

25
291.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE ECONOMIA

**“ PROYECTO DE INVERSION PARA REMODELAR
LA EXHACIENDA DE SAN GABRIEL EN EL
MUNICIPIO DE AMACUZAC, MORELOS PARA USO
HOTELERO ”.**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA**

P R E S E N T A :

Ms. CRISTINA CABALLERO ORTIZ

DIRECTOR DE TESIS: ING. JAVIER RUIZ LOPEZ



MEXICO, D. F. CIUDAD UNIVERSITARIA.

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS.

Primeramente quiero agradecer a Dios el haberme creado y conservado en esta vida, permitiéndome realizarme como ser humano en este mundo, por que aunque en este camino de rosas me he espinado varias veces he llegado a realizar una de mis metas mas grandes.

Dedico a mis **Padres** este trabajo como agradecimiento de todo su amor, confianza y esmero que me otorgaron desde mi niñez, apoyándose en la educación que me brindaron, con muchos esfuerzos y con el cariño de siempre.

A mis **hermanos y familiares** que siempre estuvieron presentes en el momento en que los necesite, dándome sus consejos de experiencias y anécdotas vividas, así como su amor y cariño sincero.

Especialmente a **Alfredo E. Dávalos Estrella** que siempre me ha brindado su mano, confianza, cariño, amor y sobretodo su apoyo para este trabajo en todo lo que necesité.

A todos mis **Profesores, amigos y compañeros** desde mi Primaria y principalmente a mi director de tesis el **Profesor Javier Ruíz López** por que en los momentos más difíciles me motivo muchísimo y nunca me dejo desistir.

DEDICATORIAS.

Primeramente quiero agradecer a Dios el haberme creado y conservado en esta vida, permitiéndome realizarme como ser humano en este mundo, por que aunque en este camino de rosas me he espinado varias veces he llegado a realizar una de mis metas mas grandes.

Dedico a mis Padres este trabajo
como agradecimiento de todo su amor,
confianza y esmero que me otorgaron desde mi niñez,
apoyándome en la educación que me brindaron,
con muchos esfuerzos y con el cariño de siempre.

A mis hermanos y familiares
que siempre estuvieron presentes en el momento en que los necesite,
dándome sus consejos de experiencias y anécdotas vividas,
asi como su amor y cariño sincero.

Especialmente a Alfredo E. Dávalos Estrella
que siempre me ha brindado su mano,
confianza, cariño, amor y sobretodo su apoyo
para este trabajo en todo lo que necesité.

A todos mis Profesores, amigos y compañeros desde mi Primaria
y principalmente a mi director de tesis
el Profesor Javier Ruiz López
por que en los momentos más difíciles
me motivo muchísimo y nunca me dejo desistir.

UNA ROSA BLANCA

Cultivo una rosa blanca
en julio como en enero
para el amigo sincero
que me dio su mano franca
Y para aquel que me hiere
el corazón con fiereza
ni cardos, ni ortigas cultivo
cultivo una rosa blanca.

JUSTIFICACION.

México posee diversos paisajes naturales y culturales que permiten hacer del turismo una actividad potencial muy importante para la economía del país.

La situación económica por la que atraviesa el país actualmente obliga a crear una nueva dimensión a la concepción de planeación de los desarrollos turísticos, habiendo necesidad de estudiar sus impactos.

Con el problema crítico de liquidez por una parte y la seria escasez de divisas por otra, actualmente se señalan nuevas prioridades en el corto plazo, que en materia de nuevas inversiones, obliga a una cuidadosa selección de proyectos de mínima inversión y con un gran potencial para la formación de la reserva de divisas

Por otra parte el incremento descontrolado de la población de la ciudad de México, la falta de áreas y zonas de entretenimiento que cada vez son menos suficientes, así como la pérdida gradual de las zonas de reserva ecológica, nos lleva a la necesidad de crear lugares de descanso y entretenimiento fuera de la ciudad pero cercanas a ésta, en donde se pueda respirar un ambiente de tranquilidad y paz para poder recuperar la energía y el ánimo y así regresar al trabajo y poder soportar el estrés cotidiano de las grandes urbes.

Derivado de lo anterior me surgió el interés de remodelar la Ex-Hacienda de San Gabriel en Amacuzac, Morelos, para utilizar los vestigios del casco de la antigua hacienda, conservando la imagen y el carácter de sus espacios: tales como pórticos, bóvedas, arcos, atrios, acueductos, fachadas, etc. y todo lo intrínseco de su estilo arquitectónico, de una forma racional y adecuada, para desarrollar un hotel, acoplando las funciones hoteleras a los espacios existentes; ya que el lugar es considerado como zona de desarrollo turístico y patrimonio cultural por la Secretaría de Turismo y la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca.

Así como también el permiso que nos otorgó tanto para el levantamiento, como para el análisis de la hacienda para dicho proyecto, el propietario, por que le interesó la propuesta realizada para la hacienda.

Finalmente cabe destacar que dentro del Plan Nacional de Desarrollo urbano del municipio de Amacuzac, donde se localiza la Hacienda de San Gabriel de las Palmas, se tiene contemplado para mejorar los recursos turísticos a la localidad, considerando la hacienda para tales fines.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar un estudio que respalde una inversión para adecuar el Casco de la Hacienda de San Gabriel, para el desarrollo de un hotel, como polo de atracción turístico y de generación de trabajo, así como para el goce de los habitantes de la Ciudad de México principalmente.

OBJETIVO PARTICULAR:

Determinar la rentabilidad para la construcción de un hotel que permita el descanso, entretenimiento, esparcimiento.

OBJETIVO PARTICULAR:

Proponer la reactivación de un inmueble a través de la formulación del proyecto buscando multiplicación de capital y beneficios sociales.

**"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA REMODELAR LA EXHACIENDA DE
SAN GABRIEL EN EL MUNICIPIO DE AMACUZAC, MORELOS PARA
USO HOTELERO"**

CONCLUSIONES	1
I. PRESENTACIÓN	5
II. LOCALIZACIÓN	8
1. MACROLOCALIZACIÓN	8
1.1. RELEVANCIA DEL ÁREA	8
2. MICROLOCALIZACIÓN	10
III. ESTUDIO DE MERCADO	15
1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	15
1.1. PERFIL GENERAL DEL CONSUMIDOR	15
1.1.1. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS	15
1.1.2. VARIABLES GEOGRÁFICAS	16
1.1.3. VARIABLES MOTIVACIONALES	17
1.1.4. VARIABLES DE HÁBITOS DE CONSUMO, COSTOS Y PREFERENCIAS	18
1.2. AFLUENCIA DE VIAJEROS	18

1.4. ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA	21
1.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	22
2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.	24
2.1. OFERTA HISTÓRICA	24
2.2. OFERTA ACTUAL	26
2.3. OFERTA FUTURA	26
3. BALANCE OFERTA DEMANDA	26
4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	27
4.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES.	27
4.2. COMERCIALIZACIÓN	31
IV. ESTUDIO TÉCNICO	35
1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	35
1.1. DIMENSIONES	40
1.2. DISEÑO	46
1.2.1. CONCEPTO	47
2. PRESUPUESTO DE INVERSIONES.	48
2.1. TERRENO.	48
2.2. COSTO DE OBRAS CIVILES	48

2.3. EQUIPO	49
2.4. MOBILIARIO	49
2.5. LENCERÍA Y CRISTALERÍA	49
2.6. DIFERIDOS	49
2.7. CAPITAL DE TRABAJO.	49
2.8. RESUMEN	50
V. ESTUDIO FINANCIERO	51
1. ESTRUCTURA DE CAPITAL	51
2. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.	51
3. COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES.	52
4. PRONÓSTICO DE INGRESOS Y DE EGRESOS	53
5. PUNTO DE EQUILIBRIO	55
6. ESTADOS FINANCIEROS	57
6.1. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.	57
6.2. FLUJO DE EFECTIVO	58
6.3. ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS	59
6.4. BALANCE GENERAL PROFORMA.	60
VI. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	61

1. VALOR PRESENTE NETO	61
2. TASA INTERNA DE RETORNO	62
3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN	63
4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	64
VII. ORGANIZACIÓN.	65
1. SELECCIÓN DE LA SOCIEDAD	65
2. ESTRUCTURA JURÍDICA	66
3. ORGANIGRAMA	68
4. FLUJO GRAMA	69
ANEXOS	70
BIBLIOGRAFÍA.	80

CONCLUSIONES

1. La elaboración de este trabajo como tesis, demuestra que en la evaluación de cualquier proyecto de inversión es imprescindible llevar a cabo todo un estudio que proporcione los elementos de juicio, para tomar la decisión de efectuar o no una inversión.

Así mismo ha permitido la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación de Licenciado en Economía.

Del estudio de económico, técnico y financiero del proyecto para Remodelar la Ex-Hacienda de San Gabriel en el Municipio de Amacuzac, Morelos para uso Hotelero se obtienen las siguientes conclusiones:

2. El turismo de ser un simple elemento de servicios, se ha convertido ya en un específico factor de desarrollo económico y fundamentalmente social. Los factores que generan el turismo podrían definirse como: atractivos naturales, culturales, históricos, entre otros, a los cuales se unen establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, y de otro tipo, capaces de captar y asentar en una determinada población que procede del exterior.

El turismo nacional es con frecuencia la base desde la cual empieza a crecer un destino turístico, el turismo extranjero es generalmente necesario para estimularlo hacia un ciclo de crecimiento más rápido y dinámico.

La importancia del desarrollo turístico radica en una creciente captación de divisas, la generación de empleos y en el impulso al desarrollo regional equilibrado.

Destacan dentro del crecimiento del sector servicios las ramas correspondientes a los restaurantes, hotelería y comunicaciones. De esta manera en el desarrollo equilibrado del turismo regional es indispensable destacar el desarrollo de cualquier tipo de hospedaje.

Las antiguas haciendas, son un ejemplo, para lograr un alto grado de eficiencia preestablecida, en cuanto a espacios disponibles, utilización de elementos innovadores de atracción para los segmentos del mercado turístico, congruentes con la concepción general de los desarrollos. Zonas con tales características las podemos encontrar cercanas al área metropolitana, en total abandono por falta de buenas vías de comunicación y de una adecuada infraestructura turística.

3. Cercanos a la ciudad de México, se encuentran los estados de México, Querétaro, Puebla, Hidalgo y Morelos, que cuentan con ex-haciendas así como bellos paisajes naturales, y pueden ser probables lugares de atracción turística si se les da la proyección adecuada.

El llevar a cabo el estudio del proyecto en la Hacienda de San Gabriel, fue por las siguientes condiciones:

- a) El casco de la hacienda se encuentra en buen estado, lo cuál favorece para su restauración.
 - b) No existen grandes modificaciones que demeriten el carácter de la hacienda.
 - c) Cuentan con buenas vías de comunicación, su principal acceso es por la carretera libre federal Cuernavaca-Taxco.
 - d) Se encuentra como cabecera de la localidad de las Palmas, esto nos permite tener un fácil acceso
 - e) El lugar es considerado como zona de desarrollo turístico y patrimonio cultural por la Secretaría de Turismo y SEDUE.
 - f) Se permitió hacer tanto el levantamiento como el análisis de la hacienda para dicho proyecto, por que le interesó al propietario la propuesta realizada para su hacienda.
- La Hacienda de San Gabriel se localiza en la zona sur-oeste del estado de Morelos.

4. Del estudio de mercado, la proyección de la demanda, desprende que para el año 2005 habrá una demanda de 345 turistas, por lo que puede decirse que para alcanzar dicho volumen la demanda habrá crecido en un periodo de 10 años un 8%.

En la oferta el número de cuartos ha ido en aumento a través de los años de 1992 a 1993 creció de 5981 cuartos a 6265.

La oferta actual en el último año creció 406 cuartos. Para la oferta futura obtuvimos que para el año 2005 se requeriría que la oferta creciera 195 habitaciones para satisfacer la demanda proyectada, y de no crecer la oferta a este ritmo para el año 2005, habrá una demanda insatisfecha de 195 habitaciones en Cuernavaca Morelos. considerando que el hotel contará con 160 habitaciones, podemos concluir que el 82% de la demanda estará satisfecha por el Hotel de San Gabriel debiendo señalar que si se iniciara su construcción en 1997 y esta durará 2 años, para 2003 el hotel podría entrar en operación al 100%.

5. Las características que debe de enfrentar con la competencia son: Hotel de 4****: Cuenta con estacionamiento equipado selecto, que provee alimentación en uno o varios restaurantes y cafeterías, cuenta con un bar, música y entretenimiento. Servicio a las habitaciones mínimo durante 16 horas, facilidades de banquetes, personal directivo y supervisor bilingüe. personal de servicio perfectamente uniformado. cambio diariamente de ropa de cama y baño; su mobiliario y decoración es de calidad comercial y se conserva en perfecto estado.

El proyecto a desarrollar en la Ex-hacienda de San Gabriel, es un hotel de cuatro estrellas, con una superficie total aproximada de 46,000m2 entre áreas públicas de servicios y habitaciones, incluyendo áreas exteriores las cuales serán adecuadas a las existentes.

6. Para facilitar el manejo de las cifras, y debido a que la información de costos se obtuvo en dólares, todas las cifras serán en dólares. Además de considerar que en un futuro pueda ser útil el proyecto sólo se actualiza al tipo de cambio existente , así como también para una inversión extranjera.

La inversión total es de 16 483 890 Dls., que incluye el Capital de Trabajo que es de 594 014 Dls. Se considero un capital social del 100% de la Inversión total . De esta forma se generan utilidades desde el primer año de operación de la empresa lo cual permite cubrir los gastos y costos , sin embargo al efectuar la evaluación de la Rentabilidad nos da como resultado:

-Un VAN Positivo de 1 786 020 Dls.

-Una TIR de 3.92 %

-Un PRI de 8.21 años.

7. En el análisis de sensibilidad no se pueden incrementar las ventas ya que solo se podría hacer a través de un aumento de precios y esto provocaría que el Hotel perdiera competitividad.

Lo que nos permite apreciar que apesar de cualquier cambio efectuado, los resultados de evaluación no cambian sensiblemente por lo que puede concluirse que desde el punto de vista financiero el proyecto no es viable.

8. 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 repercutir en el desarrollo del país.

Los proyectos turísticos considerados en el Plan Nacional de Desarrollo del país son un motor para reactivar la economía , aunque este no resulto rentable desde el punto de vista financiero , si se considera que se aprovecha la instalación de la hacienda y su paisaje turística así como el clima y factores económicos que genera como son empleo y entrada de divisas es un proyecto viable y rentable a largo plazo.

I PRESENTACIÓN.

El turismo se inicia como fenómeno social masivo a principios del Siglo XX y se desarrolla en base al avance tecnológico y social.

Hay que entender al turismo como actividad del hombre que persigue la satisfacción de un conjunto de necesidades de carácter físico y espiritual, y no puede ser considerado como una actividad complementaria, y si, como capitulo fundamental de la cultura de la gente.

El turismo de ser un simple elemento de servicios, se ha convertido ya en un específico factor de desarrollo económico y fundamentalmente social. Los factores que generan el turismo podrían definirse como: atractivos naturales, culturales, históricos, entre otros, a los cuales se unen establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, y de otro tipo, capaces de captar y asentar en una determinada población que procede del exterior.

El turismo nacional es con frecuencia la base desde la cual empieza crecer un destino turístico, el turismo extranjero es generalmente necesario para estimularlo hacia un ciclo de crecimiento más rápido y dinámico.

