado, generador de energía eléctrica, calderas etc., por N\$1'177,920.00 y para el pago de sueldos y salarios N\$345,560.00.

#### 5.4.8. GASTOS DE ENERGIA ELECTRICA, COMBUSTIBLE Y AGUA

Se destinó un 10% de las ventas de hospedaje para el pago de agua, de los recibos generales de electricidad, gas y combustible lo que representa la cantidad de N\$ 406,610.00.

AÑO OPERACION	VENTAS TOTALES HOSPEDAJE N\$	GASTOS SERVICIOS N\$
1	40661000	4066100
2	54841250	5484125
3	61739750	6173975
4-10	68638250	6863825

#### 5.4.9. OTROS GASTOS

Se asignó un 1% sobre las ventas de hospedaje para la adquisición de diferentes elementos en cada uno de los diferentes departamentos, como es el teléfono a clientes, la adquisición de uniformes, papelería e impresos lo que representa en cantidad N\$ 406,610.00.

AÑO OPERACION	VENTAS TOTALES HOSPEDAJE N\$	OTROS GASTOS N\$
1	40661000	406610
2	54841250	548413
3	61739750	617398
4-10	68638250	686383

## 5.4.10 COSTOS Y GASTOS DE OPERACION PROYECTADOS

### COSTOS Y GASTOS DE OPERACION (Cifras en NS) AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>COSTO</b>										
HOSPEDAJE	8092200	1096825	1234795	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765
.Sueldos/salar.	177120	177120	177120	177120	177120	177120	177120	177120	177120	177120
.Insumos	632100	919705	1057675	1195645	1195645	1195645	1195645	1195645	1195645	1195645
RESTAURANTE	2550912	3311280	3335809	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200
.Sueldos/salar.	244800	244800	244800	244800	244800	244800	244800	244800	244800	244800
.Insumos	2306112	3066480	3091009	3434400	3434400	3434400	3434400	3434400	3434400	3434400
BAR	657300	751200	845100	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900
.Sueldos/salar.	303840	303840	303840	303840	303840	303840	303840	303840	303840	303840
.Insumos	353460	447360	541260	635160	635160	635160	635160	635160	635160	635160
OTROS SERV.*	48553	65809	74087	82365	82365	82365	82365	82365	82365	82365
.Sueldos/salar.	34560	34560	34560	34560	34560	34560	34560	34560	34560	34560
.Insumos	13993	31249	39527	47805	47805	47805	47805	47805	47805	47805
SUB-TOTAL	4022287	5225114	5489791	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330
<b>GASTOS</b>										
PROMOC./PUBLIC.	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913
AREA ADMON.	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640
.Sueldos/salar.	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320
.Insumos	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320	1267320
MANTENIMIEN.	1212480	1645238	1852193	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148
.Sueldos/salar.	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320	349320
.Insumos	1177920	1610678	1817633	2024588	2024588	2024588	2024588	2024588	2024588	2024588
ENERGIA ELEC.	4066100	5484125	6173975	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825
OTROS GASTOS	406610	548413	617398	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383
SUB-TOTAL	9601113	13075649	14041439	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229
<b>TOTAL</b>	<b>13623400</b>	<b>18300763</b>	<b>19531230</b>	<b>21080559</b>						

\* Tintorería y lavandería

FUENTE: Cálculos propios.

## 5.5. COSTOS FIJOS

Son todos aquellos en los cuales se incurre independientemente del volumen de ventas. Forman parte de estos costos, las depreciaciones y amortización, sueldos y salarios entre otros.

**TABLA DE AMORTIZACION DE INTANGIBLES  
Y DEPRECIACION DE ACTIVOS**

CONCEPTO N\$	VALOR AÑOS	VIDA UTIL %	TASA LEGAL ANUAL	CARGO N\$
Construcción	163939418	10	5	8196971
Equipo	813667	10	10	81367
Mobiliario	924709	10	10	92471
Gastos preoper.	9506658	10	10	950666
Imprevistos	8167800	10	10	816780
Inter. devenga. dnte construc.	18491535	10	10	1849154
lencería	128310	10	10	12831
TOTAL			N\$ 12'000,240.00	

## 5.5.1. COSTOS FIJOS PROYECTADOS

### COSTOS FIJOS PROYECTADOS

(Cifras en N\$)

AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
. Deprec. y amortiz.	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
. Gastos Financieros	18533067	18533067	18533067	18533067	15881036	13229005	10576974	7924944	5283296	2641648
. Sueldos y Salarios	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200
. Promoc. y public.	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913
. Administración	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640
<b>TOTAL</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>34074029</b>	<b>31421998</b>	<b>28769967</b>	<b>26117937</b>	<b>23476289</b>	<b>20834641</b>

FUENTE: Cálculos propios.

## 5.6. COSTOS VARIABLES PROYECTADOS

### COSTOS VARIABLES PROYECTADOS (Cifras en N\$) AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Insumos*	5750905	7342792	7814424	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918
Energía eléctrica	4066100	5484125	6173972	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825
Otros gastos	406610	548413	617398	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383
<b>TOTAL</b>	<b>10223615</b>	<b>13375330</b>	<b>14605797</b>	<b>16155126</b>						

\* Comprende todos los departamentos.

FUENTE: Cálculos propios.

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

## 5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular el punto de equilibrio se determinaron los diferentes volúmenes de ventas que se requieren para igualar a los costos y gastos operacionales en los que incurre la empresa en cada año de operaciones, así como el señalamiento de la capacidad instalada en que se encuentran.

Considerando que la fórmula a seguir es:

$$Pe = \frac{C. F.}{1 - CV/VT}$$

En donde :

Pe = Punto de equilibrio  
C.F. = Costos Fijos  
C.V. = Costos Variables  
C.T. = Costos Totales

Los resultados obtenidos se presentan en el siguiente cuadro del Cálculo del Punto de Equilibrio Financiero de la siguiente página.

### 5.7.1. PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO

#### PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO (Cifras en N\$) AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos Fijos	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993
Costos Variables	10223615	13375330	14605797	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126
Ventas Totales	55819588	74036020	82003072	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580
1 - Cv/Vt	0.8173	0.8193	0.8219	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222
Ventas de Equilibrio	22259871	22205532	22135287	22127211	22127211	22127211	22127211	22127211	22127211	22127211
Capacidad (%) en relacion a las ventas totales.	24.5	24.44	24.37	24.36	24.36	24.36	24.36	24.36	24.36	24.36

FUENTE: Cálculos propios.

## 5.7.2. PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO

### PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO (Cifras en N\$) AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Costos Fijos	36726060	36726060	36726060	36726060	34074029	31421998	28769967	26117937	23476289	20834641
Costos Variables	10196665	13375330	14605797	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126
Ventas Totales	55819588	74036020	82003072	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580
1 - Cv/VT	0.8173	0.8193	0.8219	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222	0.8222
Ventas de Equilibrio	44935837	44826144	44684341	44668036	41442506	38216976	34991446	31765917	28553015	25340113
Capacidad (%) en relacion a las ventas totales.	49.46	49.34	49.19	49.17	45.62	42.07	38.52	34.97	31.43	27.89

FUENTE: Cálculos propios.

Los resultados obtenidos indican que la empresa alcanzará el punto de equilibrio financiero cuando genere los volúmenes de ventas que se requiere para cada año de operación , así como la capacidad se requiera.

## 5.8. ANALISIS DE LA POSICION FINANCIERA ESPERADA DEL PROYECTO

### 5.8.1. ESTADO DE RESULTADOS

#### ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

(Cifras en NS)

AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) VENTAS TOTALES	55619588	74036020	82003072	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580	90844580
Hospedaje	40461000	54841250	61739750	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250	68638250
Restaurante	10203648	13245120	13343232	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800	14716800
Bar	3336500	3756000	4225500	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000	4695000
Otros	1618440	2193650	2694590	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530	2794530
2) COSTOS DE OPERACION	4022287	5225114	5489791	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330
Hospedaje	8092200	1096825	1234795	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765
Restaurante	2550912	3311280	3335809	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200
Bar	657300	751200	845100	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900
Otros	48553	65809	74087	82365	82365	82365	82365	82365	82365	82365
3) GASTOS DE OPERACION	9601113	13075649	14041439	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229
Publicidad y promoción	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913
Area de Administración	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640
Mantenimiento	1212480	1645238	1852193	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148
Energía eléctrica	4066100	5484125	6173975	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825
Otros Gastos	406610	548413	617398	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383
4) UTIL DE OPERACION	42196180	55735257	62471842	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021
5) GASTOS FINANCIEROS	18533067	18533067	18533067	18533067	15881036	13229005	10576974	7924944	5283296	2641648
Crédito Refaccionario	18491535	18491535	18491535	18491535	15849887	13208239	10566591	7924944	5283296	2641648
Crédito de Avío	41532	41532	41532	41532	31149	20766	10383			
6) DEPREC. AMORTIZ.	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
7) UTILIDAD A/IMPUESTO	11662873	25201950	31938535	39230714	41882745	44534776	47186807	49838837	52480485	55122133
8) ISR (35%)	4082006	8820682	11178487	13730749	14658960	15587171	16516382	17443592	18368169	19292746
9) PTU (10%)	1166287	2520195	3193854	3923071	4188275	4453478	4718681	4983884	5248049	5512213
UTILIDAD NETA	6414580	13861073	17566194	21576894	23035510	24494126	25952743	27411360	28864266	30317173

FUENTE: Cálculos propios.

**CONCENTRADO ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**  
(cifras en N\$)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) VENTAS TOTALES	82330600	99344213	107046588	115304557	112652526	110000495	107348464	104696434	102054786	99413138
2) COSTO DE OPERACION	4022287	5225114	5489791	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330
3) GASTOS DE OPERACION	9601113	13075649	14041439	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229
4) UTIL OPERACION	42196180	55735257	62471842	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021	69764021
5) GASTOS FINANCIEROS	18533067	18533067	18533067	18533067	15881036	13229005	10576974	7924944	5283296	2641648
6) DEPREC. Y AMORT.	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
7) UTILIDAD A/IMP.	11662873	25201950	31938535	39230714	41882745	44534776	47186807	49838837	52480485	55122133
8) ICR (35%)	4082006	8820682	11178487	13730749	14658960	15587171	16516382	17443592	18368169	19292746
9) PTU (10%)	1166287	2520195	3193854	3923071	4188275	4453478	4718681	4983884	5248049	5512213
10) UTILI. NETA	6414580	13861073	17566194	21576894	23035510	24494126	25952743	27411360	28864266	30317173

FUENTE: Cálculos propios.

## 5.8.2. BALANCE GENERAL PROFORMA

BALANCE GENERAL PROFORMA  
(Cifras en N\$)

## AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>										
Caja	4651632	6169668	6833589	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382
Bancos	20108723	38009250	53019964	68260313	64170105	59336336	53923683	50412362	46040633	41668875
Inventarios	279324	307256	337982	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780
<b>FIJO</b>										
Terreno	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	-----	-----	-----	-----	-----
Edificio	163939418	155742447	147545476	139348505	131151534	122954563	114757592	106560621	98363650	90166670
(-) Deprec.	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971	8196971
	155742447	147545476	139348505	131151534	122954563	114757592	106560621	98363650	90166670	81969708
Equipo	813667	732300	650933	569566	488199	406832	325465	244098	162731	81367
(-) Depreciación	81367	81367	81367	81367	81367	81367	81367	81367	81367	81367
	732300	650933	569566	488199	406832	325465	244098	162731	81364	81367
Mobiliario y decor.	924709	832238	739767	647296	554825	462354	369883	277412	184941	92470
(-) Depreciación	92471	92471	92471	92471	92471	92471	92471	92471	92471	92471
	832238	739767	647296	554825	462354	369883	277412	184941	92470	-
Lencería	128310	115479	102648	89817	76886	64155	51324	38493	25662	12831
(-) Depreciación	12831	12831	12831	12831	12831	12831	12831	12831	12831	12831
	115479	102648	89817	76986	64155	51324	38493	25662	12831	-
<b>DIFERIDO</b>										
Gastos preoperat.	950668	8555992	7605326	6654660	5703994	4753328	3802662	2851996	1901330	950666
(-) Amort.	950666	950666	950666	950666	950666	950666	950666	950666	950666	950666
	8555992	7605326	6654660	5703994	4753328	3802662	2851996	1901330	950664	-
Imprevistos	8167800	8167800	7534240	5717460	4900680	4083900	3267120	2450340	1633560	816780
(-) Amortización	816780	816780	816780	816780	816780	816780	816780	816780	816780	816780
	73511020	654240	5717460	4900680	4083900	3267120	2450340	1633560	816780	-
Intereses preoper.	18491535	16642381	14793227	12944073	11094919	9245765	7396611	5547457	3698303	1849149
(-) Amortización	1849154	1849154	1849154	1849154	1849154	1849154	1849154	1849154	1849154	1849149
	16642381	14793227	12944073	11094919	9245765	7396611	5547457	3698303	1849149	-
<b>TOTAL ACTIVO</b>	215011298	222457791	226162912	230173612	213711384	197249155	180786928	164324701	147952723	131580745
<b>PASIVO</b>										
Crédito Bancario	125158030	125158030	125158030	125158030	107237186	89316341	71395497	53474653	35649769	17824884
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	89853268	97299761	101004882	105015582	106474198	107932814	109391431	110850048	112302954	113755861
Capital Social	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688
Utilidad del ejercic.	6414580	13861073	17566194	21576894	23035510	24494126	25952743	27411360	28864266	30317173
<b>SUMA PASIVO + CAPITAL</b>	215011298	222457791	226162912	230173612	213711384	197249155	180786928	164324701	147952723	131580745

FUENTE: Cálculos propios.