Por su parte un proyecto turístico que cuenta con bellezas naturales, clima agradable y medios de comunicación, necesita, de tres factores importantes: un lugar para alojar a sus clientes potenciales; un lugar con actividades, servicios, ambientes dinámicos y variedad de alimentos y un lugar que transmita la imagen de los productos en venta.

La importancia del desarrollo turístico radica en una creciente captación de divisas, la generación de empleos y en el impulso al desarrollo regional equilibrado.

Destacan dentro del crecimiento del sector servicios las ramas correspondientes a los restaurantes, hotelería y comunicaciones. De esta manera en el desarrollo equilibrado del turismo regional es indispensable destacar el desarrollo de cualquier tipo de hospedaje.

Un hotel lo podemos definir como el establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales u horizontales, caracterizadas en el mercado como unidades de alojamiento (cuartos, suites, etc.) que cuentan con otros servicios: espacios sociales, piscina, restaurante, bar, centro nocturno, etc.

Las antiguas haciendas, son un ejemplo, para lograr un alto grado de eficiencia preestablecida, en cuanto a espacios disponibles, utilización de elementos innovadores de atracción para los segmentos del mercado turístico, congruentes con la concepción general de los desarrollos. Zonas con tales características las podemos encontrar cercanas al área metropolitana, en total abandono por falta de buenas vías de comunicación y de una adecuada infraestructura turística.

Las haciendas con un pasado determinante en la época de transición de dos culturas guardan en sus muros toda una historia de la nueva cultura mexicana. Construcciones que envuelven todo un ámbito socio-cultural, que por su propia riqueza despiertan un gran interés turístico.

Cercanos a la ciudad de México, se encuentran los estados de México, Querétaro, Puebla, Hidalgo y Morelos, que cuentan con ex-haciendas así como bellos paisajes naturales, y pueden ser probables lugares de atracción turística si se les da la proyección adecuada.

En Hidalgo y Morelos, probablemente existen un elevado número de haciendas abandonadas o descuidadas que datan de varios siglos de antigüedad, que pueden ser una gran alternativa para quienes están cansados de las playas y desean unas vacaciones diferentes. Por lo que respecta al estado de Morelos cuenta también con una gran cantidad de lugares atractivos al turista y en algunos de estos lugares se encuentran enclavadas las haciendas.

Las características físico-espaciales de las haciendas y en caso muy particular la Hacienda de San Gabriel, permite la reutilización de sus espacios para el asecamiento de las funciones hoteleras.

Cabe señalar que hacer el proyecto en la Hacienda de San Gabriel, fue por las siguientes condiciones:

- a) El caso de la hacienda se encuentra en buen estado, lo cuál favorece para su restauración.
- b) No existen grandes modificaciones que demeriten el carácter de la hacienda.
- c) Cuentan con buenas vías de comunicación, su principal acceso es por la carretera libre federal Cuernavaca-Taxco.
- d) Se encuentra como cabecera de la localidad de las Palmas, esto nos permite tener un fácil acceso
- e) El lugar es considerado como zona de desarrollo turístico y patrimonio cultural por la Secretaría de Turismo y SEDUE.

f)Se permitió hacer tanto el levantamiento como el análisis de la hacienda para dicho proyecto, por que le interesó al propietario la propuesta realizada para su hacienda.

II LOCALIZACIÓN.

1. MACROLOCALIZACIÓN.

La Hacienda de San Gabriel se localiza en la zona sur-oeste del estado de Morelos.

El estado de Morelos, se localiza en la parte Centro-Sur del territorio nacional, entre las coordenadas extremas 18°19'54" y 19°07'30" de latitud norte y 98°37'42" y 99°33'30" de longitud oeste del meridiano de Greenwich

Sus límites son:

al norte con el estado de México y el D.F.

al sur con el estado de Guerrero

al este con el estado de Puebla

al oeste con el estado de México.

Sus fronteras naturales son:

al norte con la sierra del Ajusco y el volcán Popocatepetl

al sur con los ríos Tepalango y Amacuzac

al oeste con la sierra de Puebla y el río Nexapa

El municipio de Amacuzac, cuenta con una superficie territorial de 125,037 Km. cuadrados, y corresponde al 2.52% del estado de Morelos.

1.1 RELEVANCIA DEL ÁREA.

Como ciudad colonial al noroeste del estado de Morelos se encuentra la florida ciudad de Cuernavaca, su capital. Aquí la naturaleza nos ha regalado un tesoro, el clima hace de esta población uno de los sitios más agradables del mundo.

La antigua Cuauhnáhuac, "en la orilla del bosque" fue fundada en los Siglos XII y XIII por los Tlahuacas, quinta tribu nahuatlaca. Cortés conquista la ciudad en 1521 y en 1529 llegaron los primeros misioneros franciscanos que emprendieron la construcción de iglesias que junto a los edificios civiles levantados por Cortés constituyen hoy el importante tesoro colonial de esta ciudad.

También Cuernavaca posee pequeñas capillas que se levantan en distintas partes de la ciudad como el Humilladero: el Calvario que data de 1536 y la Capilla de los Tepetates. Otros atractivos de la ciudad son el Palacio Municipal, la Casa del Olvido, lugar de recreo de Maximiliano, el Jardín Borda y la Hacienda de Cortés heredada por Cortés a su hijo Martín.

Los principales atractivos de esta población son: el Palacio de Cortés, el cual fue mandado a construir por él, en el Siglo XVI y actualmente sede del Museo del Cuauhnáhuac, la Catedral, interesante conjunto de construcciones de diferentes épocas, en si la Catedral se aloja en un antiguo templo franciscano del siglo XVI, el convento contiguo es de estilo sencillo y contiene valiosas pinturas al fresco; también del Siglo XVI es la capilla Abierta y en el atrio se encuentra la Capilla de la Tercera Orden, levantada a finales del Siglo XVII en estilo barroco.

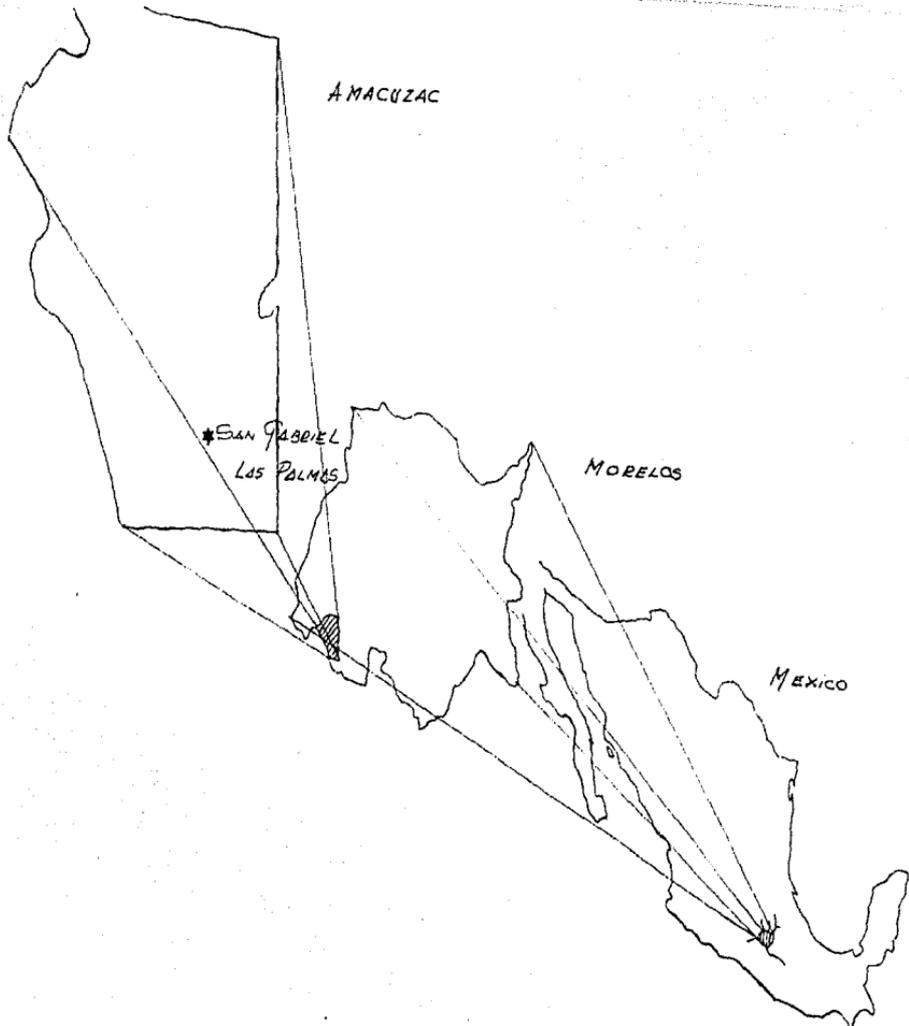
Otra ciudad es Cocoyoc, se trata de un antiguo casco de hacienda en donde actualmente funciona un hotel, cuenta con una bonita capilla del Siglo XVIII que contiene ejemplos de pintura y escultura de la época.

En cuanto a arqueología, se encuentra Xochicalco, su nombre significa "la plaza o la casa de las flores", se localiza en el Municipio de Cuernavaca, Mor., 20 Km. al sur-oeste de la ciudad de Cuernavaca, por la carretera federal número 95. Xochicalco es una ciudad fortificada que aprovechando la inclinación del cerro y construyendo terrazas artificiales se convirtió en uno de los centros ceremoniales más impresionantes del país. Sus características constructivas revelan que en su época de apogeo, aproximadamente entre los años 650 y 900 d.C., estos grupos de la cultura tlahuica, tomaron una posición defensiva derivada quizá del vacío del poder ocasionado en el ámbito mesoamericano por la desaparición de Teotihuacan.

Existe una zona en Xochicalco, considerada como el núcleo ceremonial en el cual destacan tres conjuntos conocidos como Xochicalco, La Bodega y La Malinche. La estructura de Xochicalco es también conocida como La Gran Pirámide; otras edificaciones son la Plaza Principal, el Juego de Pelota, los Altares, el Palacio y las Cuevas.

Otra zona arqueológica del estado de Morelos es Chalcatzingo, a 68 Km. de Cuautla, que presenta interesantes bajo relieves.

LOCALIZACIÓN

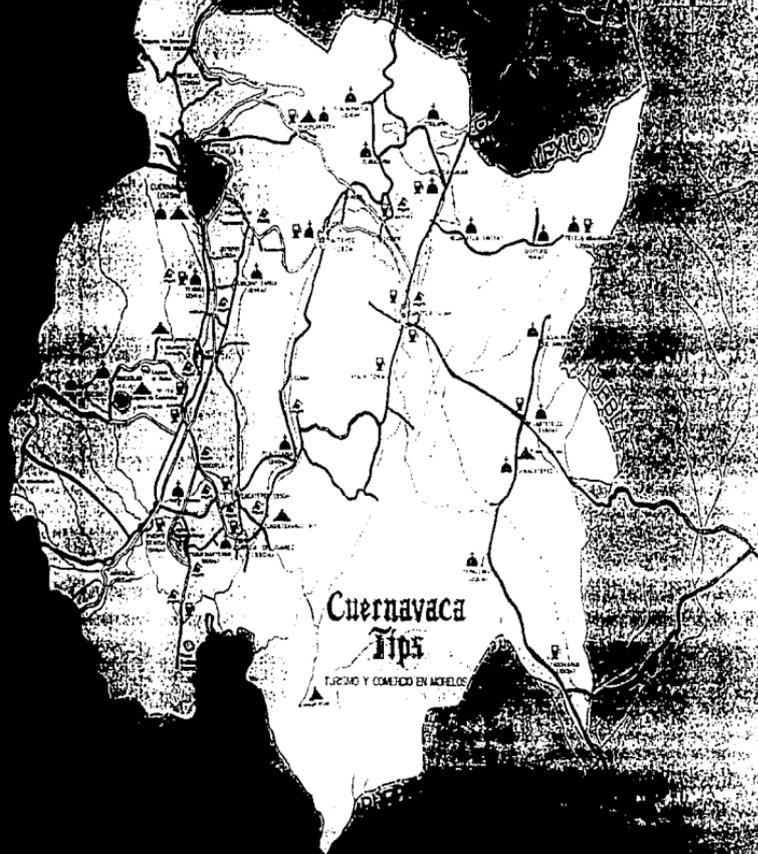


AMACUZAC

*SAN JABIEL
LOS PALMAS

MORELOS

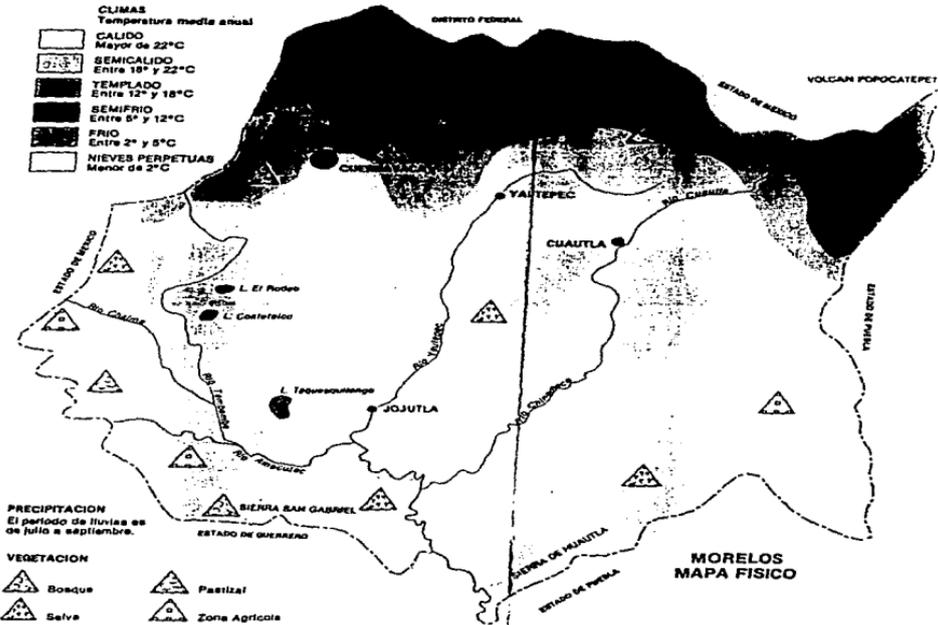
MEXICO



Cuernavaca México

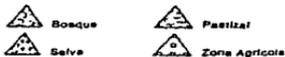
TURISMO Y COMERCIO EN MEHCELOS

CLIMAS
Temperatura media anual



PRECIPITACION
El periodo de lluvias es de julio a septiembre.

VEGETACION



MORELOS
MAPA FISICO

2. MICROLOCALIZACIÓN.

A. MEDIO FÍSICO.

A.1. OROGRAFÍA.

En el municipio de Amacuzac, se presentan 3 formas características de relieve:

La primera corresponde a zonas accidentadas y abarca aproximadamente el 18% de la superficie y se localiza en el sur del río Amacuzac, formadas por el cerro Potrero de los Burros, Cerro Jumilar, Cerro Gigante y Cerro de la Gloria; son cumbres que alcanzan 1,860 metros sobre el nivel del mar, en esta zona se encuentra la localidad de Rancho Nuevo.