## CONCENTRADO BALANCE GENERAL PROFORMA

(Cifras en NS)

AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ACTIVO</b>										
<b>CIRCULANTE</b>										
Caja	605220	6169668	6833589	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382	7570382
Bancos		13854353	32875767	27643152	39643428	35181439	30719452	26257465	21885736	17513978
Inventarios	279324	307256	337982	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780
<b>FIJO</b>										
Terreno	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897
Edificio	155742447	147545476	139348505	131151534	122954563	114757592	106560621	98363650	90166670	81969708
Equipo	732300	650933	569566	488199	406832	325465	244098	162731	81364	---
Mobiliario y decoraci	832238	739767	647296	554825	462354	369883	277412	184941	92470	---
Lencería	115479	102648	89817	76986	64155	51324	38493	25662	12831	---
<b>DIFERIDO</b>										
Gastos preoperativos	8555992	7605326	6654660	5703994	4753328	3802662	2851996	1901330	950664	---
Imprevistos	73511020	6534240	5717460	4900680	4083900	3267120	2450340	1633560	816780	---
Intereses preoperativ	16642381	14793227	12944073	11094919	9245765	7396611	5547457	3698303	1849149	---
<b>SUMA ACTIVO</b>	<b>215011298</b>	<b>222457791</b>	<b>226162912</b>	<b>230173612</b>	<b>213711384</b>	<b>197249155</b>	<b>180786928</b>	<b>164324701</b>	<b>147952723</b>	<b>131580745</b>
<b>PASIVO</b>										
Crédito Bancario	125158030	125158030	125158030	125158030	107237186	89316341	71395497	53474653	35649769	17824884
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>107237186</b>	<b>89316341</b>	<b>71395497</b>	<b>53474653</b>	<b>35649769</b>	<b>17824884</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>										
Capital Social	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688
Utilidad del ejercic.	6414580	13861073	17566194	21576894	23035510	24494126	25952743	27411360	28864266	30317173
<b>TOT. CAP. CONTABLE</b>	<b>89853268</b>	<b>97299761</b>	<b>101004882</b>	<b>105015582</b>	<b>106474198</b>	<b>107932814</b>	<b>109391431</b>	<b>110850048</b>	<b>112302954</b>	<b>113755861</b>
<b>PASIVO+CAPITAL</b>	<b>215011298</b>	<b>222457791</b>	<b>226162912</b>	<b>230173612</b>	<b>213711384</b>	<b>197249155</b>	<b>180786928</b>	<b>164324701</b>	<b>147952723</b>	<b>131580745</b>

FUENTE: Cálculos propios.

### 5.8.3. RAZONES FINANCIERAS

#### RAZONES FINANCIERAS AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ENDEUDAMIENTO										
P/A	0.58	0.56	0.55	0.54	0.5	0.45	0.39	0.32	0.24	0.13
C/A	0.41	0.43	0.44	0.45	0.49	0.54	0.6	0.67	0.75	0.06
V/A	0.25	0.33	0.36	0.39	0.42	0.46	0.5	0.55	0.61	0.69
EFICIENCIA										
UAI/V	0.2	0.34	0.38	0.43	0.46	0.49	0.51	0.54	0.57	0.6
RENTABILIDAD										
UO/V	0.75	0.75	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
UN/C	0.07	0.14	0.17	0.2	0.21	0.22	0.23	0.24	0.25	0.26
UN/A	0.02	0.06	0.07	0.09	0.1	0.12	0.14	0.16	0.19	0.23

FUENTE: Cálculos propios.

Explicando las razones financieras podemos analizar lo siguiente:

La primera razón de endeudamiento nos muestra que porcentaje de las inversiones totales de la empresa están sustentadas con recursos ajenos, los cuales en términos generales se considera aceptable, para los primeros 6 años se muestra que los recursos aportados por los acreedores son superiores al 50% pero a partir del año 7 al año 10 los recursos aportados por los propietarios son mayores disminuyendo su edeuda.

La segunda razón de endeudamiento indica la participación del propietario en los activos totales de la empresa, la cual del año 1 al año 6 representó menos del 50%, lo que da por resultado que por cada peso de los activos, los socios han aportado menos de 50c.. En cambio a partir del año 7 al año 10 esta reslación subió, hasta 84c por cada peso de los activos.

El resultado de la razón de eficiencia nos muestra la generación de ventas por cada peso invertido en la empresa, por lo que en los primeros años no es muy aceptable, ya que se generan menos del 50% de lo invertido, es decir menos de 50c por cada peso invertido, a partir del 5° año hasta el 10° se podrían catalogar de aceptable, dado que se genera más del 50% lo que representa más de 50c.

El primer índice de rentabilidad nos muestra la utilidad generado por cada peso de ventas el cual va desde N\$ 0.06 hasta N\$ 0.20 al décimo año, lo cual no es realmenta aceptable.

La segunda razón de rentabilidad nos indica, que si la empresa estuviera financiada únicamente con recursos propios, la empresa tendría el N\$ 0.42 de utilidad por cada peso de ventas.

La tercera razón nos indica que por cada peso que los socios tienen invertido en la empresa, están obteniendo menos de N\$ 0.10 de utilidad, a ecepción del año 10 en el que se reciben N\$ 0.11 por peso invertido. Este porcentaje de ganancia es menor que la rentabilidad que obtendría si la empresa estuviera financiada únicamente con aportaciones de los socios.

## 5.8.4. FLUJO DE EFECTIVO PROFORMA

### FLUJO NETO DE EFECTIVO (Cifras en N\$)

CONCEPTO	AÑOS DE OPERACION									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UTIL. NETA	6414580	13861073	17566194	21576894	23035510	24494126	25952743	27411360	28864266	30317173
DEPR. Y AMOR	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
AMORT. PRINC.	-----	-----	-----	17920844	17920844	17920844	17920844	17920844	17920844	17920844
VALOR RECUP.	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	81969709
TOTAL	18414820	25861313	29566434	15656290	17114906	18573522	20032140	215886716	23039622	106462238

FUENTES: Cálculos propios.

## 5.8.5. VALOR PRESENTE NETO

### CALCULO DEL VPN

AÑO	FNE	F.A. (15%)	FNEA N\$
0	-226704414	1	-226704414
1	18414820	0.8696	16013527
2	25861313	0.7561	19553738
3	29566434	0.6575	19439930
4	15656290	0.5718	8952267
5	17114906	0.4972	8509531
6	18513522	0.4323	8029334
7	20032140	0.3759	7530081
8	21586716	0.3269	7056697
9	23039622	0.2843	6550116
10	106462238	0.2472	<u>26317465</u>
		VPN	-98751678

## 5.8.6. CALCULOS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FLUJO EFECTIVO (N\$)	FACTOR ACTUAL 4%	FLUJO EFECTIVO ACTUALIZADO N\$	FACTOR ACTUAL 15%	FLUJO EFECTIVO ACTUALIZADO N\$
0	-226704414	1	-226704414	1	-226704414
1	18414820	0.9615	17705849	0.8696	16013527
2	25861313	0.9246	23911370	0.7561	19553738
3	29566434	0.889	26284559	0.6575	19439930
4	15656290	0.8548	13382996	0.5718	8952267
5	17114906	0.8219	14066741	0.4972	8509531
6	18513522	0.7903	14678654	0.4323	8029334
7	20032140	0.7599	15214261	0.3759	7530081
8	21586716	0.7307	15773413	0.3269	7056697
9	23039622	0.7026	16187638	0.2843	6550116
10	106462238	0.6756	<u>71925888</u>	0.2472	<u>26317465</u>
			2426955		-98751678

FUENTE: Cálculos propios.

$$TIR = i1 + (i2 - i1) (VPN1/VPN1 - VPN2)$$

$$TIR = 4 + (15 - 4) (2426955 / 24269555 + 98751678)$$

$$TIR = 4 + (11) (2426955 / 101178633)$$

$$TIR = 4 + (11) (.02)$$

$$TIR = 4 + .22$$

$$TIR = 4.22$$

$$TIR = 4.86$$

### 5.8.7. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO N\$	FLUJO NETO ACUMULADO N\$
0	-226704414	-226704414
1	18414820	-208289595
2	25861313	-182428281
3	29566434	-152861847
4	15656290	-137205557
5	17114906	-120090651
6	18513522	-101517129
7	20032140	-81484989
8	21586716	-59898273
9	23039622	-36858651
10	106462238	69603587

$$PRI = N - 1 + (FNA - 1 / FN)$$

$$PRI = 10 - 1 + (36858651 / 106462238)$$

$$PRI = 9 + (.34)$$

$$PRI = 9.34$$

### 5.8.8. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis consistirá en aumentar un 15% los ingresos en cada una de las áreas, para mostrar los cambios que presentan los resultados obtenidos anteriormente, así como el alargamiento en el plazo de pago del financiamiento a 13 años.

#### AMORTIZACION DEL CREDITO REFACCIONARIO A 13 AÑOS CON 3 DE GRACIA

AÑOS OPERACION	MONTO N\$	CAPITAL N\$	INTERESES 14.82%	PAGO ANUAL N\$
1	124774191	---	184491535	18491535
2	124774191	---	184491535	18491535
3	124774191	---	184491535	18491535
4	124774191	12477419	184491535	36316419
5	112296772	12477419	16641789	29119208
6	99819353	12477419	14793228	27270647
7	87341934	12477419	12944075	25421494
8	74864515	12477419	11094921	23572340
9	62387092	12477419	9245768	21723187
10	49909677	12477419	7396614	19874033
11	37432258	12477419	5547461	18024880
12	24954839	12477419	3698307	16175726
13	12477420	12477419	1849154	14326573

FUENTE: Cálculos propios

**INGRESOS NS****AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Hospedaje	46760150	63067437	71000712	78933987	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988
Restaurante	11734002	15231888	15344716	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320
Bar	3836975	4319400	4859325	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250
Otros	18612060	2522698	3098779	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710
<b>TOTAL</b>	<b>64192187</b>	<b>85141423</b>	<b>94303541</b>	<b>104471267</b>	<b>104471268</b>								

FUENTE: Cálculos propios.

**COSTOS FIJOS**  
(Cifras en NS)  
**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Deprec./amo	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
G. financ.	18533067	18533067	18533067	18533067	16672938	14813994	12954458	11094921	9245768	7396614	5547461	3698307	1849154
Suel./salar	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200	1144200
Prom. y pub	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913
Admón.	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640
<b>TOTAL</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>36726060</b>	<b>34865931</b>	<b>33006987</b>	<b>31147451</b>	<b>29287914</b>	<b>27438761</b>	<b>25589607</b>	<b>23740454</b>	<b>21891300</b>	<b>20042147</b>

**COSTOS VARIABLES**  
(Cifras en NS)

AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Insumos*	5750905	7342792	7814424	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918	8604918
Energ. eléc	4066100	5484125	6173972	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825
Otros gasto	406610	548413	617398	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383	686383
<b>TOTAL</b>	<b>10223615</b>	<b>13375330</b>	<b>14605797</b>	<b>16155126</b>									

\* Comprende todos los departamentos.

FUENTE: Cálculos propios.

## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO Y FINANCIERO

### PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO (Cifras en NS)

#### AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
C. F.	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993	18192993
C. V.	10223615	13375330	14605797	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126
V. T.	64192187	85141423	94303541	34348123	34348124	34348125	34348126	34348127	34348128	34348129	34348130	34348131	34348132
1-CV/VT	0.8407	0.8429	0.8451	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454
<b>VENTAS</b>													
EQUILIBRIO	21640291	21583809	21527621	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982	21519982
Capacidad % en rel. a las ventas totales	42.54	51.27	54.67	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79	58.79

FUENTE: Cálculos propios.

**PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO**  
(Cifras en NS)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
D. F.	36726060	36726060	36726060	36726060	34865931	33006987	31147451	29287914	27438761	25589607	23740454	21891300	20042147
D. V.	10223615	13375330	14605797	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126	16155126
/ T.	64192187	85141423	94303541	52881190	51021062	49162119	47302584	45443048	43593896	41744743	39895591	38046438	36197286
I-CV/VT	0.8407	0.8429	0.8451	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454	0.8454
/ENTAS													
EQUILIBRIO	43685095	43571076	43457649	43447367	41246812	39047660	36847806	34647952	32460382	30272810	28085240	25897669	23710099
Capacidad %													
en rel.a las	41.83	41.72	41.61	41.6	39.49	37.39	35.28	33.17	31.08	28.98	26.89	24.79	22.7
rentas totales													

FUENTE: Cálculos propios.

**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**  
(Cifras en NS)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1) VENT. TOT	64192187	85141423	94303541	104471267	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268
Hospedaje	46760150	63067437	71000712	78933987	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988	78933988
Restaurante	11734002	15231888	15344716	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320	16924320
Bar	3836975	4319400	4859325	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250	5399250
Otros	18612060	2522698	3098779	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710	3213710
2) C. OPERAC	4022287	5225114	5489791	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	15786798	15786798	15786798
Hospedaje	8092200	1096825	1234795	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	1372765	9308376	9308376	9308376
Restaurante	2550912	3311280	3335809	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	3679200	2969588	2969588	2969588
Bar	657300	751200	845100	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900	93900
Otros	48553	65809	74087	82365	82365	82365	82365	82365	82365	82365	1262914	1262914	1262914
3) G. OPERAC	9601113	13075649	14041439	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229
Publicidad y Admon.	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913	3431913
Mantenimiento	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640	1616640
Energía eléc	1212480	1645238	1852193	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148	1059148
Otros Gastos	4066100	5484125	6173975	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825	6863825
4) UTIL. OPE	50568787	66840660	74772311	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708
5) G. FINAC.	18533067	18533067	18533067	18533067	16672938	14813994	12954458	111094921	9245768	7396614	5547461	3698307	1849154
Créd. Refac.	18491535	18491535	18491535	18491535	16641789	14793228	12944075	11094921	9245768	7396614	5547461	3698307	1849154
Crédito de A	41532	41532	41532	41532	31149	20766	10383	-----	-----	-----	-----	-----	-----
6) DEP. AMOR	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
7) UTIL. A/I	20035480	36307353	4429004	52857401	54717530	36576474	58436010	60295547	62144700	63993854	55843007	67692161	69541314
8) ISR (35%)	7012418	12707573	15483651	18500090	19151135	19801765	20452603	21103441	21750645	22397848	23045052	23692256	24339459
9) PTU (10%)	20035480	36307353	4423900	52857401	54717530	36576474	58436010	60295555	62144700	63993855	55843001	67692216	69541311
UTIL. NETA	11019514	19969044	24331452	29071571	30094641	31117061	32139805	33162550	34179585	35196620	36213656	37230688	38247723

FUENTE: Cálculos propios.

**ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA**  
(Cifras en NS)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
VENT. TOT	64192187	85141423	94303541	104471267	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268	104471268
COST. OPE	4022287	5225114	5489791	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	6073330	15786798	15786798	15786798
G. OPERAC	9601113	13075649	14041439	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229	15007229
UTIL. OPE	50568787	66840660	74772311	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708	83390708
G. FINAC.	18533067	18533067	18533067	18533067	16672938	14813994	12954458	111094921	9245768	7396614	5547461	3698307	1849154
DEP. AMOR	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
UTIL. A/I	20035480	36307353	4429004	52857401	54717530	36576474	58436010	60295547	62144700	63993854	55843007	67692161	69541314
ISR (35%)	7012418	12707573	15483651	18500090	19151135	19801765	20452603	21103441	21750645	22397848	23045052	23692256	24339459
PTU (10%)	2003548	3630735	4423900	5285740	5471753	5657647	5843601	6029555	6214470	6399385	6584301	6769216	6954131
TIL. NETA	11019514	19969044	24331452	29071571	30094641	31117061	32139805	33162550	34179585	35196620	36213656	37230688	38247723
FUENTE: Cálculos propios.													

**BALANCE GENERAL PROFORMA**  
(Cifras en NS)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>ACTIVO</b>													
<b>CIRCULANTE</b>													
Caja	5210104	7095119	7858628	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939	8705939
Bancos		19036873	34555286	50464536	50914467	51363748	51813353	5226290	52802825	57342661	50079246	46815813	4355241
Inventarios	279324	307256	337982	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780	371780
<b>FIJO</b>													
Terreno	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897	24154897
Edificio	155742447	147545476	139348505	131151534	122954563	114757592	106560621	98363650	90166670	81969708	81969708	81969708	81969708
Equipo	732300	650933	569566	488199	406832	325465	244098	162731	81364	-----	-----	-----	-----
Mobil./decor.	832238	739767	647296	554825	462354	369883	277412	184941	92470	-----	-----	-----	-----
Utenchería	115479	102648	89817	76986	64155	51324	38493	25662	12831	-----	-----	-----	-----
<b>DIFERIDO</b>													
Pr. preoperativos	8555992	7605326	6654660	5703994	4753328	3802662	2851996	1901330	950664	-----	-----	-----	-----
Imprevistos	7351020	6534240	5717460	4900680	4083900	3267120	2450340	1633560	816780	-----	-----	-----	-----
Intereses preoper	16642381	14793227	12944073	11094919	9245765	7396611	5547457	3698303	1849149	-----	-----	-----	-----
<b>SUMA ACTIVO</b>	<b>219616232</b>	<b>228565762</b>	<b>232928170</b>	<b>237668289</b>	<b>276117980</b>	<b>214567021</b>	<b>203016386</b>	<b>191465753</b>	<b>180005369</b>	<b>172544985</b>	<b>157084599</b>	<b>145624195</b>	<b>134163831</b>
<b>PASIVO</b>													
Crédito Bancario	125158030	125158030	125158030	125158030	112584651	100011272	87437893	74864515	62387096	49909677	37432258	24954839	2477420
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>125158030</b>	<b>112584651</b>	<b>100011272</b>	<b>87437893</b>	<b>74864515</b>	<b>62387096</b>	<b>49909677</b>	<b>37432258</b>	<b>24954839</b>	<b>2477420</b>
<b>CAPITAL CONTABLE</b>													
Capital Social	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688	83438688
Utilidad del ejer	11019914	19969044	24331452	29071571	30094641	31117061	32139865	33162550	34179585	39196620	36213653	37230668	38247723
<b>TOTAL C. Conta.</b>	<b>94458202</b>	<b>103407732</b>	<b>107770140</b>	<b>112510259</b>	<b>113533329</b>	<b>114555749</b>	<b>115578493</b>	<b>116601238</b>	<b>117618273</b>	<b>122635308</b>	<b>119652341</b>	<b>120669356</b>	<b>121686411</b>
+ C	219616232	228565762	232928170	237668289	226117980	214567021	203016386	191465753	180005369	172544985	157084599	145624195	134163831

FUENTE: Cálculos propios.

## RAZONES FINANCIERAS

(Cifras en N\$)

### AÑOS DE OPERACION

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>ENDEUDAMIENTO</b>													
P/A	0.56	0.54	0.53	0.52	0.49	0.46	0.43	0.39	0.34	0.28	0.23	0.17	0.09
C/A	0.43	0.45	0.46	0.47	0.5	0.53	0.56	0.6	0.65	0.71	0.76	0.82	0.9
V/A	0.29	0.37	0.4	0.43	0.46	0.48	0.51	0.54	0.58	0.6	0.66	0.71	0.77
<b>EFICIENCIA</b>													
UAI/V	0.31	0.42	0.46	0.5	0.52	0.54	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55	0.55
<b>RENTABILIDAD</b>													
UO/V	0.78	0.78	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79	0.79
UN/C	0.11	0.19	0.22	0.25	0.26	0.27	0.27	0.28	0.29	0.31	0.3	0.3	0.31
UN/A	0.05	0.08	0.1	0.12	0.13	0.14	0.15	0.17	0.18	0.22	0.23	0.25	0.28

FUENTE: Cálculos propios.

**FLUJO NETO DE EFECTIVO**  
(Cifras en NS)

**AÑOS DE OPERACION**

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
TIL. NETA	11019514	19969044	24331452	29071571	30094641	31117061	32139805	33162550	34179585	35196620	36213656	37230688	3824772
DEPR. Y AMORT	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240	12000240
MORT. PRINC.				12573379	12573379	12573379	12573379	12477419	12477419	12477419	12477419	12477419	12477419
VALOR RECUP.													6147728
TOTAL	23019754	31969284	36331692	28498432	29521502	305439222	31566666	32685371	33702406	38719441	35736474	36753489	9924782

FUENTES: Cálculos propios.

## CALCULO DEL VPN

(Cifras en N\$)

AÑO	FLUJO EFECTIVO N\$	FACTOR ACT. 15	FLUJO EFEC. ACTUALI. N\$
0	-226704414	1	-226704414
1	23019754	0.8696	20017978
2	31969284	0.7561	24171975
3	36331692	0.6575	23888087
4	28498432	0.5718	16295403
5	29521502	0.4972	14678090
6	30543922	0.4323	13204137
7	31566666	0.3759	11865909
8	32685371	0.3269	10684847
9	33702406	0.2843	9581594
10	38719441	0.2472	9571446
11	35736474	0.2149	7679768
12	36753489	0.1869	6869227
13	99247824	0.1625	<u>16127771</u>
			-23958338

**CALCULO DE LA TIR**  
(Cifras en N\$)

AÑO	FLUJO EFFECTIVO N\$	FACTOR ACT. %	FLUJO EFEC. ACTUALI. N\$	FACTOR ACT. %	FLUJO EFEC. ACTUALI. N\$
0	-226704414	1	-226704414	1	-226704414
1	23019754	0,8696	20017978	0,9615	22133493
2	31969284	0,7561	24171975	0,9246	29558799
3	36331692	0,6575	23888087	0,829	32298874
4	28498432	0,5718	16295403	0,8548	24360459
5	29521502	0,4972	14678090	0,8219	24263722
6	30543922	0,4323	13204137	0,7903	24138861
7	31566666	0,3759	11865909	0,7599	23987509
8	32685371	0,3269	10684847	0,7307	23883200
9	33702406	0,2843	9581594	0,7026	23679310
10	38719441	0,2472	9571446	0,6756	26158854
11	35736474	0,2149	7679768	0,6496	23214413
12	36753489	0,1869	6869227	0,6246	229556229
13	99247824	0,1625	<u>16127771</u>	0,6006	<u>59608243</u>
			-23958338		133537552

FUENTE: Cálculos propios.

$$TIR = 11 + (12 - 12) (VPN1/VPN1 - VPN2)$$

$$TIR = 15 + ( 4 - 15 ) (-23958338 / -23958338 - 133537552)$$

$$TIR = 15 + (11) (-239558338 / 157495890)$$

$$TIR = 15 + ( 11 ) (-.15 )$$

$$TIR = 15 - 1.65$$

$$TIR = 13.35$$

## PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

AÑO	FLUJO EFECTIVO N\$	FLUJO NETO ACUMULADO
0	-226704414	-266704414
1	23019754	-243684660
2	31969284	-211715376
3	36331692	-175333684
4	28498432	-146885252
5	29521502	-117363750
6	30543922	-86819828
7	31566666	-55253162
8	32685371	-22567791
9	33702406	11134615

$PRI = N - 1 + (FNA - 1/FN)$

$PRI = 9 - 1 + (22567791 / 33702406)$

$PRI = 8 + .67$

**PRI = 8.67**

**FALTA PAGINA**

**No.**

**107**

1

ORGANIZATION

### 6.1. TIPO DE SOCIEDAD

La Sociedad Anónima es aquella que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

En la sociedad anónima se cuenta con la colaboración económica de un grupo de por lo menos dos individuos.

La postura de la legislación mexicana con respecto a este tipo de sociedades, es permitir que cualquier grupo de personas la constituyan pero obligándolas a sujetar su creación y funcionamiento a lo previsto en la Ley de Sociedades Mercantiles.

Esto no quiere decir que se reduzca el monto de la responsabilidad al tenedor de la acción, su obligación siempre será hasta por el monto que se haya suscrito.

Dado lo anterior se cree más acertado que la empresa se rija bajo la sociedad anónima, ya que resulta idónea para las expectativas del proyecto.

### 6.2. ESTRUCTURA JURIDICA

Según la Ley de Sociedades Mercantiles en su capítulo I, el Artículo 6 nos dice:

La escritura constitutiva de una sociedad deberá contener:

1. Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad
2. El objeto de la sociedad : Servicio de hospedaje
3. Su denominación social: Hotel playa "La Majahua", S. A.
4. Su duración: 99 años
5. El importe del capital social: N\$83'276,582.00
6. La aportación de cada socio: N\$41'638,291.00
7. El domicilio de la sociedad: Playa la Majahua Ixtapa-Zihuatanejo, Edo. de Guerrero
8. La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores: Contará con un Consejo de Administración.
9. El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.

10. La manera de hacer la distribución de las utilidades y las pérdidas entre los miembros: Serán distribuidas equitativamente.

11. El importe del fondo de reserva: 5% sobre la utilidad neta.

12. Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente: Siempre que alguno de los socios no cumpla con lo convenido.

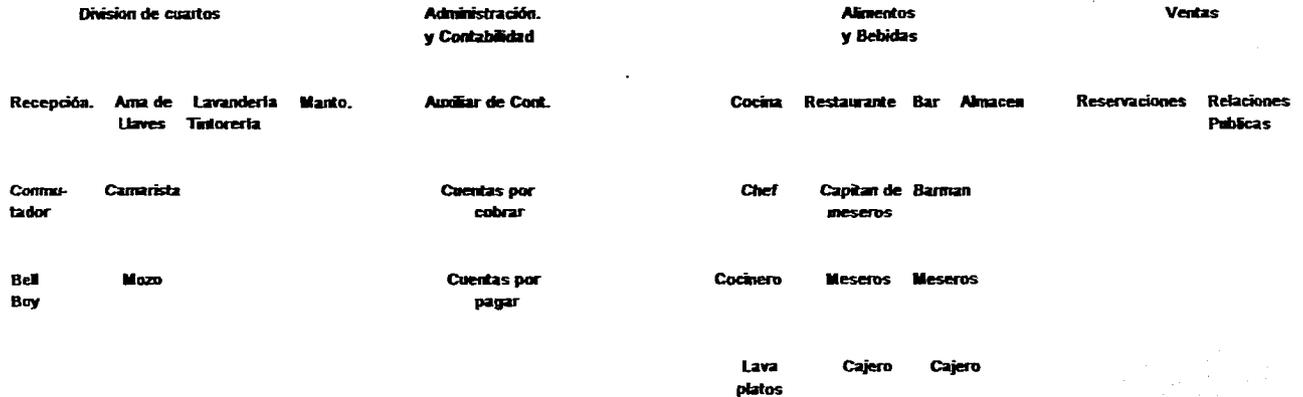
13. Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente:

Se llevará a cabo en los términos que marca la Ley de Sociedades Mercantiles.