La segunda corresponde a zonas semiplanas y abarca aproximadamente el 23% de la superficie y se localiza en la parte sur y poniente del municipio, formadas por las localidades de Coahuixtla, Casahuatlan y Cajones.

La tercera corresponde a zonas planas y abarca aproximadamente el 59% de la superficie y se localiza en la parte centro, sur y oriente del municipio, formadas por las localidades de Amacuzac, San Gabriel de las Palmas, Huajintlan, Miahuatlan y Teacalco.

A.2. CLIMA.

El clima en el municipio de Amacuzac, es cálido (AW), es el más seco de los subhúmedos y cubre el 100% del municipio, su temperatura media anual es de 24.9°C, su temperatura máxima es de 34.9°C, se presenta en los meses de marzo, abril y mayo, y la mínima es de 14.8°C y se presenta en los meses de diciembre y enero. El mes más caluroso es abril, y el más frío es enero.

A.3. PRECIPITACIÓN PLUVIAL.

El municipio de Amacuzac presenta una precipitación pluvial media de 1,377.82 mm. anuales aproximadamente, su Precipitación Pluvial máxima es de 2,823.90 mm, y su Precipitación Pluvial mínima es de 564.50 mm, con régimen de lluvias en el verano y principios de otoño.

A.4. VIENTOS.

La dirección de los vientos reinantes, es de noroeste a sur-este, existiendo variaciones no determinadas. Existen vientos con una velocidad de 0.6 a 3.3 m/seg. y de 3.4 a 7.9 m/seg, clasificados como débiles y moderados respectivamente.

A.5. HIDROLOGÍA.

Los recursos hidrológicos con que cuenta el municipio de Amacuzac básicamente son: el río Amacuzac, los manantiales subterráneos y 4 pozos de extracción de agua.

A.6. SINIESTROS NATURALES.

Otros aspectos que no pueden dejarse a un lado, son los siniestros que se han registrado en el municipio y que por sus características se han clasificado en:

1. Zona de temblores: tanto el municipio como todo el estado, le corresponde la clasificación de zona sísmica, aunque no se ha reportado ningún siniestro de este tipo en la localidad de las Palmas y lugares aledaños.
2. Zonas inestables: se producen ciertos deslizamientos en las laderas de los ríos cercanos a Huajintlan y Cahahuatlan provocados por lluvias torrenciales.
3. Zonas inundables: se encuentran básicamente en las zonas aledañas al río Amacuzac, cercanas a las localidades de Amacuzac y Huajintlan con un grado bajo de vulnerabilidad, según datos proporcionados por la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (S.A.R.H.).
4. Zonas de desechos: se produce cierto riesgo de contaminación debido a la acumulación de basura a cielo abierto, principalmente en las localidades de Amacuzac, San Gabriel de las Palmas, Coahuixtla y Huajintlan, y al desalojo de desechos sólidos y líquidos de las poblaciones a los ríos.

B. INFRAESTRUCTURA URBANA.

Además de las vías de comunicación y de los accesos cabe agregar otros aspectos importantes.

B.1. TELECOMUNICACIONES.

El área cuenta con los siguientes medios de comunicación:

Líneas telefónicas.

Telégrafos en el poblado de Amacuzac y Puente de Ixtla a 3 Km.

Estación de radio comunicación en Tequesquitengo a 15 km.

Correos en el poblado de Amacuzac y Puente de Ixtla a 3 Km.

B.2. VIAS DE COMUNICACIÓN.

Tomando como punto de partida la ciudad de México, se puede llegar a la Hacienda de San Gabriel, tanto por la autopista federal (95D) México-Acapulco, como por la carretera federal (libre) México-Cuernavaca-Acapulco.

Por la autopista 95D, México-Acapulco, a 128 Km., al sur de la ciudad de México, se llega a la localidad de Puente de Ixtla, existe un puente a desviación que comunica la autopista (95D) con la carretera federal (libre) Cuernavaca-Acapulco la cual se toma rumbo a Acapulco y 5 Km. al sur después de la desviación al lado derecho de la carretera, se encuentra el acceso a la localidad de San Gabriel de las Palmas y nuestro destino, la Hacienda de San Gabriel.

Otra forma de llegar de la ciudad de México, es por la carretera federal (libre) a Cuernavaca y de ahí a 48 Km. al sur por la carretera federal (libre) a Acapulco, se llega al mismo destino.

B.3. ACCESOS.

Autopista federal 95D México-Acapulco de cuatro carriles.

Carretera libre federal México-Cuernavaca-Iguala-Taxco de dos carriles.

Aeropuerto mediano en Tequesquitengo a 15 Km.

Existen varios lugares de interés turístico cercanos a la Hacienda de San Gabriel, lo de mayor importancia son:

Taxco a 45 Km. al sur-oeste

La laguna de Tequesquitengo a 15 Km. al noreste

Las grutas de Cacahuamilpa a 20 Km. al noroeste

Las pirámides de Xochicalco a 30 Km. al norte.

Su localización geográfica lo sitúa como centro de origen respecto a los sitios de atracción turística antes mencionados y de muchos más con los que cuenta el estado de Morelos.

B.4. SERVICIOS PÚBLICOS.

El Asentamiento urbano de 14,000 habitantes en el municipio de Amacuzac cuenta con los servicios de:

Escuela de educación básica.

Escuela de educación secundaria en Amacuzac a 3 Km.

Escuela técnica (CECYT) en Amacuzac a 3 Km.

Escuela preparatoria en Coahuixtla a 5 Km.

Consultorio médico en Amacuzac a 3 Km.

Servicio asistencial en Amacuzac y Huajintlan.

Mercado.

Canchas deportivas de basquetball y fútbol.

Balneario.

Talleres de costura.

B.5. ENERGÍA ELÉCTRICA.

El 90% de la población cuenta con energía eléctrica en su domicilio.

B.6. SUMINISTRO DE AGUA.

En la localidad de San Gabriel de las Palmas.

El 70% de la población cuenta con agua potable.

El 60% cuenta con toma domiciliaria.

El 10% cuenta con tomas colectivas a no más de una cuadra.

El 30% la obtienen por medio de acarreo.

La fuente de abastecimiento es a través de pozos.

Existe un pozo en el centro del poblado sin terminar, el cual abastecerá hasta un 200% de la población.

B.7. DRENAJE.

Existe drenaje en la mayor parte del poblado.

B.8. USO DE SUELO.

El área total del municipio es de 10.016.00 hectáreas distribuidas en:

2,395.00 has. de uso agrícola: 4,476.00 has. de pastos naturales; 2,021.00 has. de uso pecuario; 917.00 has. de uso forestal. y 207.00 has. no productivas.

Del total de tierras de uso agrícola, 409.00 has. son de riego y 1,986.00 has. son de temporal. Sus cultivos principales son el maíz, arroz, cacahuete y tomate verde.

Del total de hectáreas de uso pecuario, 500.00 has. son de uso intensivo y 1,521.00 has. son de uso extensivo.

En cuanto a ganadería se refiere, se crían vacas, puercos, cabras, caballos, asnos, mulas, ovejas y aves.

En el municipio existen embalses y ríos donde se practica la pesca y en San Gabriel de las Palmas existe un centro psicolo.

El terreno predominante en la zona urbana de la localidad de San Gabriel de las Palmas es tepetate.

No existen zonas mineras ni industriales en el municipio.

Antiguamente en la localidad de San Gabriel de las Palmas, se cosechaba la caña de azúcar, en la actualidad, sólo las tierras pertenecientes a la hacienda siguen cosechándola, pero es insuficiente la cosecha para la manutención de la misma.

III ESTUDIO DE MERCADO.

I. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Dada la naturaleza del servicio de hospedaje en general, (los consumidores tienen que desplazarse a los lugares donde es proporcionado el servicio), las empresas turísticas realizan grandes esfuerzos por lograr la mayor captación de visitantes nacionales y extranjeros, sobre todo en las épocas en las que existen vacaciones.

De esta manera, para el análisis de la demanda, debemos tomar en cuenta tres aspectos: Afluencia de visitantes, estacionalidad y permanencia o estadía promedio.

1.1. PERFIL GENERAL DEL CONSUMIDOR

El consumidor al que se va 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.

1.1.1. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS

TURISMO NACIONAL

El ingreso promedio mensual de los demandantes de estos servicios fue para el primer trimestre de 1993 \$3,019.00 monto menor en 20% al de \$ 3,778.00 registrado en 1992, siendo de \$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 \$ 4,751.00 en tanto que en 1992 el ingreso más alto era de \$4,750.00.

La edad promedio de estos visitantes fue de 35 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 Dls., monto menor en 20.6% al que manifestaron los del mismo lapso de 1992, esta percepción subió a 91,800 Dls. en los viajeros repetitivos y a 94,900 Dls. en los que tenían entre 41 y 60 años. En esta ocasión el 11% de ellos tenían ingresos superiores a los 160 mil Dls. , en tanto que en el mismo lapso de 1992 el más alto era de 160 mil Dls.

Los visitantes tuvieron en promedio 42 años de edad, la cuál se elevó a 46 años en el caso de los de dos 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 el 39% de ellos (28% en 1992), le siguieron las de ejecutivo con el 12% (15% en 1992); empleados públicos 10% (8% en 1992), y retirados 8% (igual que en 1992).

1.1.2. VARIABLES GEOGRÁFICAS.

Cada uno de los turistas que visitan un lugar tienen diferentes objetivos, 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 de 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 pueden 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 70% de turistas extranjeros.

1.1.3. VARIABLES MOTIVACIONALES.

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

En cuanto a los extranjeros el 83% de ellos requirió de un día a 6 meses para la planeación de sus vacaciones. El 65% entre un día y tres meses.

TURISMO NACIONAL..

El placer fue el motivo para que el 68% de la corriente de visitantes acudiera a un sitio, proporción que se elevó al 73% en los vacacionistas repetitivos. Para el 19% 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 un lugar fueron las zonas arqueológicas, ya que el 65% de ellos así lo expreso subiendo a 71% en el caso en los que tenían entre 21 y 40 años de edad.

Otra razón importante fue la belleza natural por la que se decidió el 56% 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 zonas arqueológicas y el clima caluroso así como la belleza natural fue la razón principal por lo que se seleccionó el lugar, 74% de los visitantes proporción que creció a 83% en el caso de los menores de 20 años.

1.1.4. VARIABLES DE HÁBITOS DE CONSUMO, COSTOS Y PREFERENCIAS.

El determinar como hicieron su viaje los turistas es muy importante.

TURISMO NACIONAL

Para el primer semestre de 1993 las agencias de viajes incrementaron su labor con organizadores 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, esta proporción subió a 72% en los de primera ocasión, el cual integró: el 76% de los casos hotel y avión, en 30% además de los anteriores servicios, el de alimentos; y en 6% hotel.

TURISMO EXTRANJERO

La agencia de viajes organizó las vacaciones del 71% de los visitantes. El 26% de ellos 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 65% de los visitantes de esta ocasión utilizó algún tipo de paquete, proporción que fue de 83% en los menores de 20 años. Los paquetes integraron el 77% hotel y avión, y en 12% además alimentos.

1.2. AFLUENCIA DE VIAJEROS

Actualmente la afluencia turística en el Estado de Morelos y más aún en Cuernavaca a venido en descenso, la causa principal es la falta de atención al sector turismo, las autoridades se han olvidado que un lugar con grandes atractivos pero sin una buena difusión no tendrá nunca un buen desarrollo y menos incrementar su economía. Es necesario por tanto promover y cuidar de estos bellos lugares y de sus paisajes naturales para poder disfrutarlos.

La afluencia de viajeros nacionales en Morelos se aprecia en el cuadro N° 1.

CUADRO N° 1
VIAJEROS NACIONALES EN MORELOS.

(MILES DE TURISTAS)

ANO	TURISTAS
1989	903
1990	963
1991	991
1992	1060

FUENTE: SECRETARIA DE TURISMO

La realización de este proyecto pretende retribuir a recuperar la afluencia turística así como promover los diferentes lugares turísticos de la región.

En lo referente a la afluencia de viajeros en Cuernavaca se incluye en el cuadro N° 2.

CUADRO N° 2
VIAJEROS EN CUERNAVACA.

(MILES DE TURISTAS)

ANO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
1989	266.30	19.98	285.29
1990	250.27	20.49	270.76
1991	264.10	22.00	286.10
1992	315.80	24.09	339.95
1993	366.88	25.82	332.68
1994 *	268.93	26.07	332.68

PRELIMINAR

FUENTE: SECRETARIA DE TURISMO

1.3. PERMANENCIA

Otro aspecto de no menos importancia es la de atraer al turista que desea descansar durante un fin de semana completo, como estancia promedio, al que ofrecer diferentes actividades recreativas y de entretenimiento para hacer más agradable su estancia : algunas atracciones son las diferentes zonas turísticas cercanas a la hacienda, a no más de una hora de camino pudiendo regresar el mismo día sin necesidad de hacer grandes trayectos que ocasionan molestias y desagrado al turista

La permanencia de los turistas tanto nacionales como extranjeros se incluyen en el siguiente cuadro N° 3.

CUADRO N° 3
ESTADÍA EN CUERNAVACA.

(Días)

ANO	NACIONALES	EXTRANJEROS	PROMEDIO
1989	1.90	2.62	2.26
1990	1.88	3.00	2.44
1991	1.79	2.88	2.33
1992	1.51	2.49	2.00
1993	1.78	2.45	2.11
1994-	1.78	2.18	1.98

PRELIMINAR

FUENTE : SECRETARIA DE TURISMO

Por otro lado, todo huésped tendrá necesidad de ciertas actividades y se le facilitarán otras más con el objeto de que no sólo este confortable sino tenga diversas opciones de entretenimiento y de esta manera que pase una gran estancia en la compañía de sus familiares o amigos sin necesidad de mayor esfuerzo.

Por lo que respecta a la densidad por cuarto en Cuernavaca se incluye a continuación en el cuadro N°4.

CUADRO N°4
DENSIDAD TOTAL DE CUERNAVACA.

(PERSONAS POR CUARTO)

ANO	PERSONAS
1989	1.98
1990	1.95
1991	1.88
1992	1.85
1993	1.92
1994*	1.92

PRELIMINAR

FUENTE: SECRETARIA DE TURISMO

1.4. ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA

VIAJEROS NACIONALES

Con respecto a la estacionalidad en nuestro país las temporadas vacacionales representan para el turismo un gran nivel de ocupación, ejemplo claro es el correspondiente al periodo vacacional de Semana Santa.

Se ha notado, que el más alto número de personas que se tiene en los diversos centros turísticos durante el año, es en marzo o abril, por la costumbre de la suspensión de labores en la Semana Santa, Julio-agosto, por el período de fin de año escolar. Otro periodo importante es diciembre-enero, periodo vacacional correspondiente a Noche Buena y Fin de Año.

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.

1.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda se efectuó por el Método de los Mínimos Cuadrados dando los siguientes resultados. Que corresponde a la proyección de una recta.