### 6.3. ORGANIGRAMA

#### ASAMBLEA DE ACCIONISTAS

#### GERENTE GENERAL



#### 6.4. FLUJOGRAMA

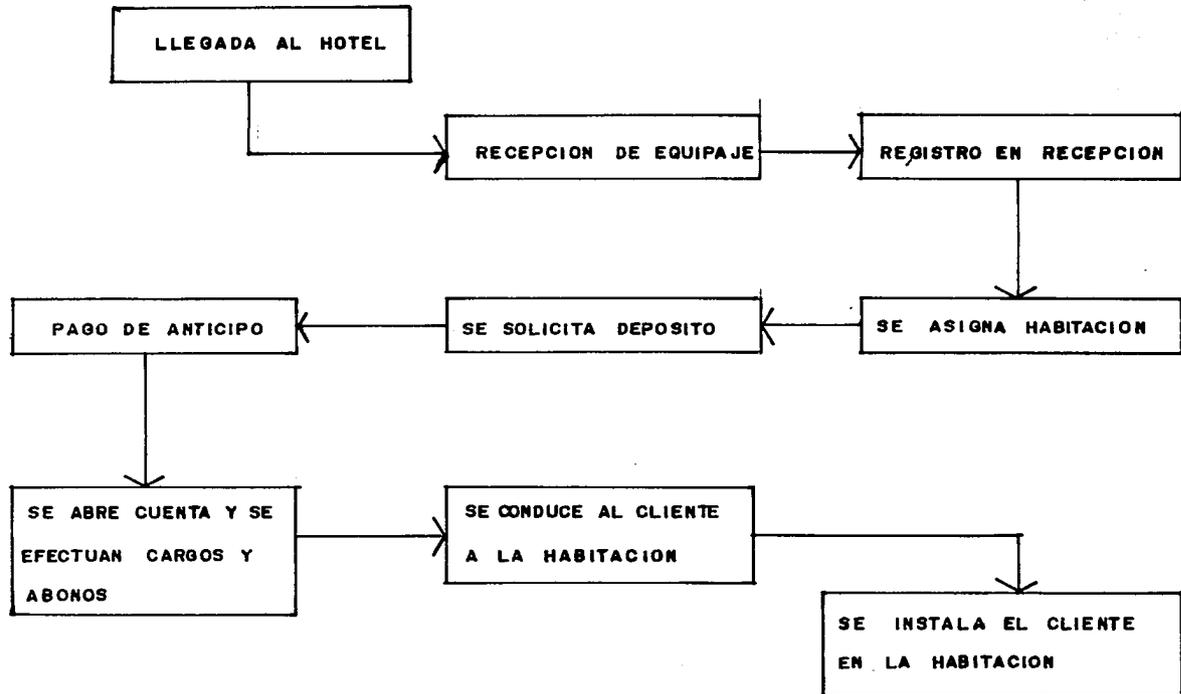
A continuación se describirán los pasos que hay que seguir, con la finalidad de brindar un mejor servicio al cliente, llevando un orden, evitando de esta forma deficiencias y problemas, tanto para el cliente como para el empleado.

Una forma clara y sencilla de ilustrar este proceso, es por medio de matrices de actividades, como se presenta a continuación:

ACTIVIDAD	A LA LLEGADA DEL CLIENTE		
	RECEPTA.	PERSONAL CLIENTE	BELLBOY
Llegada al hotel		1	
Recibe el equipaje del huésped			2
Decide hospedarse o llenar el registro		3	
Recibe y da información	4		
Asigna habitación y checa que esté en buen estado	5		
Solicita depósito o vaucher abierto	6		
Paga el anticipo		7	
Conduce al cliente a la habitación y muestra los servicios			8
Se instala		9	
Abre la cuenta y efectúa cargos y abonos correspondientes	10		

# FLUJOGRAMA

# A LA LLEGADA DEL CLIENTE

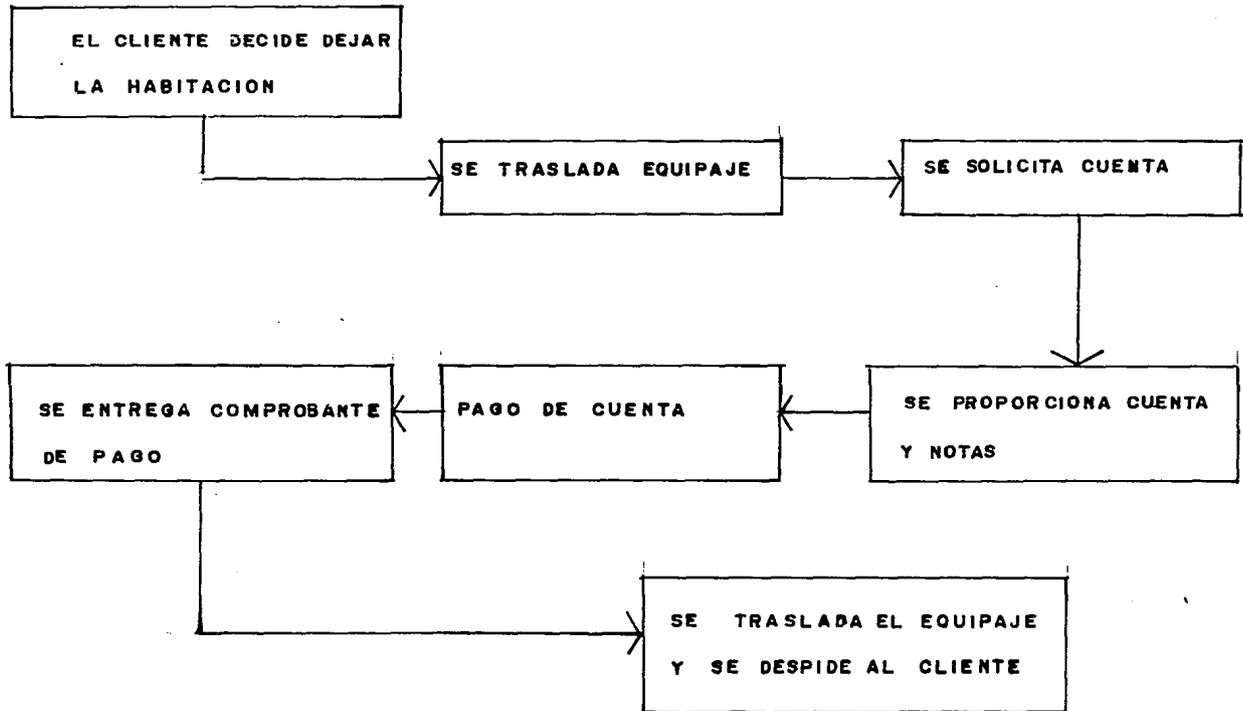


**A LA SALIDA DEL CLIENTE  
PERSONAL**

ACTIVIDAD	RECEPCIONISTA	CLIENTE	BELLBOY
Decide dejar la habitación y llama al Bell Boy		1	
Translada el equipaje y muestra la habitación			2
Solo pide su cuenta		3	
Proporciona la cuenta y notas	4		
Paga la cuenta		5	
Cobra la cuenta, entrega el comprobante y despide al cliente		6	
Translada el equipaje y despide al huesped			7

# FLUJOGRAMA

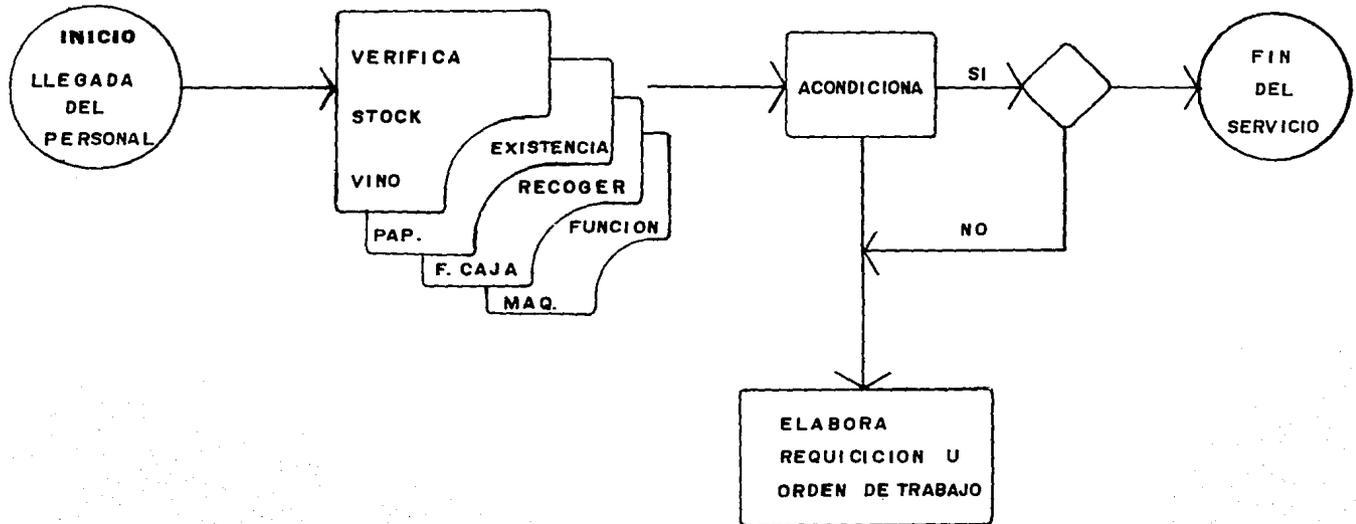
## A LA SALIDA DEL CLIENTE



**ACTIVIDADES DEL BAR ANTES DE ABRIR  
PERSONAL**

ACTIVIDAD	CAJERO	MESERO	CANTINERO
Verifica el stock de vinos y licores			1
Acomoda vinos y licores en anaqueles			1a
Recoje fondo fijo de caja	2		
Verifica existencia de papeleria	2a		
Si está bien acomoda la papeleria	2b		
Si no está bien elabora la requisición			1b
Limpia las mesas		3	
Verifica la existencia de servilletas		3a	
Si es necesario elabora una requisición	2c		
Verifica funcionamiento de maquinaria y equipo	4		
Si está bien, se está listo para dar servicio	4a		
En caso necesario elabora orden de trabajo	4b		

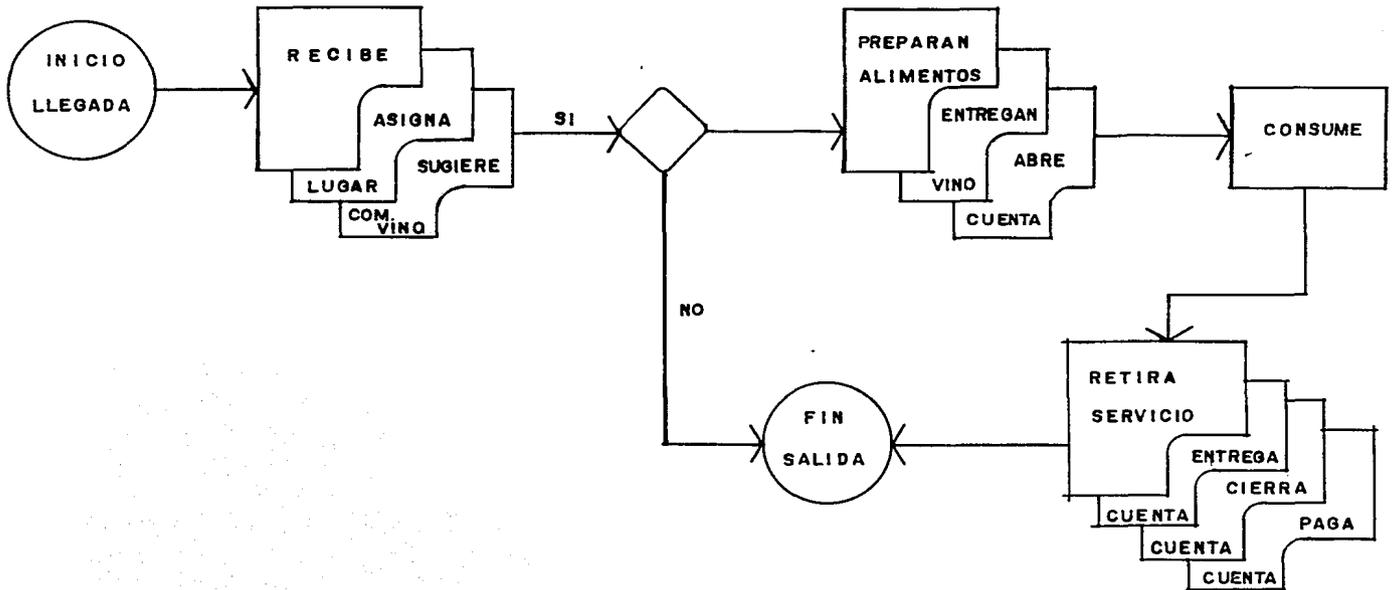
# ACTIVIDADES DEL BAR ANTES DE ABRIR.



**DURANTE EL SERVICIO  
PERSONAL**

ACTIVIDAD	CLIENTE	MESERO	CANTINERO COCINERO	CAJERO
Llega al establecimiento	1			
Recibe		2		
Decide sentarse en la mesa o barra	3			
Si se sienta en mesa asigna		4		
Sugiere alimentos/o bebidas		5		
Prepara ingred.y entrega			6	
Elabora alimentos y bebidas			7	
Lleva comanda a caja			8	
Abre la cuenta				9
Entrega bebida y/o alimentos			10	
Sirve y limpia ceniceros		11		
Consume	12			
Supervisa el servicio			13	
Solicita cuenta	14			
Retira el Servicio		15		
Cierra la cuenta			16	
Entrega cuenta		17		
Paga consumo	18			
Recibe y tórna cuenta	19			
Cobra cuenta/entrega comprobante				20
Decide marcharse	21			
Despide cliente		22		
Limpia mesas		23		

**RESTAURANT Y BAR DURANTE EL SERVICIO.**

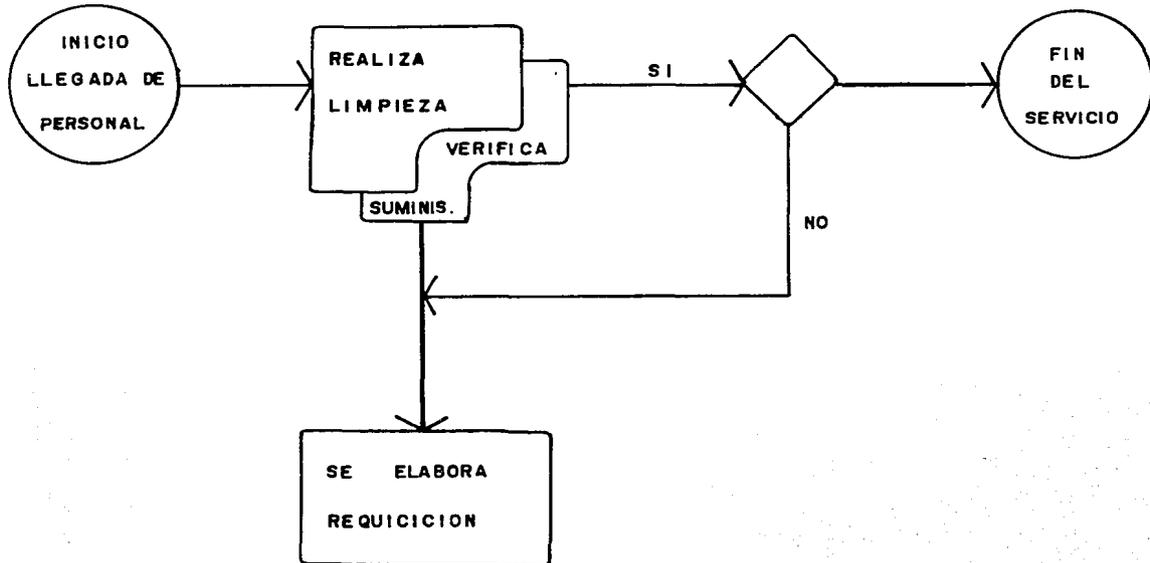


ACTIVIDADES DIVISION DE CUARTOS

PERSONAL

ACTIVIDAD	AMA DE LLAVES	CAMARISTAS	MOZO
Realiza limpieza habitaciones		1	
Realiza limpieza en área pública			2
Checa blancos y suministros de la habitación		3	
Si ok los acomoda		3a	
Si ok elabora requisición		3b	
Proporciona blancos y suministros	4		
Solicita accesorios para hacer limpieza			5
Supervisa limpieza de habitaciones	6		
Si ok lista para ocuparse	6a		
Si no ok elabora orden de trabajo	6b		
Supervisa limpieza del área pública	7		

**ACTIVIDAD DIVISION DE CUARTOS.**

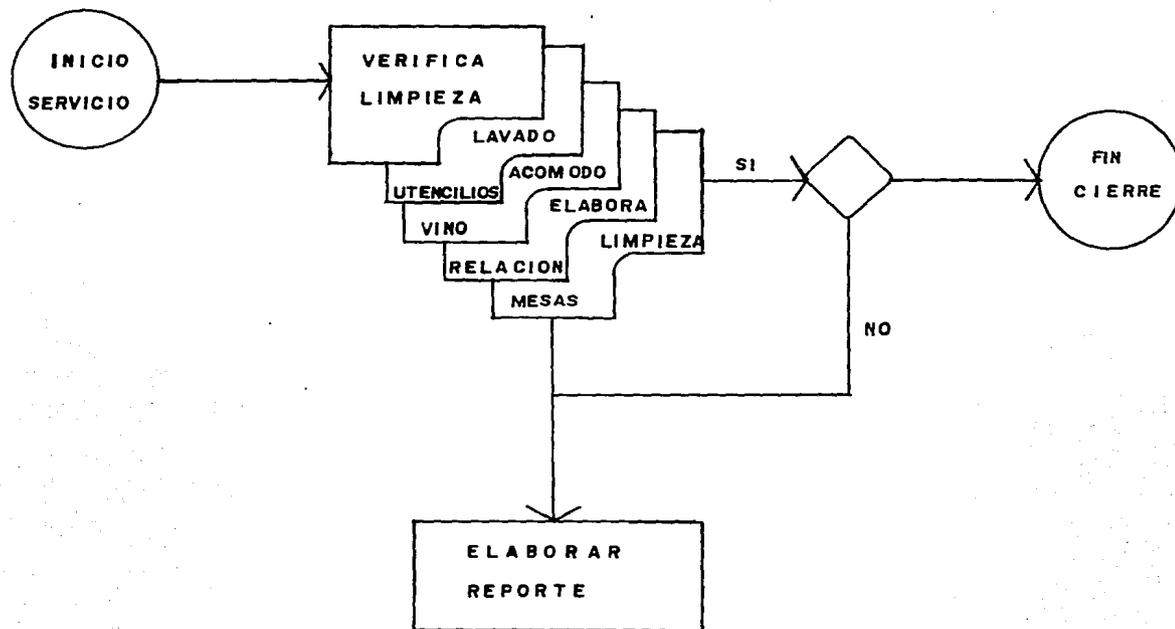


**RESTAURANTE Y BAR  
DESPUES DEL SERVICIO**

**PERSONAL**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CANTINERO O COCINERO</b>	<b>MESERO</b>	<b>CAJERO</b>
Limpia barra y utencilios	1		
Lava cristaleria, loza y tira basura	2		
Acomoda botellas y alimentos y guarda sobrantes	3		
Elabora relación de alimentos y bebidas	4		
Limpia mesas y desmonta		5	
Lava ceniceros		6	
Paga propinas			7
Elabora reportes			8

# ACTIVIDADES RESTAURANT Y BAR DESPUES DEL SERVICIO



## HORARIO DE SERVICIOS

Teléfono	24 hrs
Recepción (diariamente)	24 hrs
Estacionamiento (diariamente)	24 hrs
Alberca (diariamente)	7:00 - 22:00 hrs
Restaurante (diariamente)	7:30 - 22:00 hrs
Desayuno	7:30 - 12:00 hrs
Comida	3.00 - 17:00 hrs
Cena	19:00 - 21:00 hrs
Room Service	8:00 - 21:00 hrs
( en los horarios intermedios dará servicio con platillos a la carta)	
Bar (diariamente)	16:00 - 01:00 hrs
Reservaciones (lunes a sábado)	9:00 - 14:00 hrs
Lavandería y tintorería (lunes - sábados)	8:00 - 18:00 hrs

**FALTA PAGINA**

**No. 125**

## 7.1. PROBLEMATICA LEGAL

Para la autorización y funcionamiento de una empresa de hospedaje, hay que reunir ciertos requisitos y trámites ante las diferentes dependencias del estado, como son:

### A ) Gobierno del Estado:

- Licencia de funcionamiento
- Visto bueno de seguridad
- Visto bueno de bomberos
- Licencia de anuncios
- Libro de visitas
- Presentar cuando sea requerido el uso cuantitativo del agua

### B) Secretaría de Hacienda y Crédito Público

- Aviso de Apertura ante la Oficina Federal correspondiente
- Empadronamiento para el pago del Impuesto al Valor Agregado

### C) Secretaría de Salubridad y Asistencia

- Licencia Sanitaria

## CLASIFICACION HOTELERA

Es indudable que la clasificación de los hoteles actuales representan una realidad en cuanto a nuestro potencial turístico de servicios, debido a la competencia con otros países con mayor afluencia turística que el nuestro, México se encuentra capacitado para ofrecer al visitante de cualquier clase o nivel económico, el establecimiento apropiado a sus posibilidades, pues disponemos desde el tipo más elemental de hospedaje, hasta el más lujoso y completo en calidad y variedad de servicios.

De acuerdo a la Ley Federal de Turismo, la Secretaría de Turismo implantó un sistema similar al usado en otros países con la finalidad de que los hoteleros puedan autoclasificar sus establecimientos.

Con este fin, se entregan a quienes lo solicitan un cuestionario (ver modelos en anexos) que está diseñado para determinar cuáles son los requisitos mínimos que debe cumplir un establecimiento de hospedaje de categoría de 1 a 5 estrellas, o de gran turismo, que es la clasificación máxima.

El cuestionario está conformado por diez capítulos, que comprenden:

1. Superficie de la habitación
2. Mobiliario y servicios de habitación
3. Instalaciones sanitarias
4. Número y características de los ascensores
5. Características del área de recepción y administración
6. Servicios e instalaciones complementarias o recreativas
7. Establecimientos de alimentos y bebidas o de espectáculos
8. Areas comerciales
9. Condiciones de seguridad e higiene
10. Servicios de conservación y mantenimiento

Las clasificaciones están determinadas por los requisitos que se cumplan, de acuerdo a la siguiente escala:

Gran Turismo	108 requisitos
5 Estrellas	de 96 a 101 requisitos
4 Estrellas	de 71 a 76 requisitos
3 Estrellas	de 47 a 52 requisitos
2 Estrellas	de 32 a 37 requisitos
1 Estrella	de 24 a 27 requisitos

El procedimiento para determinar la categoría es el siguiente:

1. Visita de verificación por parte del personal autorizado por la Secretaría de Turismo

2. Entrega de copia de resultados de la aplicación del cuestionario al prestador del servicio indicando la categoría resultante.

#### HOTEL DE GRAN TURISMO

Para que un hotel sea de gran turismo, debe cumplir con los 108 requisitos al 100% y su categoría así lograda deberá ser retificada por la Comisión Consultiva de Hospedaje.

#### HOTEL DE CINCO ESTRELLAS\*\*\*\*\*

Proporciona servicios principalmente a personas que consideren la calidad más importante que el precio. Los estándares de un hotel de cinco estrellas son generalmente a nivel internacional comparables con los estándares de los mejores hoteles en el mundo.

Estos hoteles tienen habitaciones con teléfono privado, baño privado con agua caliente, aire acondicionado, estacionamiento, peluquería, restaurantes, bares, centros nocturnos, lavandería, tintorería, albercas, canchas de tenis, etc. Su ubicación es por lo general en las calles más importantes y céntricas de la ciudad, o bien a las afueras de la ciudad, pero contando con buena comunicación.

#### HOTEL DE CUATRO ESTRELLAS\*\*\*\*

Esta categoría cuenta con los mismos servicios de los hoteles de cinco estrellas, excepto de canchas de juego, su ubicación no es necesariamente en las calles más céntricas e importantes de la ciudad.

#### HOTEL DE TRES ESTRELLAS\*\*\*

Es similar al anterior, sólo que carece de peluquería, bar, centro nocturnos, albercas, tintorería, etc.

#### HOTEL DE DOS ESTRELLAS\*\*

Esta categoría proporciona servicio de hospedaje exclusivamente en cuartos cómodos, con baño privado.

El proyecto contempla un hotel de 5\*\*\*\*\*, ya que reúne los requisitos necesarios para esta categoría. Además sin dejar de lado la evaluación que lleve a cabo SECTUR.

## **POLITICA TURISTICA**

Con el propósito de mejorar el cumplimiento de los objetivos nacionales que corresponden al turismo, se ha dado impulso a la participación de los diversos sectores en el planteamiento de los problemas que cada uno de ellos califica como los más graves, procurando la armonización de intereses en la adopción de soluciones viables.

Con estos fines y para cumplir los objetivos fijos Plan Nacional de Desarrollo, se definieron cinco líneas de política:

- De tarifas
- De descentralización y desconcentración
- De divisas
- De promoción
- De fomento

En cuanto a la política seguida a las tarifas se tiene como objetivo establecer con claridad los parámetros de operación, que permitan contar con instrumentos para fijar los precios de los servicios turísticos, de acuerdo a la realidad socioeconómica del país y la competitividad en el contexto del mercado turístico.

La política de desconcentración y descentralización, en la vía para mejorar la eficiencia de las funciones operativa de esta secretaría, al delegar facultades en forma gradual y ordenar a sus órganos regionales, así como transferir programas y recursos a las entidades federativas y municipios, asimismo, fijar el marco para participar dentro del sistema nacional de planeación democrática en la formulación de los programas estatales y regionales.

La política de divisas, tiene como fin captar un mayor volumen de divisas y reducir la salida de éstas, al promover un mejor aprovechamiento de las facilidades turísticas de nuestro país expresadas en servicios, bienes, así como aplicación de la estadía y repetición de visitas.

La política de promoción, se enfoca a dos áreas: Por una parte, la demanda para aprovechar al máximo la capacidad turística instalada y promover el turismo en México tanto de nacionales como de extranjeros y, por la otra, a coordinar esfuerzos para promover la oferta existente en el país.

Dentro de esta política, se han definido tres grandes grupos de instrumentos: La difusión, que incluye información, campañas promocionales, publicitarias, el segundo, es el de la comercialización, que comprende el diseño de paquetes para el

turismo nacional con tarifas especiales y la organización y promoción de eventos y espectáculos de atractivos turísticos, por último, la asistencia de turistas, que comprende los servicios de apoyo como el de quejas y auxilio turístico.