CUADRO N° 5
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

ANO	MILES DE TURISTAS
1996	320.38
1997	323.15
1998	325.92
1999	328.69
2000	331.46
2001	334.23
2002	337.00
2003	339.77
2004	342.54
2005	345.31

FUENTE: Cálculos propios

El procedimiento para la obtención de las cifras es el siguiente:

Por el Método de los Mínimos Cuadrados (Regresión Lineal)

Sustituyendo a $Y_c = a + b x$

Tenemos $z = (y_o - a - bx)^2 = \text{un mínimo}$

Finalmente $@ Y = na + b @ x$

$$@ 'XY = a @ X + b @ X^2$$

Sustituyendo los valores en las ecuaciones normales tenemos

$$1) 1847.46 = 6a + 21b$$

$$2) 6417.71 = 21a + 91b$$

La ecuación 1) se multiplica por -7

La ecuación 2) se multiplica por 2

$$\begin{array}{rclcl} -12932.22 & = & 42a - 147b & & \\ 12835.42 & = & 42a + 182b & & \\ \hline 96.80 & = & 35b & & \\ b & = & 96.80 / 35 & & \\ \hline b & = & 2.77 & & \end{array}$$

Sustituyendo el valor b en la ecuación 1)

$$\begin{array}{rclcl} 1847.46 & = & 6a + 21b & & \\ 1847.46 & = & 6a + 21(2.77) & & \\ 1847.46 & = & 6a + 58.17 & & \\ 1847.46 - 58.17 & = & 6a & & \\ 1789.29 & = & 6a & & \\ a & = & 1789.29 / 6 & & \\ \hline a & = & 298.22 & & \end{array}$$

Los valores corregidos o ajustados de Yc para los años de 1989 al 2005 serán de :

$$y = a + bx$$

Yc 1=	298.22	+ 2.77	(1)	=	300.99
Yc 2=	298.22	+ 2.77	(2)	=	303.76
Yc 3=	298.22	+ 2.77	(3)	=	306.53
Yc 4=	298.22	+2.77	(4)	=	309.30
Yc 5=	298.22	+ 2.77	(5)	=	312.07
Yc 6=	298.22	+ 2.77	(6)	=	314.84
Yc 7=	298.22	+2.77	(7)	=	317.61
Yc 8=	298.22	+2.77	(8)	=	320.38
Yc 9=	298.22	+ 2.77	(9)	=	323.15
Yc 10=	298.22	+ 2.77	(10)	=	325.92

Yc 11=	298.22	+ 2.77	(11) =	328.69
Yc 12=	298.22	+ 2.77	(12) =	331.46
Yc 13=	298.22	+ 2.77	(13) =	334.23
Yc 14=	298.22	+ 2.77	(14) =	337.00
Yc 15=	298.22	+ 2.77	(15) =	339.77
Yc 16=	298.22	+ 2.77	(16) =	342.54
Yc 17=	298.22	+ 2.77	(17) =	345.31

CUADRO N°6
CALCULO DE LA TENDENCIA DE LA DEMANDA DE HABITACIONES
(MILES DE TURISTAS)

ANO	Nº Sucesivo	Demanda	XY	X2	Yc
	X	Y			
1989	1	285,29	285,29	1	300,99
1990	2	270,76	541,52	4	303,76
1991	3	286,10	858,30	9	306,53
1992	4	339,95	1359,80	16	309,30
1993	5	332,68	1663,40	25	312,07
1994	6	332,68	1709,40	36	314,84
TOTAL	21	1847,46	6417,71	91	

FUENTE: Cálculos propios

Del cuadro N° 5, Proyección de la Demanda, se desprende que para el año 2005 habrá una demanda de 345,31 turistas, por lo que puede decirse que para alcanzar dicho volumen la demanda habrá crecido en un periodo de 10 años un 8% cifra que es conservadoramente comparable con el crecimiento del 5 % que tuvo en el periodo de 1989 a 1994, por lo que se considera que las cifras obtenidas son razonables.

2. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

En el caso de la oferta es necesario considerar el total de cuartos disponibles por año.

Para el análisis de la oferta es necesario tomar en cuenta : la oferta histórica, la oferta actual y la oferta futura.

2.1 OFERTA HISTÓRICA.

El número de cuartos ha ido en aumento a través de los años como lo podemos ver en los siguientes cuadros, con excepción de los últimos años tanto en Morelos como en Cuernavaca.

CUADRO N° 7**NUMERO DE CUARTOS EN MORELOS ^{1/}**

AÑO	CUARTOS
1989	5857
1990	5920
1991	5981
1992	5981
1993 ^{2/}	6265

^{1/} Los cuartos son de la categoría de cuatro estrellas.

^{2/} PRELIMINAR

FUENTE: SECRETARÍA DE TURISMO

CUADRO N° 8**NUMERO DE CUARTOS EN CUERNAVACA.**

AÑO	CUARTOS
1989	1719
1990	1697
1991	1760
1992	1897
1993	1893
1994 ^{2/}	2299

^{2/} Preliminar Datos obtenidos de la Coordinación de Turismo de Morelos

FUENTE: SECRETARÍA DE TURISMO

2.2 OFERTA ACTUAL.

La oferta actual la podemos observar en el cuadro anterior donde se aprecia que en el último año creció 406 cuartos.

2.3. OFERTA FUTURA

Debido a que la oferta no tiene el mismo comportamiento que la demanda no se utiliza el método de proyección para conocer la oferta futura. Esto se debe a varios factores ; en conclusión podemos mencionar que 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.

CALCULO

Se realizó por proporciones, ya que se podía contar con los datos obtenidos por la proyección de la demanda, así como con la oferta histórica.

CUADRO N°9

OFERTA FUTURA

AÑO	CUARTOS
1995	2319
1996	2339
1997	2359
1998	2381
1999	2403
2000	2421
2001	2443
2002	2465
2003	2485
2004	2500
2005	2514

FUENTE : Cálculos propios.

3. BALANCE OFERTA - DEMANDA

Para el año 2005 se requeriría que la oferta creciera 195 habitaciones para satisfacer la demanda proyectada y de no crecer la oferta a este ritmo para el año 2005 habrá una demanda insatisfecha de 195 habitaciones en Cuernavaca Morelos, considerando que el hotel contará con 160 habitaciones, podemos concluir que el 82% de la demanda estará satisfecha por el Hotel de San Gabriel debiendo señalar que si se iniciara su construcción en 1997 y esta durará 2 años, para 2003 el hotel podría entrar en operación al 100%.

4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

4.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Las características que deben de cumplir los hoteles de la categoría de cuatro a cinco estrellas son:

1.- Motor Lobby.	9.- Salón Banquetes	17.- Área de Servicios
2.- Acceso.	10.- Bar.	18.- Estacionamiento
3.- Recepción.	11.- Auditorio	A - Exterior.
4.- Administración.	12.- Habitaciones.	B.- Interior.
5.- Sala conferencias.	13.- Alberca	
6.- Sala Video y Billar..	14 - Snack-Bar	
7.- Restaurante.	15 - Jardín	
8.- Cocina..	16 - Andadores	

Hotel de 4****: Cuenta con estacionamiento equipado selecto, que provee alimentación en uno o varios restaurantes y cafeterías, cuenta con un bar, música y entretenimiento. Servicio a las habitaciones mínimo durante 16 horas, facilidades de banquetes, personal directivo y supervisor bilingüe, personal de servicio perfectamente uniformado, cambio diariamente de ropa de cama y baño; su mobiliario y decoración es de calidad comercial y se conserva en perfecto estado.

Hotel 5*****: Establecimiento que cuenta con equipamiento selecto, que provee alimentación en uno o varios restaurantes y cafeterías, cuenta con uno o más bares, música y entretenimiento. Servicio a las habitaciones mínimo durante 18 horas, facilidades de banquetes, personal directivo bilingüe o políglota .Su personal superviso bilingüe, personal de servicio completo perfectamente uniformado las 24 horas, cambio diariamente de ropa de cama y baño; su amueblado, acabado e instalaciones son de calidad selecta.

A.- MODELOS ANÁLOGOS

A.1. HOTEL HACIENDA VISTA HERMOSA CINCO ESTRELLAS

UBICACIÓN: Se localiza en el km. 7 de la carretera Alpuyecá-Tequesquitengo, Estado de Morelos, México a 30 min. del centro de Cuernavaca. El Hotel cuenta con 105 habitaciones de lujo con una área promedio de 60.00 m² cada habitación tipo tiene dormitorio, estar, baño, vestidor, T.V., servibar y cama matrimonial. La suite tiene dormitorio, en algunos casos cuenta con dos áreas de dormir, estar, baño, vestidor, terraza, T.V., servibar, cama matrimonial y hotelera. Conforme aumenta la categoría, las áreas son mas nobles y mas espaciosas. Las villas cuentan con dormitorio y estar bastante grandes en la planta alta y una sala y área de bar bastante nobles en planta baja con una pequeña alberca privada en el jardín posterior.

Clasificación: Suite Imperial	1
Suite Presidencial	2
Master Suite	38
Junior Suite	28
Suite Tipo	10
Suite Turística	12
Villas	15
Total:	105

ÁREAS PUBLICAS:

Restaurante de comida nacional e internacional con capacidad para 400 personas.

Bar con capacidad para 60 personas.

Una discoteca con capacidad para 180 personas.

Salón para banquetes con capacidad para 300 personas y otros cuatro salones con capacidad de 10 a 150 personas.

ÁREAS DE ENTRETENIMIENTO:

9 albercas: 7 privadas en cada una de las villas y 2 generales de buenas dimensiones, una de 15 x 10 Mts. y otra de 20 x 15 Mts. aproximadamente.

Cuenta con un lienzo charro con capacidad para casi mil personas.

Una cancha de tenis.

Dos canchas de squash.

Un campo de golfito con 9 hoyos.

Una cancha de frontón mediana.

Un salón de juegos con mesa de billar, mesa de ping-pong, mesas de futbolines.

Una mesa de boliche, juegos de herradura, ajedrez y shuffleboard.

Una sala de televisión vía satélite y tienda de artículos de lugar

ÁREA DE JUEGOS INFANTILES Y CAMPO PROFESIONAL DE GOLF.

ÁREA DE SERVICIOS.

Dispone de tintorería y lavandería y potreros.

Todo lo anterior se encuentra en medio de extensos jardines.

Tiene estacionamiento con capacidad para 120 automóviles

ÁREA ADMINISTRATIVA.

Tiene el siguiente personal: Gerente General, Gerente de Contabilidad, Gerente de Recursos Humanos, Gerente de compras y Gerente de Alimentos y Bebidas.

Los periodos de mayor ocupación son del 25 de dic. al 1º de enero y en Semana Santa con un porcentaje de ocupación del 100%. en los fines de semana se tiene una ocupación promedio del 60% entre semana se promueven grupos de convenciones, un grupo de 60 personas entra el domingo y sale el miércoles y otro grupo de 80 personas del miércoles al domingo con tarifas mas bajas.

Los periodos de menor ocupación son los meses de enero, julio y septiembre.

El porcentaje de ocupación promedio anual es del 52%.

El tipo de turista que visita la hacienda es del país y en su mayoría de la Ciudad de México.

A.2. HOTEL HACIENDA DE CORTES - CUATRO ESTRELLAS.

UBICACIÓN: Se localiza en la Plaza Kennedy No. 90 Atlacomulco, Estado de Morelos. México a 10 min. del centro de Cuernavaca.

El Hotel cuenta con 22 habitaciones de lujo con un área promedio de 60.00 M² cada suite tiene dormitorio, estar, baño, vestidor, una terraza grande en planta baja, T.V., servibar y cama matrimonial la Master suite tiene cama King y la imperial Queen y las áreas en estas habitaciones son mas grandes y de mayor elegancia.

Clasificación: Suite Imperial	1
Master Suite	17
Junior Suite	2
Suite Tipo	2
Total:	22

ÁREAS PUBLICAS.

Cuenta con un Restaurante de especialidades con capacidad para 150 personas.

Un Bar con capacidad para 40 personas.

Un salón de banquetes para 400 personas.

Dos salas de conferencias con capacidad para 30 personas cada una y un Auditorio con capacidad para 250 personas.

Áreas de entretenimiento.

Cuenta con una alberca de 12.00 x 9.00 m. Aproximadamente..

Una sala de Billar y una sala de T.V. o videocine y

Área de jardines.

ÁREA ADMINISTRATIVA.

Gerente general, gerente de contabilidad, gerente de Recursos Humanos y gerente de compras.

Dispone de estacionamiento con capacidad para 110 automóviles con servicio de Valet.

Los periodos de mayor ocupación son en Semana Santa y fin de año con un porcentaje del 100%. Los fines de semana se tiene una ocupación del promedio del 90%. Entre semana se promueven grupos de conferencias con un 40% de ocupación. Los periodos de menor ocupación son en los meses de agosto y septiembre. El porcentaje de ocupación anual es del 60%.

El tipo de turista que se hospeda es nacional y en su mayoría de la ciudad de México.

A.3. HOTEL HACIENDA COCOYOC - CINCO ESTRELLAS

Presta los siguientes servicios:

Agencias de viajes, Canchas Deportivas, Aire Acondicionado, Alberca, Antena Parabólica y/o Cable, Área de Juegos de Mesa, Área de Juegos Infantiles, Bar, Boutique, Caja de Seguridad General, Cambio de Moneda, Cancha de Tenis, Centro Ejecutivo, Chapoteadero, Renta de Equipo de Computación Personal, Discoteque, Estacionamiento, Estética, Serv. Fax, Florería, Gimnasio, Golf, Lavandería, Loby-Bar, Serv. Niñeras, Renta de Equipo Deportivo, Restaurante-Bar, Room Service, Sala de Juntas, Salón para Eventos, Servibar, Serv. Médico, Serv. Secretarial Bilingüe, Serv. para minusválidos, Clínica de Salud y Belleza, T.V. en Hab., Tabaquería, Serv. Taxis, Seguridad, Teléfono en Hab., Lienzo Charro.

4.2. COMERCIALIZACIÓN

Son dos los aspectos a analizar para la comercialización del servicio: publicidad y promoción, y la infraestructura existente.

En cuanto a la publicidad podemos decir que ésta se realiza, en su mayor parte, mediante las Agencias de Viajes y las representantes de las cadenas hoteleras más importantes del país. Dichas organizaciones realizan la promoción a través de paquetes turísticos, temporadas, intermediarios clave, etc..

Para 1992 existían en México 4.944 Agencias de Viajes, de las cuales 44 en el Estado de Morelos con 30 sucursales, es decir, con un total de 59 Agencias; y 1.088 empresas de transporte turístico, de las cuales 4 en el Estado de Morelos con 2 terrestres y 2 arrendadoras, esta última con 1 matriz y 1 sucursal.

Por otro lado la promoción por parte del Estado, ha sido creciente. Se han incrementado programas de seguridad y promoción internacional del turismo de nuestro país. El gobierno aplicó las acciones relativas a normar y regular la actividad turística, esto es, se fortaleció la autorización, clasificación y vigilancia de establecimientos de hospedaje, se facilitaron los trámites en la autorización para el funcionamiento de agencias de viaje, arrendadoras y transportes terrestres.

Por otro lado a través de FONATUR, el Estado realizó obras principalmente de urbanización, electrificación, alumbrado público, conducción de agua potable y pavimentación, además se continúan actividades de capacitación, enseñanza e investigación turística a través del Centro de Estudios de Turismo (ESTUR).

La infraestructura que requiere la actividad, tanto en cuanto a la comercialización como a las condiciones que generen una atracción de los lugares turísticos son:

- Obras de Acceso. Carreteras, aeropuertos, muelles, etc..
- Obras de servicio. redes de alcantarillado, agua potable, electricidad, teléfono, etc..
- Obras de mejoramiento habitacional. Urbanización, vías peatonales, adecuaciones urbanas, tratamiento de fachadas, etc..
- Por último un gran cuidado de la ecología y por supuesto de los atractivos naturales.