Las políticas de fomento, tienen como fin apoyar nuevas inversiones públicas, privadas y sociales, en las zonas marcadas como prioritarias en el Plan Nacional de Desarrollo, para contribuir a una mayor generación de empleos, una más equitativa distribución de ingresos y al desarrollo equilibrado del país.

En este caso se contemplan dos tipos de instrumentos, uno de apoyo a la inversión mediante el crédito y los estímulos fiscales y otro de integración de oferta, para crear economías de escala que optimicen la utilización de la planta, diversificar servicios y unificar los esfuerzos de distribución y venta de los establecimientos turísticos, a través del apoyo crediticio, estímulos fiscales e inversión directa.

La gran variedad de centros turísticos, la amplia gama en la calidad de los servicios que se ofrecen a los visitantes y los diferentes grados de integración y crecimiento de la oferta turística, han señalado la necesidad de establecer una clara política en cuanto a las tarifas, que permita el desarrollo equilibrado de la oferta con las características adecuadas que respondan a cada uno de los estratos de demanda que se presenten en el país.

Para ello, es necesario captar una mayor información sobre la operación de empresas turísticas, tanto las dedicadas al hospedaje como las de alimentos y bebidas, al igual que las que ofrecen servicios complementarios de transportación, recreación y eventos culturales.

## 7.2. PROBLEMATICA SOCIAL

### POBLACION

La población del municipio de José Azueta para 1990 representaba el 2.4% del total de la población del estado de Guerrero, porcentaje que corresponde a 63,366 de los cuales (el 25%) 16,150 son población rural y (74.5%) 47,216 restantes forman la población urbana, asimismo este municipio tiene una tasa promedio de crecimiento para el periodo de 1980-1990 del 9.6%. En cuanto a la edad, 26,613 (42%) personas tienen de 0 a 14 años, 34,914 (55%) personas con edades de 15 a 64 años y de 65 años 527 (3%).

De las 63,366 personas que habitan el municipio sólo el 11.4%, que son 7,193 son nativos del municipio lo que refleja la gran atracción a la zona turística de Zihuatanejo, así como la generación de empleos para absorber la mayor cantidad de mano de obra disponible. Del total de la población del municipio sólo el 15.1 % es analfabeta (9,568), presenta una asistencia escolar del 80.7% del total de la población con edad de 5 a 14 años que en términos absolutos representa 21,476 personas.

De la población de 15 a más años que en términos absolutos es de 41,889 personas sólo 7,037 personas no cuentan con instrucción primaria 7,707 personas no terminaron la primaria, 7,414 personas tienen la primaria completa 17,928 personas cuentan con otro tipo de educación (secundaria, preparatoria, nivel profesional) y 1,801 personas no tienen especificado que nivel de estudios realizó.

En cuanto a la participación económica del estado de Guerrero es del 37.6%, porcentaje del cual el 62.2% lo generan los hombres, el 37.8% las mujeres.

Por lo que el municipio tiene un promedio de habitantes por vivienda de 4.6, promedio que disminuyó con respecto a 1970 y 1980 que era de 5.6 y 5.5 respectivamente, lo cual significa que el número de viviendas ha aumentado (teniendo en promedio 2 ocupantes por cuarto), de los cuales el 76.7% cuenta con agua entubada, el 53.8% con drenaje y el 87.6% con energía eléctrica, datos que nos indican que se cuenta con la infraestructura necesaria en el lugar.

Dado lo anterior para conocer la problemática social que presentaría el desarrollo turístico La Majahua, se tuvo que levantar una encuesta haciendo uso de dos tipos de cuestionarios (ver modelos en anexos) dirigidos a:

- 1) Funcionarios públicos
- 2) A la población en general

Así como de entrevistas a los siguientes funcionarios:

Profesor Lázaro Ramírez  
Secretario Particular del Presidente Municipal  
Municipio Teniente José Azueta  
Ixtapa-Zihuatanao  
Estado de Guerrero

Ingeniero Arturo Vargas Najera  
Director de Desarrollo Urbano y Ecología  
Municipio Teniente José Azueta  
Ixtapa - Zihuatanao  
Estado de Guerrero

Licenciada Juana Corona Valencia  
Gerente de la Cámara Nacional de Servicios Turísticos  
Municipio Teniente José Azueta  
Ixtapa-Zihuatanao  
Estado de Guerrero

De lo anterior se pudieron extraer las siguientes conclusiones:

1. Los funcionarios públicos tienen conocimiento del proyecto turístico La Majahua, cuya importancia representaría un mayor número de cuartos hoteleros y con una adecuada promoción una mayor afluencia de turismo.

Consideran que el desarrollo de proyectos turísticos debe ser apoyado por el sector privado con capital tanto nacional como extranjero, ya que esto permitiría contar con afluencia de capital.

En la zona se capta en mayor proporción turismo nacional a partir de los últimos tres años.

Expresan que el proyecto turístico La Majahua provocaría una apertura de fuentes de trabajo, lo que mejoraría el nivel de vida de la población en general. Pero están concientes que existe poca mano de obra capacitada, que apenas cuenta en su mayoría con el nivel básico de educación, aunque cuenta con un centro de capacitación llamado CONALEP.

La población en general en su mayoría (encuestados), tienen conocimiento del proyecto turístico la Majahua, coinciden en que ello incrementaría la afluencia de turismo al lugar. Pero es indudable el descontento que existe en cuanto a la infraestructura que prevalece. Ya que las carreteras no permiten el rápido acceso al lugar, por lo que comentan que antes de

realizar cualquier proyecto se debe considerar como principal objetivo lo antes mencionado.

Consideran que el sector privado es el idóneo para el apoyo de estos proyectos por la afluencia de capital y por que hacen mejor las cosas.

En los últimos años la afluencia de turismo no se ha incrementado, pero piensan que el desarrollo de la región si podría incrementar el turismo, lo que provocaría mayores fuentes de empleo. Pero están concientes que existe poca mano de obra calificada ya que la población en general cuenta con la educación básica.

### **7.3. PROBLEMATICA ECOLOGICA**

Debido a la obras de infraestructura turística que se han venido llevando a cabo se ha frenado el deterioro ecológico de las lagunas conurbadas, esto es con acciones de investigación coordinadas con FIBAZI y SEFOTUR.

Desde sus inicios Ixtapa cuenta con un sistema de drenaje de aguas pluviales, así como de aguas negras, por lo que todas las aguas son tratadas evitando con esto la contaminación de las aguas de la bahía.

Estas áreas no son vulnerables y fácilmente alterables por actividades como la tala, por lo que el proyecto propone la protección de las zonas con cubierta vegetal, así como dar las condiciones para que de manera natural se regenere la vegetación talada en el área. El objetivo principal sería el mantener la cubierta vegetal arbórea continua y las condiciones ambientales necesarias para la preservación de la enorme variedad de flora y fauna que habita.

Dada la relevancia de la zona resulta conveniente el desarrollo turístico "La Majahua" ya que tiene todas las atribuciones naturales para la estancia del turista en el lugar, proporcionando toda una gama de factores naturales, climatológicos y de infraestructura que la hacen por demás atractiva.

<sup>1</sup> Organización Mundial de Turismo "Principales países por captación de Turistas e ingresos por Turismo Internacional".

<sup>2</sup> Guía Turística, "Historia y Geografía de México" Guía Promexa Guerrero y Oaxaca, pág.11.

<sup>3</sup> Chávez Estrada "Desarrollo del Estado de Guerrero", Instituto Politécnico Nacional, pág 20.

<sup>4</sup> Guía Turística "Ixtapa-Zihuatanejo" FONATUR , Edición bilingüe, México 1990 pág. 19.

<sup>5</sup> Op. Cit. 4 pág. 21.

<sup>6</sup> Op. Cit.4 pág. 27.

<sup>7</sup> Destinos turístico "Dejate conquistar por Ixtapa-Zihuatanejo". SECTUR.

<sup>8</sup> Op. Cit. 7.

<sup>9</sup> Op. Cit. pág 7.

<sup>10</sup> FONATUR y el Estado de Guerrero "Cartografía Ixtapa-Zihuatanejo".

<sup>11</sup> FONATUR, "Informe Global de los cinco centros Fonatur", pág 14.

ALEXOS

**CUESTIONARIO**  
**"DESARROLLO TURISTICO LA MAJAHUA"**  
**DIRIGIDO A**  
**FUNCIONARIOS PUBLICOS**

Nombre \_\_\_\_\_ Sexo . F M

Ocupación \_\_\_\_\_

1.- ¿Tiene usted conocimiento del Proyecto Turístico la Majahua?

Si No

2.- ¿Qué importancia cree usted que tengan este tipo de desarrollos turísticos para Zihuatanejo?

3.- ¿Qué sector cree usted que sería más conveniente que apoyará este tipo de proyectos?

Sector público Sector privado

4.- Si contesto privado, ¿con qué tipo de capital considerará que sería más conveniente impulsar este tipo de proyectos?

Capital Nacional Capital Extranjero

Capital Mixto

5.- ¿Por qué?

6.- ¿Considera que este tipo de proyectos, a nivel nacional, contribuya a la captación de divisas?

Si No

7.- ¿Qué tipo de turismo llega a Zihuatanejo en mayor proporción?

Nacional Extranjero

8.- ¿Considera que el proyecto turístico la Majahua provocaría un descenso en la afluencia del turismo en Zihuatanejo?

Si No

9.- ¿Cree usted que exista mano de obra disponible para el desarrollo turístico la Majahua?

Suficiente Poca Nula

10.- ¿Qué nivel de preparación tiene la gente en el lugar?

Analfabeta

Básica

Media

Superior

11.- ¿Considera que se mejoraría el nivel de vida de la población en general con el desarrollo del proyecto?

Si

No

12.- Existe en la región algún centro de capacitación para empleados turísticos?

Si

No

13.- Si hay, ¿que características tiene?

Agradecemos su participación en la realización de esta encuesta.

**CUESTIONARIO**  
**"DESARROLLO TURISTICO LA MAJAHUA"**  
**DIRIGIDO A**  
**LA POBLACION EN GENERAL**

Nombre \_\_\_\_\_ Sexo. F M

Ocupación \_\_\_\_\_

1.- ¿Tiene conocimiento del proyecto turístico la Majahua?

Si No

2.- ¿Qué importancia cree usted que tengan este tipo de desarrollos turísticos para Zihuatanejo?

3.- ¿Qué sector cree usted que sería más conveniente que apoyará este tipo de proyectos?

Sector Público Sector Privado

4.- ¿Por qué?

5.- ¿Considera que se ha incrementado la afluencia de turismo al lugar?

Si No

6.- ¿Considera que este tipo de proyectos contribuyan al desarrollo de la región?

Si No

7.- ¿Cree usted que el proyecto turístico la Majahua provocaría un descenso en la afluencia de turismo a Zihuatanejo?

8.- ¿Existe mano de obra disponible para el desarrollo turístico la Majahua ?

Suficiente Poca Nula

9.- ¿Considera que mejoraría el nivel de vida de la población en general?

10.- ¿Qué nivel de preparación tiene la gente en el lugar?

Analfabeta            Básica            Media            Superior

Agradecemos su participación en la elaboración de la encuesta.

## REQUERIMIENTOS DE PERSONAL Y SALARIOS

PUESTO	PERSONAS	SALARIO MENSUAL	TOTAL ANUAL N\$
Gerente General	1	6000	72000
Contador	1	4000	48000
Auxiliar de contador	1	1500	18000
Secretaria	2	1000	24000
Recepcionista	4	700	33600
Telefonista	2	1000	24000
Gerente de reservaciones	1	2000	24000
Ama de Llaves	1	1500	18000
Camarista	18	400	86400
Bell boy	5	400	24000
Mozo	4	400	19200
Lavandería y tintorería	6	400	28800
Mantenimiento	6	400	28800
Seguridad	4	1000	48000
Gerente de alimentos y bebidas	1	3500	42000
Chef	2	2000	48000
Cocinero	4	600	28800
Lava Platos	4	400	19200
Barman	2	600	14400
Capitán de meseros	1	1500	18000
Meseros (1)	12	400	57600
Cajeros	3	400	14400

**CAPACIDAD APROVECHADA  
HOTELES CATEGORIA 4 Y 5\*  
(1985-1992)**

AÑO	OFERTA (No. Cuartos)	VISITANTES (miles de pers.)	CAPACIDAD! APROVECHADA
1985	1890	311.5	4515.47
1986	1810	315.5	4775.60
1987	2113	349.8	4035.52
1988	2518	298.1	3243.50
1989	2674	272.0	2786.86
1990	2836	300.8	2905.89
1991	2823	338.0	3280.30
1992	2681	360.0	3678.86

-----  
! Tomando en consideración que la estancia fuera una noche y que las habitaciones fueran sencillas.



REGISTRO NACIONAL DE TURISMO  
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE  
I N S T R U C T I V O

RECOMENDACIONES GENERALES:

- 1.- LEA CUIDADOSAMENTE ESTE INSTRUCTIVO ANTES DE LLENAR LA FORMA.
- 2.- UTILICE MAQUINA DE ESCRIBIR O BOLIGRAFO, USAR LETRA DE MOLDE, EMPLEAN DO UNA CASILLA POR LETRA.
- 3.- LOS ESPACIOS SOBREADOS NO DEBERAN SER LLENADOS.

DATOS REQUERIDOS:

1.- DATOS GENERALES:

- NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Ponga el nombre comercial con que opera
- RAZON SOCIAL: En el caso de personas físicas, se asentará el nombre del propietario, de otra manera, se asentará la razón social del establecimiento.