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 puede 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, folletos, trípticos, mapas con información de los atractivos turísticos y su localización en una ciudad, así como cápsulas informativas en la radio y televisión.

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 la Secretaría de Turismo, ya que dentro de éste se llevan a efecto operaciones de compraventa 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 prevalectentes en las empresa, 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.

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 abre 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 proporcionará, diferentes tipos de publicidad que muestren el hotel y lo que ofrece.

4.2.4. DE ACCIÓN 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 permitirá 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.

De igual manera que la mayoría de los hoteles, se propone que la comercialización se realice mediante las Agencias de Viajes y a través de los paquetes turísticos, de temporadas, intermediarios claves, etc. Ya que estadísticamente son por experiencia las que canalizan mejor el servicio.

• IV ESTUDIO TÉCNICO

1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.

Un hotel es una combinación de alojamiento, alimentación, diversión, arrendamiento de servicios, reparaciones, mantenimiento, etc. Por lo tanto, el programa previo al proyecto comprende una descripción general del hotel indicando cada una de sus partes, cómo funcionan y es dimensional, de acuerdo a las actividades del huésped y necesidades del hotel. Para la elaboración del programa arquitectónico se recurrió al trabajo y asesoría de un arquitecto el cual llevo a cabo la realización del anteproyecto determinando, las dimensiones y espacios funcionales de acuerdo a la demanda insatisfecha, antes determinada.

Las normas, reglamentos y esquemas de funcionamiento se apegarán a los espacios en que se reutilizarán las remodelaciones, con el objeto de conservar hasta donde sea posible el estado actual del casco de la Hacienda

ESPACIOS DE HABITACIONES

La superficie neta total de las habitaciones excluyendo baño, vestíbulo y closet, deberá ser igual o aproximada a la mitad de la superficie total del piso en que se encuentra. El área neta en metros cuadrados de la habitación tipo es

Cuarto	30.00
Vestidor	4.00
Baño c/ducto	6.00
Total	40.00 m ²

La iluminación y ventilación de cada espacio serán cuidadosamente resueltas y se tratarán que sean naturales utilizando la orientación más conveniente para cada caso en especial.

La superficie de baño closet y vestíbulo es de aproximadamente 12m²

ESPACIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

- 1) Cocina principal. Será de 20 a 30% de la superficie de la suma de todos los lugares a los que da servicio. Debe de contar con una buena ventilación y una orientación norte de preferencia. Superficie total de servicio 825m² área total de cocina 250m²
- 2) Comedores. Tendrán la capacidad de dar servicio al número de huéspedes entre dos. y el área requerida para cada asiento es de 1.50m². El total de huéspedes es de 320. el área requerida para restaurantes será de 240m², aproximadamente.
- 3) Lobby bar. El espacio asignado es de .40m² por cuarto y el área requerida por asiento es de 1.65m². Este tendrá la posibilidad de sacar mesas al patio provisionalmente. Área requerida para Lobby bar es de 65m² aproximadamente.
- 4) Salón de banquetes (o usos múltiples). Contará con un espacio para almacenar el equipo del salón (mesas, sillas, tarimas, etc.) que será igual al 10% del área del salón. El espacio asignado por persona es de 1.80 a 2.50m² por cuarto. El área requerida para esto será de 400m², aproximadamente.
- 5) Comedor de empleados. El número de asientos será igual a la mitad del número de empleados que tienen derecho a esta prestación. el espacio necesario incluyendo la barra de servicio es de .30m² por cuarto. El área total será de 48m², aproximadamente.
- 6) Almacén de alimentos. En este lugar se guardan utensilios y suministros. Se subdividen de la siguiente manera:
 - a) Almacén de alimentos de consumo duradero (conservas, cereales, pastas, etc.)
 - b) Almacén de alimentos de consumo inmediato (verdura, leche, pan, etc.)
 - c) Refrigeradores, congeladores y frigoríficos. Se requiere de .40 al .60m² por habitación.Por lo tanto tendremos un área de 64 a 96m², aproximadamente.
- 7) Almacén de bebidas. Es recomendable destinar un espacio para almacenar bebidas cuyo acceso estará limitado al personal autorizado únicamente. Puede haber locales separados para vinos, licores, aguardientes, cervezas y refrescos. El espacio asignado es de .25m² por habitación si sólo se almacenan vinos, licores y aguardientes, y .35m² por habitación si se incluyen cervezas y refrescos. El área requerida para el almacén de bebidas es de 56m²
- 8) Recepción de mercancías. Debe existir un espacio suficiente para estantería, básculas, archivo y escritorio. Las dimensiones del local dependen de las características del hotel. El espacio asignado es de .15m². por habitación el área requerida será de 24m²

9) Cuarto de basura. Es indispensable este lugar, para no obstruir algún otro con diferente destino y demeritar el buen servicio, el espacio asignado es de .12m² por habitación, el área requerida para el cuarto de basura será de 20m²

ESPACIOS ÁREAS PÚBLICAS

1) Escaleras. Van de acuerdo al número de habitaciones por piso. En general bastan dos escaleras si no hay más de cuarenta cuartos por piso. Deben tener 1.80m. de ancho como mínimo

2) Lobby y Recepción. Varía entre .25 y 1.35 m² por cuarto, el mostrador tendrá el largo según el número de habitaciones.

50 Habitaciones 3.00 ml.

100 Habitaciones 4.50 ml.

200 Habitaciones 6.00 ml.

400 Habitaciones 8.00 ml.

El hotel contará con 160 habitaciones, por lo tanto el mostrador tendrá 6.00 ml.

Deberá existir una caja de cobranzas que de servicio al público, así como una pequeña bóveda o caja de seguridad para uso del huésped, el área requerida es de 96m².

3) Baños públicos. Deben estar situados de forma que sean servicios para el huésped y clientes del restaurante bar, pero que no sean accesibles a personas de la calle, el espacio asignado será de .17m² por cuarto para hombres y .15m² por cuarto para mujeres, el área requerida será de 27m² y 24m², respectivamente

4) Alberca. Contará con chapoteadero y un área de recolección y entrega de toallas exclusivamente para la zona de la alberca, el área total de albercas mide 515 m²

5) Contará con un área de golfito, localizado dentro del área de la zona recreativa

6) Juegos de niños. Habrá un arenero, zona de columpios y juegos infantiles.

7) Pasillos. Tendrán como mínimo 1.80m de ancho

8) Salón de usos múltiples. Habrá juego de mesa como ping-pong, billar carambola, futbolito, etc.

9) Capilla. Se conservará como atracción con posibilidades de dar servicio como tal.

10) Áreas exteriores. Contarán con viveros para ayuda de la misma hacienda, fuentes y jardines diseñados

CONCESIONES

- 1) Tabaquería. Su área depende de los servicios prestados y de la cantidad de artículos a exhibir se. El área requerida será de $9m^2$, aproximadamente.
- 2) Farmacia. El área requerida será de $9m^2$, aproximadamente.
- 3) Librería. Se piensa en esta con el objeto de fomentar la lectura en el lugar. El área requerida será de $18m^2$, aproximadamente.

ESPACIOS DE SERVICIOS GENERALES

- 1) Gerencia. Contará con una oficina para el Gerente, un espacio para una secretaria y una sala de espera, su área requerida será de $30m^2$, aproximadamente
- 2) Oficina General. Contará con el espacio necesario para un contador, un auxiliar y secretaria, archivo papelería y copias, baños hombres y mujeres y cafetería. El área requerida será de $75m^2$.
- 3) Ropería Central. El espacio asignado varía de .40 a .81 m^2 por habitación e incluye la oficina del ama de llaves, sección de objetos perdidos, lugar para guardar blancos, mostrador para entrega de los mismos, máquina de coser y uniformes. El área requerida será de $130m^2$
- 4) Lavandería. El espacio asignado es de .45 m^2 por habitación y debe de estar comunicada con Ropería Central. El área requerida será de $72m^2$
- 5) Baños y Vestidores. El espacio asignado varía de .50 a .70 m^2 por habitación, se reparte el 35% para baños y el 65% para casilleros. El área total requerida será de $112m^2$.
- 6) Mantenimiento y Reparación. El espacio asignado es de .63 m^2 por habitación. El área requerida será de $100m^2$.
- 7) Almacén General. El espacio asignado es de 1.14 m^2 por habitación. El área requerida será de $182m^2$.
- 8) Calderas. El sistema de calentamiento de agua será a base de calderas (generadores de vapor), su capacidad dependerá del uso, clima, tipo de caldera y capacidad de equipos auxiliares. Las dimensiones del cuarto están determinadas en el reglamento de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Por las características en las que se encuentra el hotel se considera un área de $100m^2$, aproximadamente.
- 9) Tanques de Combustible. El espacio designado es de .20 m^2 por habitación, el área requerida será de $32m^2$.

10) Instalación eléctrica. Los interruptores para la iluminación general deben de estar siempre cerca de la puerta de entrada. En este punto también se debe de localizar el interruptor para la iluminación del vestíbulo. Deben existir dos circuitos diferentes de modo que la habitación no quede completamente a oscuras, cerca de la cama se podrá interrumpir toda la habitación, habrá salida para T.V. y F.M. en lugares convenientes, en el baño es usual la luz neón y contactos.

a). Subestación eléctrica. Lugar donde baja la tensión eléctrica a base de transformadores. El espacio asignado es de .20m² por habitación y su área requerida será de 35m²

b). Planta de emergencia. Se utiliza únicamente para iluminar pasillos y espacios que no pueden quedarse sin electricidad. Las dimensiones serán según especificaciones del proveedor. Se consideran 20m², aproximadamente

11) Servicios contra incendios. Tomando en cuenta que este sistema será a base de extinguidores, estos serán colocados en lugares fácilmente accesibles y con señalamientos que indiquen su ubicación de tal manera que no se encuentren a mayor distancia de 30m. entre uno y otro según nos marca el Reglamento de Construcción para el Distrito Federal.

12) Estacionamiento. El número mínimo según el Reglamento del Departamento del Distrito Federal son:

1 Cajón por cada habitación	si son 8 habitaciones
1 Cajón por cada 4 habitaciones	si estos son menos de 20
1 Cajón por cada 4 asientos	Para restaurante, bares y cafetería, vendan o no bebidas alcohólicas

La demanda total será la suma de cada uno de los giros. Habrá cajones grandes de 5 x 2.50m.(50%) y cajones chicos de 4.50 x 2.50 m. (50%). El total de cajones requeridos será de 52 grandes y 52 chicos. Contará con espacio para estacionar 3 autobuses foráneos de 3 x 12m. Los pisos serán empedrados o pavimentados. En zonas rurales, apisonados o consolidado y recubiertos con una capa de grava fina. Deberán instalarse topes. La circulación exige un ancho de 3m., para dos carriles se requieren de 6m. El radio de giro de un automóvil es de 4.35 a 6.35m.; camiones de 9m como mínimo.

13) Casa del vigilante. Contará con un área de dormitorio, un baño y una estancia. El área requerida será de 35m².

Nota: Todas las especificaciones de dimensionamiento de espacios están de acuerdo a las normas de FONATUR.

1.1. DIMENSIONES

1. ÁREA DE HABITACIONES

Habitación	Cantidad	m ² /Hab	TOTAL m ²
HABITACION DOBLE	102	40	4080
HABITACION KING	16	40	640
JUNIOR SUITE	38	60	2280
MASTER SUITE	3	80	240
SUITE PRESIDENCIAL	1	120	120
TERRAZAS		9	1520
CIRCULACIÓN HAB		4.50	720
TOTAL ÁREA DE HABITACIONES	160		9600

2. ÁREAS PÚBLICAS

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
PORTICO DE ACCESO	1.35	216
LOBBY (80 PERSONAS) Área de recepción, Front-desk, Conserje, Caja de seguridad, Centro de comunicación y equipaje.	.60	96
LOBBY-BAR (35 ASIENTOS)	.40	64
TERRAZA	.35	56
RESTAURANTE (160 ASIENTOS)	1.50	240
BAR (64 ASIENTOS)	.70	112
SANITARIOS PÚBLICOS	.35	56
SALÓN DE CONVENCIONES (300 ASIENTOS)	1.90	304
Pantry	.15	24
Almacén	.30	48
Sanitarios	.30	48
SUBTOTAL	2.65	424

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
BAR DE ALBERCA	.30	48
CIRCULACION DE AREAS PUBLICAS	2.85	456
TOTAL AREAS PUBLICAS	10.95	1800

3. ÁREAS ADMINISTRATIVAS

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
OFICINAS ADMINISTRATIVAS		
OFICINA GERENTE GENERAL (Secretaria y Sala de espera)	.20	32
OFICINAS GENERALES (Contador, Administrador, área de archivo, copias y papelería, baños hombres y mujeres, cafetería, área secretarias y conmutador)	.60	96
TOTAL AREAS ADMINISTRATIVAS	.80	128

4. ÁREA DE CONCESIONES

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
PELUQUERIA	.16	25.60
FARMACIA	.05	8
TABAQUERIA Y REGALOS	.05	8
LIBRERIA	.12	19.20
OFICINA DE EVENTOS ESPECIALES	.08	12.80
TOTAL AREAS CONCESIONES	.46	76.30

5. ÁREA DE SERVICIOS

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
<u>COCINA PRINCIPAL</u>		
COCINA	1.40	224
OFICINA DEL CHEF	.08	12.80
REFRIGERACION Y CONGELACION	.22	35.20
BODEGA DE EMBOTELLADOS	.18	28.80
ALMACEN	.30	48.00
SANITARIOS	.03	4.80
CONTROL	.02	3.20
SERVICIO A CUARTOS	.10	16.00
SUBTOTAL COCINA PRINCIPAL	2.33	372.80
SERVICIO A CUARTOS DE PISO	.60	96.00
COCINA APOYO CONVENCIONES	.20	32.00
COMEDOR DE EMPLEADOS	.30	48.00
<u>LAVANDERIA Y TINTORERIA</u>		
RECIBO	.02	3.20
AREA ROPA SUCIA	.05	8.00
BODEGA	.06	9.60
AREA DE LAVADO Y PLANCHADO	.32	51.20
SUBTOTAL LAVANDERIA	.45	72.00

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
<u>ROPERIA CENTRAL</u>		
OFICINA DE AMA DE LLAVES	.06	9.60
BODEGA DE AMA DE LLAVES	.06	9.60
AREA ROPA NUEVA	.12	19.20
AREA ROPA LIMPIA	.30	48.00
UNIFORMES	.10	16.00
ENTREGA ROPA LIMPIA	.08	12.80
EQUIPO DE U.M.A.	.10	16.00
SUBTOTAL ROPERIA CENTRAL	.82	131.20
ROPERIA DE ALBERCA	.12	19.20
ROPERIA DE PISO	.70	112.00
<u>BANOS VESTIDORES</u>		
BANOS VESTIDORES HOMBRES	.40	64.00
BANOS VESTIDORES MUJERES	.30	48.00
SUBTOTAL BANOS VESTIDORES	.70	112.00
<u>ALMACEN GENERAL</u>		
OFICINA ALMACEN	.06	9.60
VIGILANCIA Y RELOJ CHECADOR	.04	6.40
OFICINA DE COMPRAS Y RECIBO	.05	8.00
ALMACEN	.40	64.00
BODEGA DE CAJAS	.15	24.00
SUBTOTAL ALMACEN GENERAL	.70	112.00