2.- TIPO DE ALOJAMIENTO Y CATEGORIA:

- 2.1 TIPO DE ALOJAMIENTO: Marque con una sola cruz el tipo de alojamiento predominante.
- 2.2 CATEGORIA: Marque con una sola cruz la categoría que SECTUR otorgó a su establecimiento.

3.- CARACTERISTICAS DE LOS SERVICIOS:

- 3.1 HABITACIONES: Ponga la cantidad de habitaciones de cada tipo en las casillas correspondientes, así como el total de habitaciones.
- 3.2 PERSONAL OCUPADO: Ponga la cantidad de personas ocupadas - en cada sección o departamento, así como el total del personal ocupado.
- 4.- SERVICIOS DE ATENCION AL PUBLICO: Utilice un renglón por cada servicio que proporcione su establecimiento (restaurante; restaurante-bar; cafetería; centro nocturno; discoteca) siempre y cuando -- opere bajo su misma razón social.

Se exceptúan los salones de fiestas y de convenciones.

En TIPO DE SERVICIO, se pondrán los servicios que proporciona su establecimiento.

En NOMBRE COMERCIAL, se pondrá el nombre de cada establecimiento.

Ponga la capacidad de atención oficial de cada establecimiento.

En HORARIO DE SERVICIO, ponga el horario de cada servicio.

En TIPO DE ESPECTACULO, marque con una sola cruz.

5.- CARACTERISTICAS:

Marque con una sola cruz las características que le corresponden a su establecimiento.

5.1 TIPO DE OPERACION:

Si su establecimiento es parte de una cadena, deberá llenar una forma por cada uno de los establecimientos afiliados, y todas juntas, deberá presentarlas a SECTUR.

5.2 CAPACIDAD DE ESTACIONAMIENTO:

Ponga el número total de lugares de su(s) estacionamiento(s)

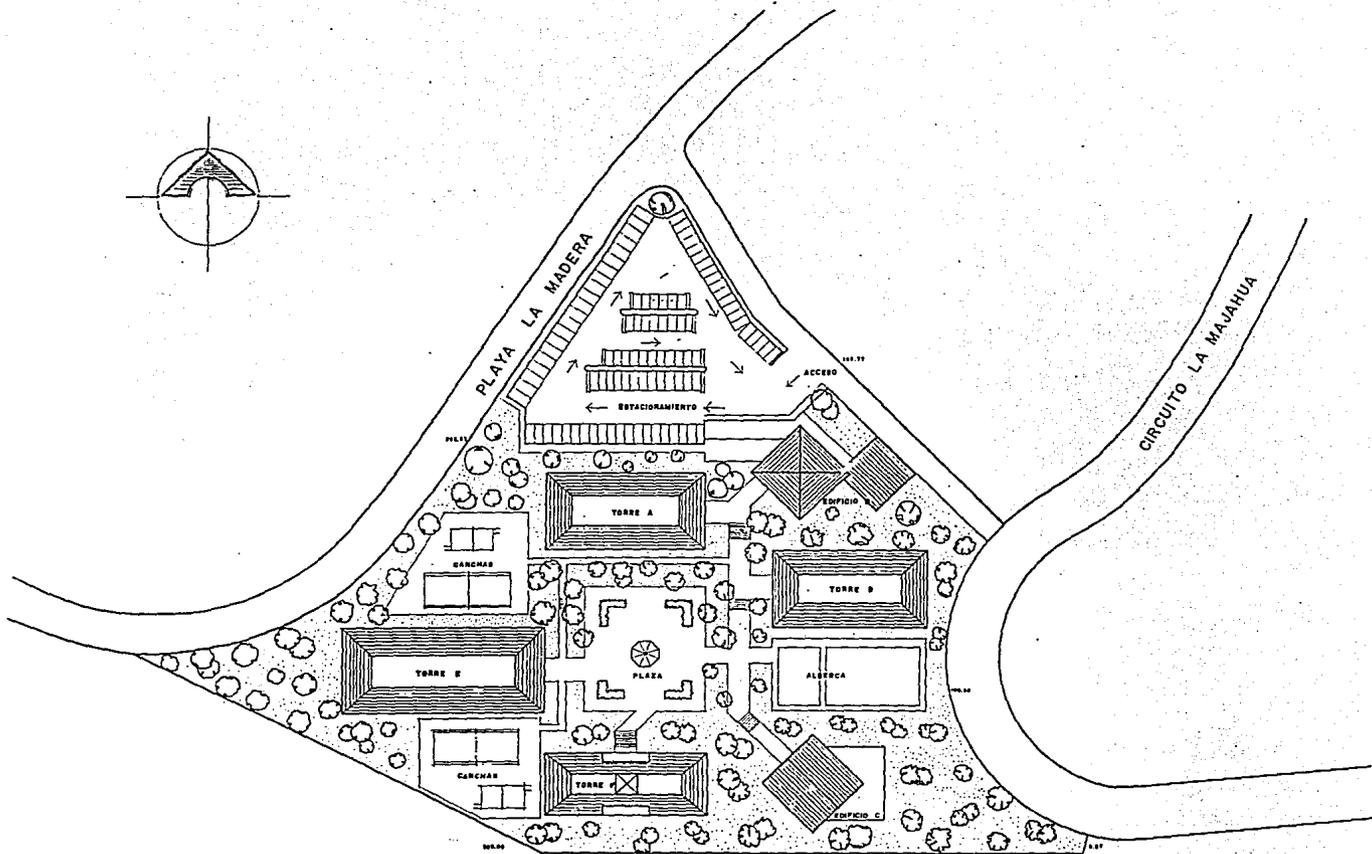
5.3 CARACTERISTICAS -- DOMINANTES DEL MERCADO:

Marque con una sola cruz la característica dominante correspondiente.

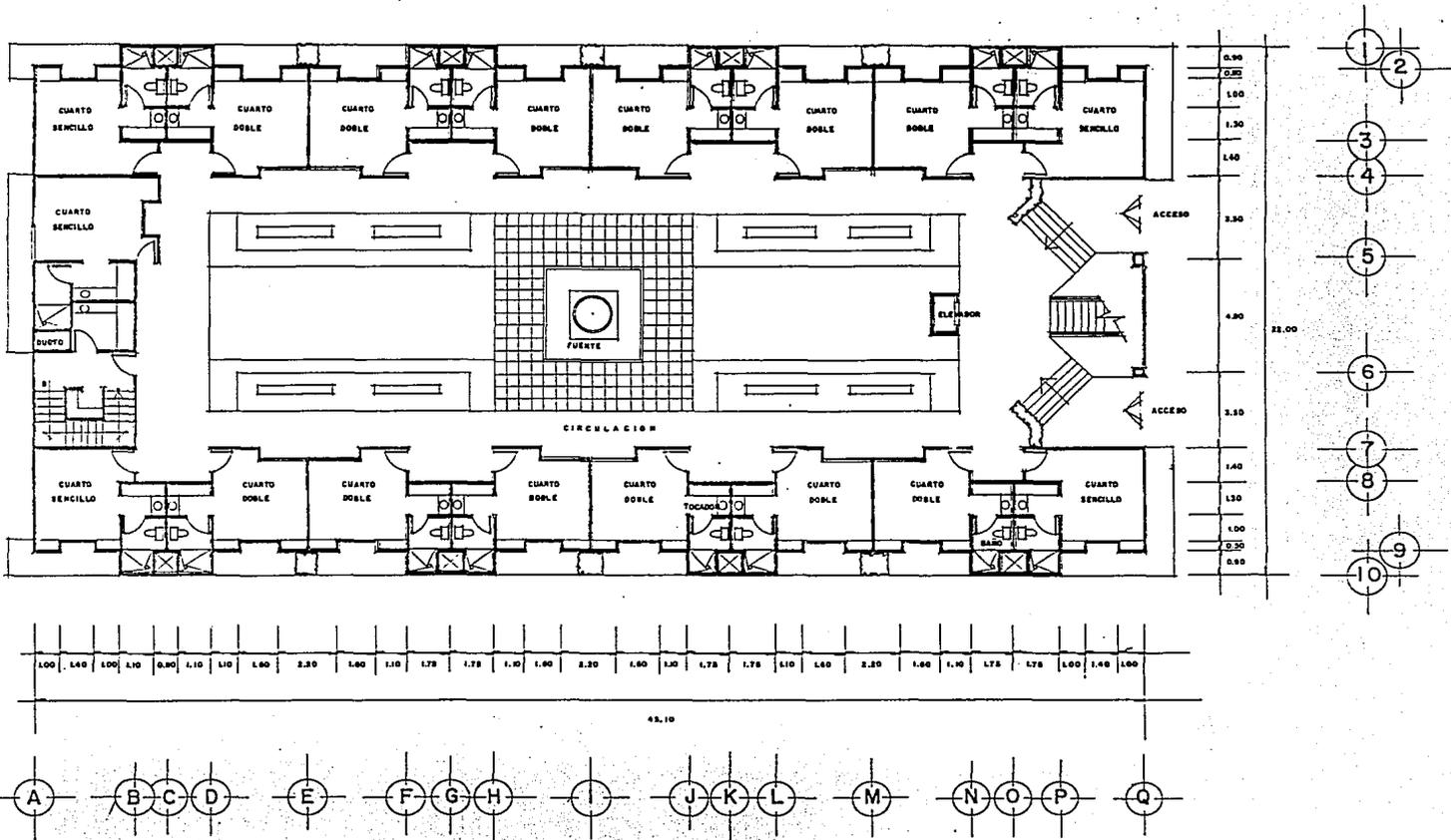


## INDICE DE PLANOS

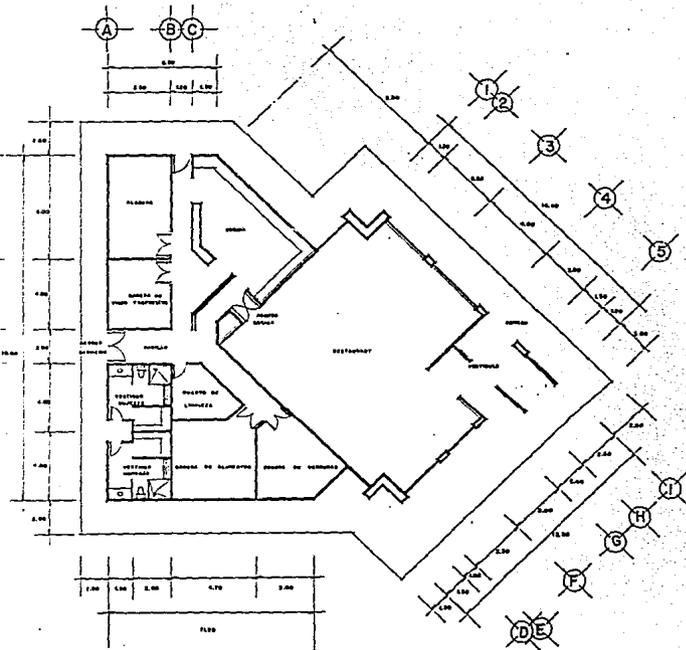
1. PLANTA DE CONJUNTO
  
2. TORRE HABITACIONAL "A-B"
  
3. PLANTA RESTAURANTE Y SERVICIOS "C"  
PLANTA RECEPCION Y ADMINISTRACION "D"
  
4. TORRE HABITACIONAL "E"
  
5. TORRE HABITACIONAL "F"
  
6. FACHADAS



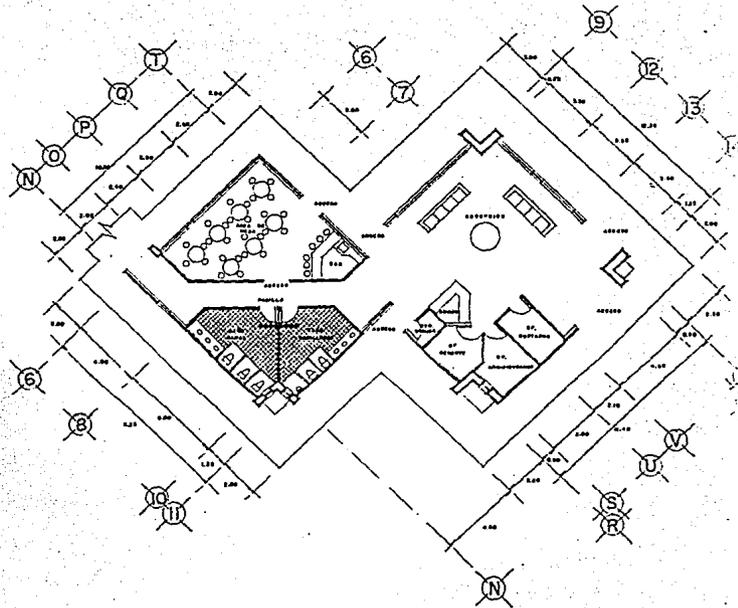
PLANTA DE CONJUNTO



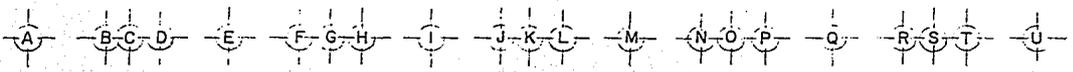
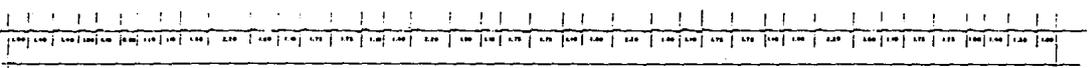
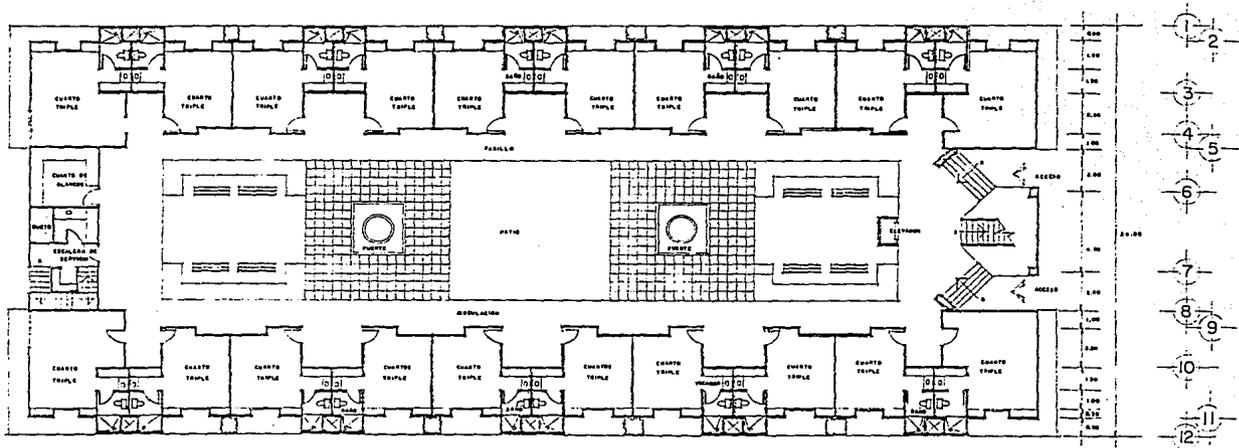
TORRE HABITACIONAL A-B  
 PLANTA BAJA - TIPO  
 ESCALA 1:100



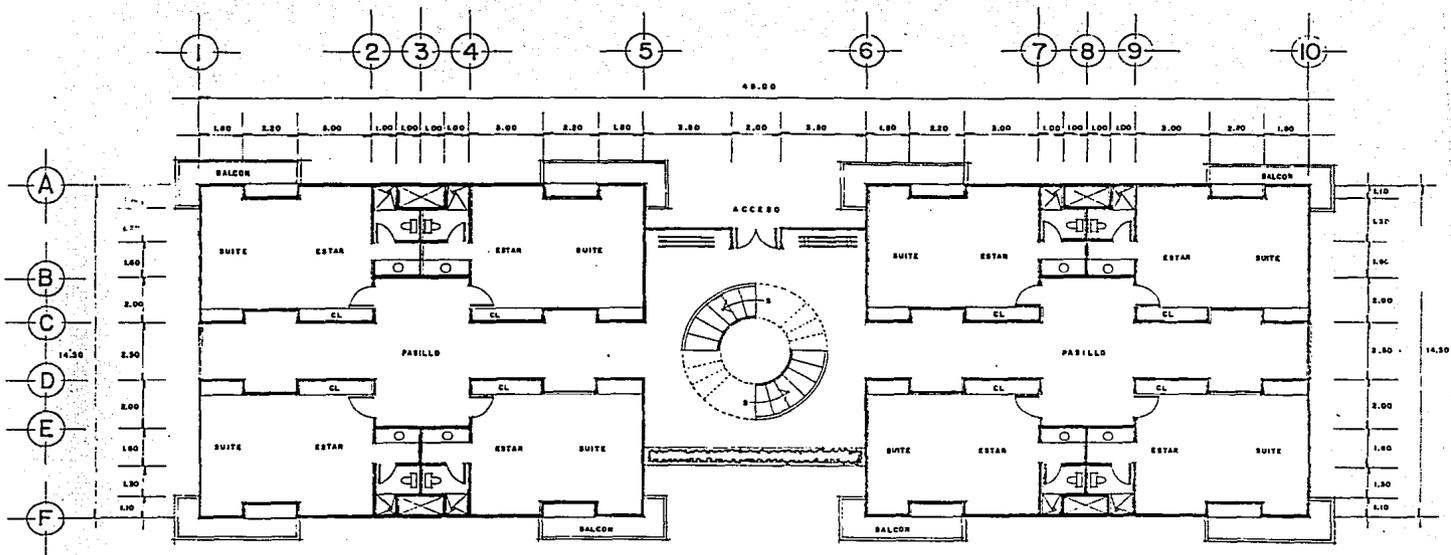
PLANTA RESTAURANT  
Y SERVICIOS C  
ESCALA 1:100



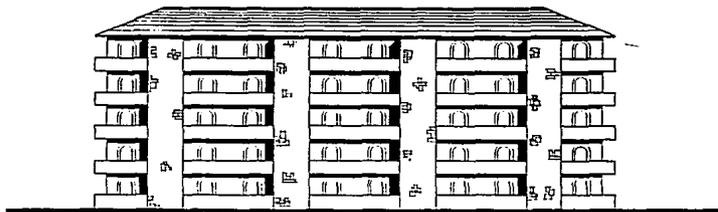
PLANTA RECEPCION  
Y ADMINISTRACION D  
ESCALA 1:100



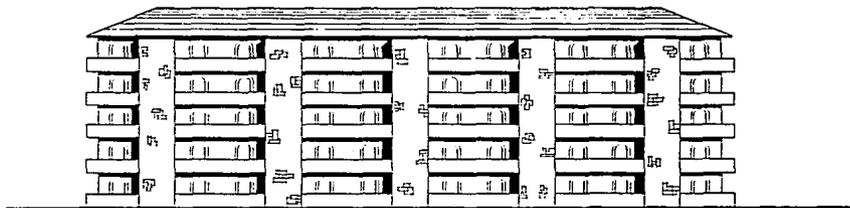
TORRE HABITACIONAL E  
 PLANTA BAJA—TIPO  
 ESCALA 1:100



PLANTA SUITES F  
 ESCALA 1:100



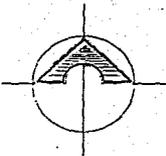
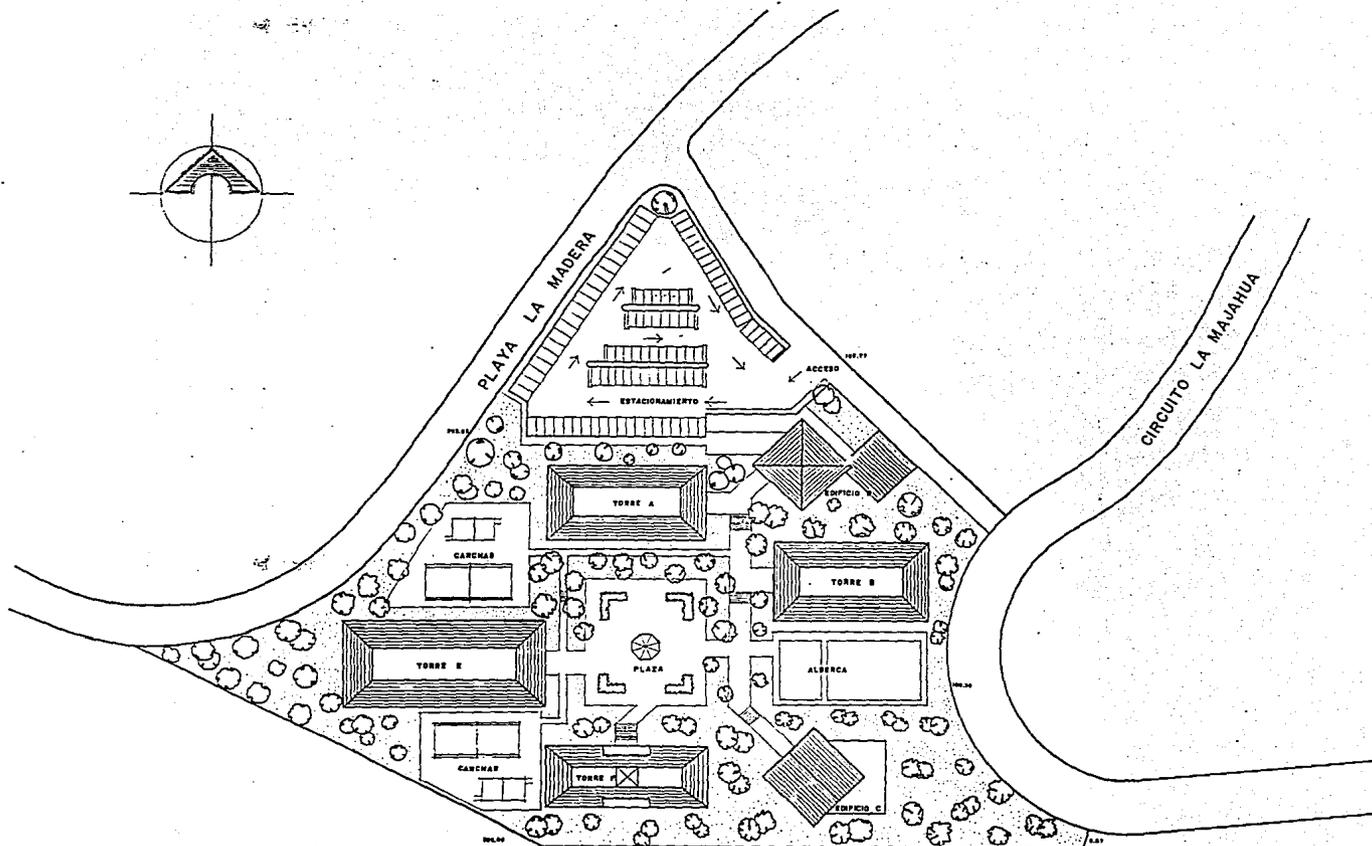
FACHADA EDIFICIO A-B  
ESCALA 1:100



FACHADA EDIFICIO E  
ESCALA 1:100



FACHADA EDIFICIO F  
ESCALA 1:100



PLANTA DE CONJUNTO

## BIBLIOGRAFIA

**ALCALA Ponce, Diego.**  
Guerrero, tierra de historia, héroes, recursos naturales, turismo y pobreza.

**ACERENZA, Miguel Angel.**  
Promoción Turística.  
ión. Editorial Trillas.  
México 1993. P.P. 104

**BACA Urbina, Gabriel.**  
Formulación y Evaluación de Proyectos.  
Editorial Mc Graw Hill.

**CARDENAS T., Fabio.**  
Comercialización del Turismo.  
2a. edición. Editorial Trillas.  
México 1983. P.P. 149

**COSS Bú, Raúl.**  
Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión.  
Editorial Limusa.

**DANDA, Jorge.**  
Publicidad Turística.  
Editorial Trillas.

**TORRE, Francisco. de la.**  
Administración Hotelera Alimentos y Bebidas.  
Editorial Trillas.

**EL COLEGIO NACIONAL DE ECONOMISTAS, A.C.**  
El Economista Mexicano.  
Revista trimestral.  
México 1993.

**FIDEICOMISO DE LA CIUDAD DE IGUALA.**  
Información básica para inversionistas.  
México 1985. P.P. 101

**FONATUR**

**Barómetro Turístico.**

Subdirección General de Comercialización  
Gerencia General de Estudios de Mercado.  
México, Junio de 1993.

**FONATUR**

**Estrategias de Desarrollo Turístico en México.**

México, Junio 1992. Pág. 33

**FONATUR**

- . **Relación de hoteles de Ixtapa-Zihuatanejo.**
- . **Reporte de Ocupación Hotelera 1993.**
- . **Visitantes Registrados en Hoteles de Ixtapa-Zihuatanejo, Gro. 5 de marzo 1993.**

Gerencia de Mercadotecnia.

**FONATUR**

**Guía Turística Ixtapa-Zihuatanejo.**

Edición bilingüe español-inglés.  
México 1990. P.P. 95

**FONATUR**

**La Guía Ixtapa-Zihuatanejo.**

Año 2, número 21.  
México, septiembre 1993.

**FONATUR**

**Programa de Financiamiento a la actividad Turística.**  
Folleto s/f.

**GUIAS PROMEXA**

**Guía Turística, Histórica y Geográfica de México.**  
Guerrero y Oaxaca.

**HAGGET, Peter.**

**Análisis locacional en la Geografía Humana.**

1a. edición. editorial Gustavo Gili.  
España 1975. P.P. 434

**HERNANDEZ, Edgar.**

**Proyector Turísticos, formulación y evaluación.**

1a. edición. Editorial Trillas.  
México 1985. P.P. 212

**INEGI**

Guerrero. Cuaderno de Información para la planeación.

**INEGI/SPP**

Manual de Estadísticas básicas del Estado de Guerrero.  
México 1980 P.P. 850

**MALDONADO, DUPLAN Y ASOCIADOS.**

La industria hotelera en cifras.  
México 1986.

**MEXICANA**

Su guía de VTP (viaje todo pagado).  
2o. semestre 1993. P.P. 73

**MORALES M, David.**

Financiamiento Turístico, fuentes Internas y Externa.

**SALAZAR, Lucio**

Estudios de mercados y comercialización.  
Guías para la formulación y evaluación de proyectos.  
México 1984. P.P. 208

**SALINAS De Gortari, Carlos.**

Plan Nacional de Turismo.  
México 1989.

**SECTUR**

Dejate Conquistar por Ixtapa-Zihuatanejo.  
Colección Destinos Turísticos.

**SECTUR**

Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1990.  
México, Julio 1991. P.P. 374

**SECTUR/FONATUR**

Cartografía de Ixtapa-Zihuatanejo.  
México 1980.

**SECTUR/GOB. EDO. GRO..**

Programa de Turismo ecológico, social y cultural.