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
<i>CUARTO DE MAQUINAS</i>		
OFICINA DE INGENIERIA Y MANT	.08	12.80
TALLERES DE MANTENIMIENTO	.50	80.00
BODEGA DE TALLERES	.13	20.80
EQUIPO Electromecánico, paneles eléctricos. Planta de Emergencia, subestación eléctrica, cuarto de bombas, calderas, almacenes, control y seguridad.	1.31	209.60
SUBTOTAL CUARTO DE MAQUINAS Y MANT.	2.02	323.20
SERVICIO MEDICO CON BANO	.12	19.20
ENTREGA DE TOALLAS	.12	19.20
CIRCULACION DE SERVICIOS	2.65	424.00
CASETA DE CONTROL CON BANO	.04	6.40
<i>BASURA</i>		
BASURA SECA	.08	12.80
BASURA HUMEDA	.05	8.00
BASURA EN REFRIGERACION	.09	14.40
GUARDADO Y LAVADO DE BOTES	.08	12.80
SUBTOTAL AREA DE BASURA	.30	48.00
ANDEN DE CARGA Y DESCARGA	.50	80.00
PATIO DE MANIOBRAS	1.90	304.00
<i>CISTERNA</i>		
TOTAL AREA DE SERVICIOS		2331.20

6. ÁREAS RECREATIVAS

AREA	m ² /Hab	TOTAL m ²
SALON DE JUEGOS	1.00	160
CANCHAS DE TENIS		1340
CANCHA DE BASQUETEBOL		264
ALBERCAS		
ALBERCA PRINCIPAL		350
CHAPOTEADERO		45
CUARTO DE FILTROS Y BOMBAS		30
BODEGA DE ALBERCAS		50
SANITARIOS		40
ASOLEADORES, TERRAZAS Y JARDINES (DE ACUERDO AL PROYECTO)		
SUBTOTAL ALBERCAS		515
TOTAL AREAS RECREATIVAS		2279

7. ÁREA DE ESTACIONAMIENTO

	m ²
AUTOMÓVILES GRANDES (50)	625
AUTOMÓVILES CHICOS (50)	562.50
AUTOBUSES (3)	108
CIRCULACION	840
TOTAL ÁREA DE ESTACIONAMIENTO	2135.50

RECAPITULACIÓN

AREA	m2	%
1. AREAS DE HABITACIONES	9600	52.31
2. AREAS PUBLICAS	1800	9.81
3. AREAS ADMINISTRATIVAS	128	.70
4. AREAS DE CONCESIONES	76.30	.42
5. AREAS DE SERVICIOS	2331.20	12.70
6. AREAS RECREATIVAS	2279	12.42
7. AREAS DE ESTACIONAMIENTO	2135.50	11.64
TOTAL	18350	100

1.2. DISEÑO

El proyecto a desarrollar en la Ex-hacienda de San Gabriel, es un hotel de cuatro estrellas, con una superficie total aproximada de 46.000m² entre áreas públicas de servicios y habitaciones, incluyendo áreas exteriores las cuales serán adecuadas a las existentes.

El acceso será por un costado del mismo, para poder respetar las actuales y conservar su imagen, por otra parte el emplazamiento de las áreas públicas y de servicios se realizará dentro de los espacios existentes acoplándolos de la mejor manera posible, tratando de modificar al mínimo el estilo arquitectónico. El área de habitaciones contará con 160 llaves entre cuartos y suites especiales, estas se harán en un edificio nuevo con las condiciones del estilo de la hacienda y el buen funcionamiento del mismo.

Teniendo en consideración que los espacios existentes son generosos se tomará como parámetro normativo la calidad más que la cantidad sin que esto nos saque de proporciones. Con esto se pretende dar un servicio de excelente calidad en donde lo primordial es tener al huésped satisfecho, el cual pagará lo que se pretende por estos servicios si son realmente buenos y más aún regresara.

Las áreas públicas se albergarán en los edificios con la orientación más favorable y las mejores vistas a los jardines, sin descuidar los requerimientos indispensables para cada área en específico.

Por el contrario las áreas de servicios ocuparán las zonas más desfavorables para las áreas públicas, las cuales se adecuarán de acuerdo a su función para poder dar el mejor rendimiento, y sin que por esto puedan dejar de tener una buena ubicación para sus fines.

El edificio de habitaciones será como antiguamente se edificaban al rededor de un patio o atrio central en forma de "u" con solo dos niveles, el cual estará abierto con vista hacia la casa grande creando un eje visual y de simetría con el conjunto actual, la altura del edificio no será mayor que la casa grande con el fin de no competir con esta.

1.2.1. CONCEPTO.

Adaptarse a una edificación existente, demanda en todos los casos de un criterio y juicio que paralelamente a las intenciones del proyecto sean determinantes en el desarrollo y culminación de este último. Lo que para unos es adaptación para otros es confusión, es por ello que desde sus inicios, una intención proyectual, hasta en los últimos detalles debe apoyarse en ese camino elegido, de tal modo que el producto final sea claro en su lectura y categórico en sus intenciones.

Para efectos de este trabajo se destacan tres caminos o medios para lograr dicha adaptación, que en términos generales son:

1. Copiar o imitar un estilo o tipología de arquitectura hasta el punto de no poder distinguir entre lo remodelado y lo antiguo.
2. Tomar y reinterpretar elementos de composición, proporciones, colores, formas, tipos y lenguajes que fueron utilizados en el pasado y revalorizar el diseño por medio de una aportación ya sea de materiales o sistemas constructivos de nuestra época, obteniendo así una relación de constantes y lograr un equilibrio estético a fin de establecer un diálogo entre el edificio antiguo y el nuevo.
3. Romper por completo cualquier parecido con lo ya existente y probar que con solo una lista de necesidades (climáticas, sociales, funcionales y formales) del momento histórico actual, se puede hacer una mejor arquitectura que la ya existente la cual responde a una época pasada.

Por las condiciones históricas de la ex-hacienda de San Gabriel optamos por el punto dos (mimetismo); en virtud de que el proyecto pretende integrarse al edificio antiguo, sin que por ello compita el uno con el otro y exista la necesidad de afectarlo. Es importante conservar la imagen de un edificio autosuficiente tanto social como formalmente hablado. Es justo respetar el valor del edificio, no competir con él ni restarle presencia, valor o carácter, a su vez, es importante traer una imagen de "estado actual" de la ex-hacienda, hasta atravesar el caso y así poco a poco ir descubriendo la zona nueva del proyecto pero no por contraste sino por mimetización dando la sensación de que es el mismo espacio pero en otra época.

Se pretenden crear puntos de atracción, volúmenes que dialoguen con los ya existentes, retomar ejes, espacios, lenguajes ya establecidos de tal forma que ambos muestren valores arquitectónicos que despierten la atención del turista por igual.

2. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Para facilitar el manejo de las cifras, y debido a que la información de costos se obtuvo en dólares, todas las cifras serán en dólares. Además de considerar que en un futuro pueda ser útil el proyecto sólo se actualiza al tipo de cambio, así como también para una inversión extranjera.

2.1. TERRENO

El proyecto a desarrollar en la ex-hacienda de San Gabriel, cuenta con una superficie total de 46,000m² entre áreas públicas de servicios y habitaciones, incluyendo áreas exteriores las cuales serán adecuadas a las existentes. El costo del terreno es de **1,485,035.dls.**

2. 2. COSTO DE OBRAS CIVILES

El costo de las obras está determinado por los metros cuadrados de construcción que son 18,350m² multiplicado por el precio del metro cuadrado que es de **485.57.dls.** para efectos de hoteles de cuatro estrellas.

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

El edificio nuevo de habitaciones tendrá un costo de **4,661,472.dls.**

La remodelación del edificio de la Hacienda da un total de **4,248,738.dls.** el cual incluye áreas exteriores, lo cual da un total de **8,910,210.dls**

2.3. EQUIPO

Se considera como equipo a todos los instrumentos mecánicos que son imprescindibles para el buen servicio del 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 **1,930,546.dls**

2.4. MOBILIARIO

Este punto comprende todos los muebles necesarios para la operación del hotel tanto el administración, recepción, hospedaje, bar, restaurantes, mantenimiento y áreas verdes. Lo que da un total de **1,485,035.dls**

2.5. LENCERÍA Y CRISTALERÍA

Para este rubro se designarán **1,336,532.dls.** ya que comprende de blancos(toallas, manteles, etc.), lencería y cristalería (vajillas, ceniceros, etc.).

2.6. DIFERIDOS

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

Preoperativos: **742,518.dls.**

2.7. CAPITAL DE TRABAJO

Estará integrado por el efectivo en caja, sueldos y salarios, gastos departamentales, cuyo monto ascenderá a **594,014.dls.**al mes.

2.8. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	DLS.
INVERSIÓN FIJA	
TERRENO	1,485,035.
EDIFICACIONES	8,910,210.
EQUIPOS FIJOS	1,930,546.
MOBILIARIO	1,485,035.
LENCERIA Y CRISTALERIA	1,336,532.
INVERSIÓN DIFERIDA	
PREOPERATIVOS	742,518.
CAPITAL DE TRABAJO	594,014.
INVERSIÓN TOTAL	16,483,890.

NOTA: Ver Anexo de Requerimiento de Mobiliario y Equipo

V. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se analizan todos los recursos financieros de los que tendría que disponer la empresa para su desarrollo.

1 ESTRUCTURA DEL CAPITAL.

Necesidad de Capital	100	16483890
Capital social	100	16483890
Relacionario	95	15899876
Avo	5	594014

FUENTE: Cálculos propios

De acuerdo a la estructura de capital no hay necesidad de crédito, ya que no existe financiamiento.

2 TABLA DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.

(Cifras en D/ls)

CONCEPTO	VALOR	VIDA ÚTIL (AÑOS)	TASA DE DEPRECIACIÓN (%)	CANTIDAD
DEPRECIACIÓN				
Edificaciones	8910270	10	5%	445511
Equipos Fijos	1930545	10	10%	193055
Mobiliario y Dec	1485035	10	10%	148504
Equipos de Oper.	1336532	10	10%	133653
				920722
AMORTIZACIÓN				
G/los. Preoperat.	742518	10	10%	74252
TOTAL				994974

FUENTE: Cálculos propios.

COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES**REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.**

Dentro del área administrativa son necesarias 13 personas las cuales ocupan los siguientes puestos: Un gerente general, un contador, un auxiliar contable, dos secretarías, cuatro recepcionistas, dos telefonistas, un gerente de reservaciones, y un gerente de alimentos y bebidas. Dentro del área de servicio se ocuparan 66 personas las cuales ocuparan los siguientes puestos: Una ama de llaves, dieciocho camaristas, cinco bell boy, cuatro mozos, seis para lavandería y lintería, seis de mantenimiento, cuatro de seguridad, dos Chef, cuatro cocineros, cuatro lava platos, dos barman, un capitán de meseros, doce meceros (ocho para el restaurante y cuatro para el bar), y tres cajeros. Sus salarios serán determinados en las diferentes áreas de acuerdo a las ventas totales para cada uno.

Estimación de Costos y Gastos.**COSTOS**

POR HOSPEDAJE Se estimó un 20% sobre las ventas totales de hospedaje. El cuál se incrementará un 10% anual de acuerdo a la capacidad operativa del hotel.

POR RESTAURANTE. Se considera el 25% sobre las ventas totales de esta área. Se incrementa en la misma medida que la anterior.

POR BAR. Se considera el 20% sobre las ventas de esta área. Cifra que se incrementará de acuerdo a la capacidad operativa.

POR OTROS SERVICIOS. En este rubro se estimó un 3% sobre las ventas totales de otros ingresos.

GASTOS

POR PROMOCION Y PUBLICIDAD. Se designó el 6.5% sobre las ventas de hospedaje.

POR AREA ADMINISTRATIVA. Se designó el 4% sobre las ventas de hospedaje.

POR DEPTO. DE MANTENIMIENTO. Se designó el 3% sobre las ventas de hospedaje.

GASTOS DE ENERGIA ELECTRICA. Se designó el 10% sobre las ventas de hospedaje.

COMBUSTIBLE Y AGUA. Se destinó un 10% de las ventas de hospedaje.

OTROS GASTOS. Se asignó el 1% sobre las ventas de hospedaje.

CONCENTRADO DE COSTOS Y GASTOS.

(Cifras en Dls)

CONCEPTO	AÑOS DE OPERACION			
	1979	1980	1981	1982
COSTOS.				
HOSPEDAJE.	259359	330325	377514	471893
RESTAURANTE	152373	194066	221790	277237
BAR	90776	115614	132130	165163
OTROS	7781	9910	11325	14157
SUB-TOTAL	510288	649914	742759	928449
GASTOS				
PROMOCION Y PUBLICIDAD	110227	140388	160444	200554
AREA ADMON	51872	66065	75503	94379
MANTENIMIENTO	38904	49549	56627	70784
ENERGIA ELEC	129679	165163	188757	235946
OTROS GASTOS	12968	16516	18876	23595
SUB-TOTAL	343650	437681	500206	629258
TOTAL	853938	1087595	1242965	1553707

FUENTE: Calculos propios

Nota: Los costos y gastos por mano de obra ya estan considerados dentro del porcentaje de cada concepto al correspondiente

4

PRONOSTICO DE INGRESO ANUAL POR HOSPEDAJE

(Cifras en Dls)

CONCEPTO	Nº DE CUARTOS	CUARTOS P/ AÑO	TARIFA P/NOCHE	TOTAL ANUAL
HAB DOBLE	102	37230	36	1329643
HAB KING	16	5840	43	250286
SUITE JUNIOR	38	13870	50	693500
SUITE MASTER	3	1095	57	62671
SUITE PRESIDENCIAL	1	365	64	23464
TOTAL		58400		2833464

FUENTE: Calculos propios

INGRESO ANUAL POR RESTAURANTE Y BAR

(Cifras en Dls.)

CONCEPTO	ANUAL	%
INGRESOS POR HOSPEDAJE	2359464	100%
INGRESOS POR ALIMENTOS	1108948	47%
INGRESOS POR BEBIDAS	825813	35%
OTROS INGRESOS	471893	20%

FUENTE: Cálculos propios

CURVA DE APRENDIZAJE.

(Cuartos)

AÑOS	CAPACIDAD					
	APROVECHADA					
	%	HAB. DOBLE	HAB. KING	SUITE JUNIOR	SUITE MASTER	SUITE PRESIDENCIAL
1	60%	22338	3504	8322	657	219
2	70%	26061	4088	9709	767	256
3	80%	29784	4672	11096	876	292
4 A 10	100%	37230	5840	13870	1095	365

FUENTE: Cálculos propios

PRESUPUESTO DE VENTAS POR HOSPEDAJE.

(Cifras en Dls.)

CONCEPTO				
HAB DOBLE	797766	930750	1063714	1329643
HAB KING	150171	175200	200229	250286
SUITE JUNIOR	297214	485450	554800	693500
SUITE MASTER	37543	43800	50057	62571
SUITE PRESIDENCIAL	14079	16425	18771	23464
ING.HOSPEDAJE.	1296793	1651625	1887571	2359464

FUENTE: Cálculos propios

CONCENTRADO DE INGRESOS DEL HOTEL.

(Cifras en Dís)

CONCEPTO				
ING. HOSPEDAJE	1296793	1851625	1887571	2359484
ING. ALIMENTOS	609493	776264	887159	1108948
ING. BEBIDAS	453878	578069	660650	825813
OTROS ING.	259359	330325	377514	471893
TOTAL ING.	2619522	3336283	3812894	4766118

FUENTE: Cálculos propios

5

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 de operación en los que incurre la empresa en cada año que opera, así como el señalamiento de la capacidad instalada en que se encuentran.

Considerando la fórmula siguiente:

$$Pe = \frac{C.F.}{1 - C.V./V.T.}$$

Pe = Punto de equilibrio

C.F. = Costos Fijos

C.V. = Costos Variables

V.T. = Ventas Totales

Los resultados obtenidos se presentan en el siguiente cuadro del Cálculo del Punto de Equilibrio Operativo

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO
(Cifras en Dls)

CONCEPTO	AÑOS DE OPERACIÓN				
	2011	2012	2013	2014	2015
Costos Fijos	510288	649914	742759	928449	928449
Costos Variables	343650	437691	500206	625258	625258
Ventas totales	2619522	3336283	3812894	4766118	4766118
f - CV / VT	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33
Ventas de Equilibrio	1562633	1990205	2274520	2843150	2843150
Punto de Equilibrio				60	

FUENTE: Cálculos Propios

NOTA: VER GRAFICA EN ANEXOS

6.1. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.

(Cifras en Dls)

VENTAS TOTALES	2819522	3338283	3812894	4768118	4768118	4768118	4768118	4768118	4768118	4768118	4768118
HOSPEDAJES	1296793	1651625	1887571	2359464	2359464	2359464	2359464	2359464	2359464	2359464	2359464
RESTAURANTE	609493	776264	887159	1108948	1108948	1108948	1108948	1108948	1108948	1108948	1108948
BAR	453878	578069	660650	825813	825813	825813	825813	825813	825813	825813	825813
OTROS	259359	330325	377514	471893	471893	471893	471893	471893	471893	471893	471893
CIQTO. DE OPERAC.	610286	649914	742759	928449	928449	928449	928449	928449	928449	928449	928449
HOSPEDAJES	259359	330325	377514	471893	471893	471893	471893	471893	471893	471893	471893
RESTAURANTE	152373	194066	221790	277237	277237	277237	277237	277237	277237	277237	277237
BAR	90776	115614	132130	165163	165163	165163	165163	165163	165163	165163	165163
OTROS	7781	9510	11325	14157	14157	14157	14157	14157	14157	14157	14157
CIQTO. DE OPERAC.	343650	437681	500206	625258	625258	625258	625258	625258	625258	625258	625258
PROMOCION Y PUB	110227	140388	160444	200554	200554	200554	200554	200554	200554	200554	200554
AREA ADMON	51872	66065	75503	94379	94379	94379	94379	94379	94379	94379	94379
MANTENIMIENTO	38904	49549	56627	70784	70784	70784	70784	70784	70784	70784	70784
ENERGIA ELEC.	129679	165163	188757	235946	235946	235946	235946	235946	235946	235946	235946
OTROS GASTOS	12968	16516	18876	23595	23595	23595	23595	23595	23595	23595	23595
CIJUTL. DE OPERAC.	1765683	2248687	2569929	3212411	3212411	3212411	3212411	3212411	3212411	3212411	3212411
BIQTO. FINANCIERO											
BIQDEPR. AMOR.	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974
BIJUTI. A TIEMPOESTO.	770609	1283713	1574955	2217437	2217437	2217437	2217437	2217437	2217437	2217437	2217437
BIJ.S.R. (35%)	269713	438800	551234	776103	776103	776103	776103	776103	776103	776103	776103
BIJ.P.T.U. (10%)	77061	125371	157495	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744
BIJOTIDUO NETO	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839	2199839

FUENTE: Cálculos propios

6.2. FLUJO DE EFECTIVO PROFORMA.

(Cifras en Ds)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENTRADAS	16483890	3213536	5171869	6829670	8982237	10286377	11525269	12764161	14003053	15241945	16480837
Aportación Social.	16483890										
Créditos Bancarios											
Clientes / Doc.											
Ventas Contado.		2519522	3336263	3812894	4766118	4766118	4766118	4766118	4766118	4766118	4766118
I.V.A. por Cobrar											
Otros											
Caja inicial		594014	1835583	3016776	4217119	5520259	6759151	7998043	9236935	10475827	11714719
Z SALIDAS	15889876	1377953	2155090	2612551	3462978	3527226	3527226	3527226	3527226	3527226	3771144
Inv. Fija	15147358										
Inv. Diferida	742518										
Inventarios											
Costo de Prod.		510268	649914	742759	928449	928449	928449	928449	928449	928449	928449
Glos. de Admón.		343650	437681	500206	625258	625258	625258	625258	625258	625258	625258
Glos. Financieros											
P. T. U.			77061	125371	157495	221744	221744	221744	221744	221744	221744
I. S. R.		269713	438800	551234	776103	776103	776103	776103	776103	776103	776103
Proveedores											
I.V.A. al comprar											
I.V.A. por pagar											
AMORT. PRINCIPAL											
Dividendos		254301	551634	692980	975672	975672	975672	975672	975672	975672	1215990
SALDO	594014	1835583	3016776	4217119	5520259	6759151	7998043	9236935	10475827	11714719	12705693

FUENTE: Cálculos propios

6.3. ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS.

(Cifras en Dts.)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1 ORIGENES: (2+3)	16483890	1495870	1809888	2018694	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308	2436308
2 Generación interna:		1418809	1684518	1861199	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564	2214564
Utilidad Neta		423035	689542	866225	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590	1219590
Depreciación y amortización		994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974
3 Recursos aportados	16483890	77061	125371	157495	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744
Capital Social	16483890													
Crédito Interbancario														
Otros orígenes de recursos		77061	125371	157495	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744
4 Aplicaciones (5+6)	15689876	254301	628695	818351	1133168	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1441334
5 Adquisiciones de activos	15889876													
Circulantes (1)														
Fijos	15147258													
Deudados	742518													
6 Reducción de pasivos:		254301	628695	818351	1133168	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1197416	1441334
Largo Plazo														
Corto plazo		77061	125371	157495	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744	221744
Dividendos	254301	551634	692980	975672	975672	975672	975672	975672	975672	975672	975672	975672	975672	1219590
Otras aplicaciones de recursos														
7 Caja al Inicio		594014	1835583	3016776	4217119	5520259	6759151	7998043	8236935	10475827	11714719			
8 Superavit o déficit (1-4)	594014	1241589	1181193	1200343	1303140	1238892	1238892	1238892	1238892	1238892	1238892	994974		
9 Caja al final (7+8)	594014	1835583	3016776	4217119	5520259	6759151	7998043	8236935	10475827	11714719	12709693			

FUENTE: Cálculos propios

6.4. BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL
(Cifras en Dls.)

CONCEPTO	AÑOS		PERIODO	
	1994	1995	1994	1995
ACTIVO			PASIVO	
CIRCULANTE			CIRCULANTE	
Caja y Bancos	594014	1835583	Proveedores	
Cuentas por cobrar			Acreedores	
Inventarios			Créditos bancarios	
Otros Activos			Otros Impuestos y	
1 Activo Circulante	594014	1835583	PTU por pagar	77061
FLUJO			4 Pasivo circul.	0
Terrenos	1485035			77061
Edificios y Cons	8910210		FLUJO	
Maquinaria y equipo	1930546		Crédito Líneas Globales	
Instalaciones			Crédito banco intermed	
Mobiliario y equipo	1485035		Otros	
Equipo de transporte			5 Pasivo fijo	0
Otros activos	1336532			0
Actualizac. de activos			CAPITAL CONTA	
Deprec. acumulada		-920722	Capital Social	16483890
Deprec. del ejercicio			Reserva Legal	16483890
2 Activo fijo	15147358	14226636	Result. acumulados	
DIFERIDO			Result. del ejercicio	423835
Glos. de organizac.			Divid. acumulados	-254301
Glos. preoperativos	742516		7 Capital Contable	16483890
Otros				16653424
Amortiz. acumulada		-74252		
3 Activo Diferido	742518	668266		
Activos	16483890	16730489	Pasivo y Capital	16483890
				16730489

FUENTE: Cálculos propios.

VI. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

A partir del estudio financiero elaboramos la evaluación del proyecto el cual lo iniciamos con el análisis VAN:

1 VALOR PRESENTE NETO.

Para el cálculo del Valor Presente Neto o VAN necesitamos calcular el Flujo Neto de Efectivo.

FNE= UTILIDAD NETA + DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

CALCULO DEL FLUJO NETO DE EFECTIVO

(Cifras en Dís)

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UTILIDAD NETA										218590
GTOS. FINANCIEROS										
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974	994974
FNE				214564	214564	214564	214564	214564	214564	214564

FUENTE: Cálculos propios.

CALCULO DEL VAN

(Cifras en Dís)

#AÑO/CONCEPTO		2.0%	
0	-16483890	1.00000	-16483890
1	1418809	0.98039	1390989
2	1684516	0.96117	1619109
3	1861199	0.94232	1753849
4	2214564	0.92385	2045915
5	2214564	0.90573	2005799
6	2214564	0.88797	1966470
7	2214564	0.87056	1927911
8	2214564	0.85349	1890109
9	2214564	0.83676	1853048
10	2214564	0.82035	1816714

FUENTE: Cálculos propios.

El VAN se calculo al 2% considerándolo para otro proyecto de inversión similar. Obteniendo un Van positivo de 1,786,020 Dís

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

(Cifras en Dls)

PERIODO	CONCEPTO	2.0%	3.0%	4%
0	-16483890	1.00000	-16483890	1.00000
1	1418809	0.98039	1390989	0.96154
2	1684516	0.96117	1619109	0.92456
3	1861199	0.94232	1753849	0.88900
4	2214564	0.92385	2045915	0.85480
5	2214564	0.90573	2005799	0.82193
6	2214564	0.88797	1966470	0.79031
7	2214564	0.87056	1927911	0.75992
8	2214564	0.85349	1890109	0.73069
9	2214564	0.83676	1853048	0.70256
10	2214564	0.82035	1816714	0.67556

FUENTE: Cálculos propios

Partiendo de la formula para el calculo de la T.I.R. obtenemos:

$$TIR = (1 + (2 - 1)) / (vpn1 / (vpn1 - vp2))$$

$$TIR = 2 + (4 - 2) / (1786020 / (1786020 - 91139))$$

$$TIR = 2 + (2) / (1786020 / 1877159)$$

$$T.I.R. = 2 + (2) / (0.96)$$

$$T.I.R. = 2 + 1.92$$

Se obtiene una TIR del 3.92 % comparando con la tasa Libor de 5.6% es una tasa baja, pero si consideramos que no hay financiamiento el proyecto es rentable

3

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

(Cifras en Dts.)

AÑO		
0	-16483890	-16483890
1	1418809	-15065081
2	1684516	-13380564
3	1851199	-11519365
4	2214564	-9304801
5	2214564	-7090237
6	2214564	-4875673
7	2214564	-2661109
8	2214564	-446545
	2214564	

FUENTE: Cálculos propios

El periodo de recuperación es bueno ya que se establece en los primeros 8 años de operación, y durante ese periodo no hay pérdidas

$$P.R.I.V. = N - 1 + (FANn-1) / FNn$$

Donde:

N: Año de cambio de valor

FANn-1: Flujo de efectivo acumulado descontado del año previo a

FNn: Flujo de descuento en el año de cambio.

$$P.R.I. = 9 - 1 + (-446545 / 2214564)$$

$$P.R.I. = 9 - 1 + (-,21)$$

$$P.R.I. = 8 + (-,21)$$

EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN ES EN 8 AÑOS.

4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad a través de los precios no se llevo a cabo ya que un aumento de precios llevaría al Hotel a quedar fuera de la competencia. Lo que se podría buscar es una disminución de la inversión, pero el desembolso mayor es la construcción del Hotel.

VII ORGANIZACIÓN

1. SELECCIÓN DE LA SOCIEDAD

Se cree más acertado que la empresa se rija bajo la Sociedad Anónima de Capital Variable , ya que resulta idónea para las expectativas del proyecto por los siguiente:

LA SOCIEDAD ANÓNIMA es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad, y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima de Capital Variable" o de su abreviatura "S.A. de C.V.".

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima de capital variable, se requiere:

1. Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
2. Que el capital social no sea menor de cincuenta millones de pesos y que esté íntegramente suscrito;
3. Que se exhiba en dinero en efectivo, cuando menos, el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario; y
4. Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

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 General de Sociedades Mercantiles.

En las sociedades de capital variable, el capital social será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios , y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones, sin más formalidades que las establecidas en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Las sociedades de Capital Variable se registrarán por las disposiciones que correspondan a la especie de sociedades de que se trata y por las de la sociedad anónima relativas a balance y responsabilidades de los administradores, salvo las siguientes modificaciones:

A la razón social o denominación propia del tipo de sociedad se añadirán siempre las palabras "de capital variable".

El contrato constitutivo de toda sociedad de capital variable deberá contener, además de las estipulaciones que correspondan a la naturaleza de la sociedad, las condiciones que se fijen para el aumento y la disminución del capital social que no podrá ser inferior al que fijan los artículos Artículo 62 y Artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El capital social nunca será inferior a tres millones de pesos; se dividirá en partes sociales que podrán ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de mil pesos o de un múltiplo de esta cantidad, y conforme a los requisitos necesarios para la constitución de una sociedad anónima mencionados en el inicio de este capítulo.

2. ESTRUCTURA JURIDICA

De acuerdo a la Ley General de Sociedades Mercantiles en su capítulo I, en el Artículo 60. nos dice:

La escritura constitutiva de una sociedad deberá contener :

- I. Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyen la sociedad;
- II. El objeto de la sociedad: Servicio de Hospedaje;
- III. Su razón social o denominación: "Hotel Hacienda San Gabriel, S.A. de C. V.";
- IV. Su duración : 99 años;
- V. El importe del capital social : 16,483,890. Dls.
- VI. La expresión de los que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; 5,494,630 Dls.(Tres Socios).
- VII. El domicilio de la sociedad: San Gabriel de las Palmas, Amacuzac Morelos.
- VIII. La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores : Contará con un Consejo de Administración.
- IX. El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.

X. La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad será : por dividendos repartiendo equitativamente el 35% de las utilidades netas entre los socios.

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

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

XIII. 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.

Todos los requisitos a que se refiere este artículo y las demás reglas que se establezcan en la escritura sobre organización y funcionamiento de la sociedad constituirán los estatutos de la misma.(Ley General de Sociedades Mercantiles P.p. 2.3.11.15 y 36 2a. ed. , enero 1995).

4. FLUJO GRAMA

Por otro lado , todo huésped tendrá necesidad de ciertas actividades y se le facilitarán otras más con el objeto de que no sólo este confortable sino tenga diversas opciones de entretenimiento y de esta manera que pase una gran estancia sin necesidad de mayor esfuerzo.

Así, para satisfacer todas estas necesidades es necesario proveer al hotel con una serie de servicios que van directamente relacionados con todas y cada una de las actividades del huésped.

ACTIVIDADES HUESPED

PRIVADAS

- Dormir
- Aseo Personal

PUBLICAS

- Comer y Beber
- Deporte
- Entretenimiento
- Distracción
- Negocios

SERVICIOS

- Estacionarse
- Preparar alimentos
- Lavar Ropa
- Administración.

NECESIDADES HOTEL

- Habitaciones, cabañas
- Baños en habitaciones, peluquería

-Restaurante, cafetería, bar

-Tenis, Football, ping-pong, aerobics, etc.

-Caballos, juegos de mesa, alberca, billar, etc.

-Comercios, Jardines, Artesanías, Capilla, Temascal, Foro Abierto.

-Salón usos múltiples y de Conferencias

-Estacionamiento

-Cocina

-Lavandería

Recepción, gerencia, etc.

A N E X O S

REQUERIMIENTO DE PROYECTO

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

EQUIPO DE OPERACIÓN

EQUIPO FIJO

CUARTO TIPO

RECAMARA-ESTAR

Cama

Protectores para colchón

Aire acondicionado

Cabecera

Sábanas

Teléfono con línea exterior automática
o manual con indicador de recados.

Box Spring

Almohadas

Iluminación en cabecera o plafón

Buró

Fundas

Iluminación en plafón

Silla

Colchas

Tocador o cómoda

Directorio telefónico

Mesa o escritorio

Cenicero

Cuadros decorativos

Papelera

Cortinas: Frescura o gasa decorativa

Jarra y vasos para agua

Cortineros

Agua purificada o embotellada

Alfombra

T.V: blanco y negro, color (opcional)

Música ambiental

BAÑO

Lavabo con tocador

2 Toallas grandes y 2 medianas

Extracción mecánica o natural

Espejo a todo lo ancho del lavabo tocador

Tapete de felpa

Arbotantes

Portarrollo doble o portarrollo con repuesto

Tapete antirresbalante o integral al piso

Vestidor -vestíbulo

Cesto de papeles

Iluminación en plafón

Cortina para regadera

Contactos

Agua purificada o embotellada

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

VESTIDOR - VESTÍBULO

Arbotante
Closet con puertas
Maletero
Mirilla y pasador de seguridad

TERRAZA

Sillas terraza
Mesa
Macetas o jardineras
Arbotantes

ACCESO

Número de cuarto

LOBBY

Sofá
Sillones
Mesas laterales
Tapetes de área
Lámparas de mesa
Arbotantes
Iluminación indirecta
Ornato de interiores
Señalización

EQUIPO DE OPERACIÓN

Ganchos de ropa
Instructivo de seguridad para clientes
Indicador de voltaje
Cuadro de tarifas

ÁREAS PÚBLICAS

Tapetes para limpiar zapatos
Areneros
Revisteros
Ceniceros
Manual de emergencia para el personal
Instructivo de seguridad para clientes
Sonido ambiental
Extintores
Anuncios luminosos de seguridad

EQUIPO FIJO

Iluminación en plafón
Contactos

Arbotantes

Interruptor en entrada

Aire acondicionado (opcional)
Teléfonos
Gabinets contra incendios

MOBILIARIO Y DECORACIÓN**LOBBY -BAR**

Barra
Copero
Contrabarra
Esteria para vinos
Banco para barra
Sillones
Mesas bajas
Iluminación indirecta
Ornamentos
Señalización

RESTAURANTE

Mesas
Sillas
Cortinas
Alfombra
Iluminación indirecta
Accesorios decorativos
Ornamentos
Señalización

CONCESIONES

De acuerdo con las necesidades del concesionario
Señalización

EQUIPO DE OPERACIÓN

Cristalería
Cuchillería y utensilios metálicos
Diversos
Caja registradora
Instructivo de seguridad de clientes
Papelería
Extinguidores
Anuncios de seguridad luminosos
Sonido ambiental

Equipo institucional
Mantelería y varios
Cuchillería y utensilios metálicos
Loza y plaque
Estación de servicio
Caja registradora
Manual de emergencia para el personal
Instructivo de seguridad para clientes
Extinguidores
Anuncios de seguridad luminosos

EQUIPO FIJO

Aire acondicionado
Teléfonos
Extracción
Gabinets contra incendios

Aire acondicionado
Teléfonos
Gabinets contra incendios

Aire acondicionado
Teléfono
Gabinete contra incendio

MOBILIARIO Y DECORACIÓN**BAR**

Barra
 Copero
 Bancos de barra
 Sillas
 Mesas bajas
 Iluminación indirecta
 Ornamentos
 Señalización

SALÓN DE BANQUETES

Mesas
 Sillas
 Cortinas
 Alfombra (opcional)
 Iluminación indirecta
 Accesorios decorativos
 Mamparas
 Señalización
 Mostrador y closet guardaropa

SANITARIOS PÚBLICOS

Mamparas
 Espejos
 Señalización

EQUIPO DE OPERACIÓN

Cristalería
 Papelería
 Diversos
 Caja registradora
 Instructivo de seguridad de clientes
 Contrabarra
 Extinguidores
 Anuncios de seguridad luminosos

Muros móviles sono aislantes
 Mantelería y varios
 Cuchillería y utensilios metálicos
 Loza y plaque
 Estación de servicio
 Anuncios luminosos de seguridad
 Sonido ambiental
 Instructivo de seguridad para clientes
 Extinguidores

Botes de basura
 Papelería
 Secadora eléctrica para manos
 Jaboneras
 Ceniceros

EQUIPO FIJO

Aire acondicionado (opcional)
 Teléfonos
 Extracción
 Gabinetes contra incendios

Aire acondicionado
 Teléfonos
 Gabinetes contra incendios

Ventilación
 Sistema de extracción

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

CIRCULACIONES DE PÚBLICO

Accesorios decorativos
Iluminación indirecta
Alfombra
Señalización

OFICINAS

Front desk
Pichonera
Escritorios
Mesas
Sillones
Sofás
Estantería y archiveros
Libreros
Artículos decorativos
Iluminación indirecta
Alfombra
Tapetes individuales
Folleteros
Señalización

EQUIPO DE OPERACIÓN

Areneros
Máquina de hielo
Masceteros
Extintidores
Expendedores automáticos (opcional)
Anuncios luminosos de seguridad

ÁREAS DE SERVICIO

Máquinas de escribir
Máquinas calculadoras
Cajas registradoras
Reloj checador
Fechador
Artículos de escritorio
Papelería
Caja separada de recepción
Cambio de moneda
Cajas individuales de seguridad
Buzón de correos
Anuncios luminosos de seguridad
Manual de emergencias para el personal
Extintidores

EQUIPO FIJO

Aire acondicionado
Gabinetes contra incendio

Aire acondicionado (opcional)
Teléfono
Conmutador
Gabinetes contra incendio

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

COCINA

Escritorio
Silla
Estantería
Mesa de preparación
Tarima

ROPERÍA CENTRAL

Barra control
Anaquelaría

Estantería
Burro de terminados

MÉDICO

Escritorio
Sillón
Mesa de auscultación
Credenza
Gabinete
Silla

EQUIPO DE OPERACIÓN

Baterías de cocina
Utensilios de cocina
Loza y plaque
Botes de basura
Manual de emergencia para el personal
Estufas
Mesa caliente
Horno
Asador
Filtro de agua
Mesa de servicio
Báscula
Refrigeración
Congelación
Extinguidores
Anuncios luminosos de seguridad

Blancos
Manual de emergencia para el personal
Anuncios liminosos de seguridad
Extinguidores

Equipo de primeros auxilios
Batas
Toallas
Blancos

EQUIPO FIJO

Extracción de aire
Teléfono
Gabinetes contra incendio

Intercomunicación
Un sanitario cada 3 niveles para el personal
Gabinete contra incendios

Lavabo
Teléfono

MOBILIARIO Y DECORACIÓN**COMEDOR DE EMPLEADOS**

Mesas corridas
Bancos

EQUIPO DE OPERACIÓN

Vajilla
Utensilios de cocina
Mesa caliente
Voceo
Extintidores

EQUIPO FIJO

Extracción de aire

BAÑOS Y VESTIDORES DE EMPLEADOS

Bancas

Toallas
Jabón
Ganchos
Uniformes
Lockers
Botiquin
Voceo

Extracción de aire

ALMACENES DE MANTENIMIENTO

Línea comercial

Anaqueles
Carros transporte de basura
Palas, escobas, mangueras
Programa de mantenimiento
Herramienta de mantenimiento general
Extintidores

Extracción de aire

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

CUARTO DE MÁQUINAS

Mesa de trabajo
Sillas

LAVANDERÍA Y TINTORERÍA

Mesas corridas
Anaquelera
Estantería

EQUIPO DE OPERACIÓN

Lockers
Herramienta y equipo de trabajo
Programa de mantenimiento impreso

Manual de emergencia para el personal
Anuncios luminosos de seguridad
Extintores

Lavadora extractora
Tómbolas serpentín extra
Mangle
Lavadora tipo vertical
Lavadora tipo horizontal
Planchadoras
Anuncios luminosos de seguridad
Extintores

EQUIPO FIJO

Planta de luz
Calderas
Equipo suavizador de agua
(opcional)
Equipo hidroneumático
Equipo contra incendios
Depósito de combustible
Tanque de agua caliente
Equipo de aire acondicionado
Cuarto máquinas elevadores
Equipo especificado según
proyecto

Alimentación de vapor
Extracción mecánica o natural

MOBILIARIO Y DECORACIÓN

RECREATIVAS

Bancas
Sillas de jardín
Mesas con sombrilla
Sillas reclinables
Camastros
Iluminación exterior
Señalización
Jardinería

CIRCULACIONES DE SERVICIO

Señalización
Iluminación exterior

ESTACIONAMIENTO

Señalización
Iluminación exterior

EQUIPO DE OPERACIÓN

ÁREAS EXTERIORES

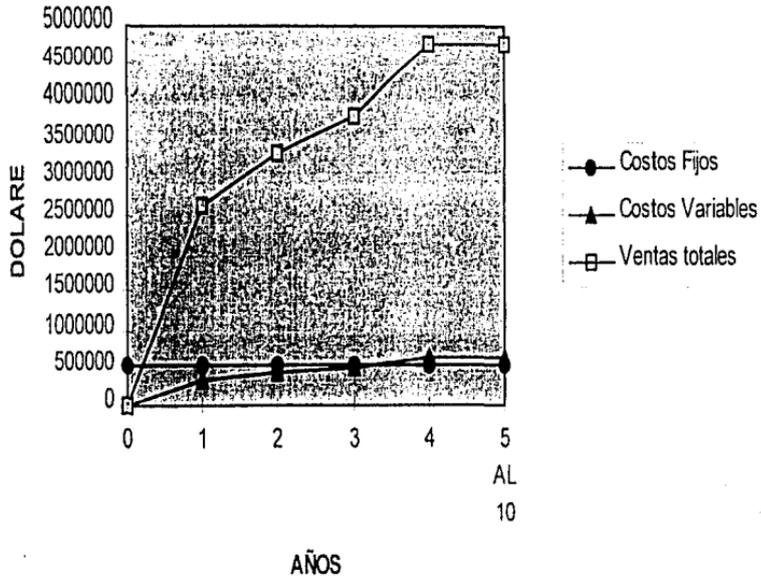
Crstalería
Utensilios de cocina
Toallas grandes
Equipo de jardinería
Equipo de alberca
Sonido ambiental
Vozco
Equipo de bar-alberca (opcional)
Equipo especificado según proyecto

Cadenas y postes
Basureros
Topes y protecciones
Diablos de carga

Postes
Topes y protecciones.

EQUIPO FIJO

PUNTO DE EQUILIBRIO



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

BIBLIOGRAFÍA.

1. ACEREZO, MIGUEL ÁNGEL. "PROMOCION TURÍSTICA" 2ª EDICIÓN TRILLAS, MÉXICO 1993.
2. AUTOR CORPORATIVO MEXICO "LEY FEDERAL DEL TURISMO. REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO. REGLAMENTO DE GUÍAS DE TURISTAS"
3. BACA, URBINA GABRIEL. "EVALUACIÓN DE PROYECTOS". 2ª EDICIÓN EDITORIAL MC GRAW HILL. 1993; 284 p
4. CÁMARA. TREJO Mª DE LOS ANGELES. "PROYECTO DE PREINVERSIÓN. CASO HOTEL GRAN TURISMO EN CANCÚN, QUINTANA ROO", 1989. TESIS FACULTAD DE ECONOMÍA.
5. CANACO. "COMPENDIO DE DATOS Y ESTADÍSTICAS". 1994, MÉXICO
6. CARDENAS, T. FABIO. "COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO" 2ª EDICIÓN EDITORIAL TRILLAS. MÉXICO 1993. 149 p
7. CARMONA, CORONA E. "PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS". 1989. TESIS ADMINISTRACIÓN
8. COSS, BU RAÚL. "ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". EDITORIAL LIMUSA. MÉXICO 1982; 349 p
9. DANDA, JORGE. "PUBLICIDAD TURÍSTICA" EDITORIAL TRILLAS MÉXICO.
10. DE LA TORRE, FRANCISCO "ADMINISTRACION HOTELERA ALIMENTOS Y BEBIDAS". EDITORIAL TRILLAS. MÉXICO.
11. FONATUR. "BARÓMETRO TURÍSTICO" SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIALIZACIÓN. GERENCIA GENERAL DE ESTUDIOS DE MERADO. MÉXICO 1993.
12. FONATUR. "CRITERIOS BÁSICOS DE DISEÑO PARA UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS". ABRIL 1985.
13. FONATUR. "ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MÉXICO". MÉXICO. 1992; 33 p.
14. FONATUR. "GUÍA DE SOLICITUD DE CRÉDITO". FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO. DIRECCIÓN DE CRÉDITO.
15. FONATUR. FOILETO "PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA".

16. GALLARDO, CERVANTES JUAN "APUNTES Y NOTAS SOBRE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS", FACULTAD DE ECONOMÍA, UNAM.
17. GURDJIEFF, FABRE JOSE. "HOTEL." PLANETA MEXICANA. COLECCIÓN FÁBULA. MEXICO.
18. HERNANDEZ, DIAZ EDGAR ALFONSO. "PROYECTOS TURÍSTICOS", EDITORIAL TRILLAS.
19. INEGI. "XI CENSO DE SERVICIOS", CENSO ECONÓMICOS 1994
20. INEGI. "ANUARIO ESTADÍSTICO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS", 1995.
21. MALDONADO, DUPLAN Y ASOCIADOS. "LA INDUSTRIA HOTELERA EN CIFRAS" MEXICO 1986.
22. MANUEL, ROMERO HÉCTOR, A COOP. GUERRERO. "VOCABULARIO DE TURISMO Y MATERIAS A FINES". EDITORIAL GOBIERNO EL ESTADO DE GUERRERO, GRO. 1991.
23. MORALES, M. DAVID. "FINANCIAMIENTO TURÍSTICO, FUENTES INTERNAS Y EXTERNAS.
24. MORELOS "AGENDA ESTADÍSTICA 1993".
25. MORELOS. "LA GRAN ALIANZA 1994-2000".
26. LARA, JORGE. "ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES" LIMUSA. MARZO 1994.
27. SALAZAR, LUCIO. "ESTUDIOS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN. GUÍAS PARA LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS MEXICO 1984; 208 p.
28. SECTUR. "DEJATE CONQUISTAR POR EL ESTADO DE MORELOS", COLECCIÓN DESTINOS TURÍSTICOS
29. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1989." MÉXICO
30. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1990." MÉXICO.
31. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1991." MÉXICO.
32. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1992." MÉXICO.
33. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1993." MÉXICO.
34. SECTUR. "ESTADÍSTICAS BÁSICAS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1994." MÉXICO.
35. SECTUR. "EL TURISMO EN MEXICO 1993". MÉXICO.
36. SECTUR. "INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ENERO-DICIEMBRE 1994." MÉXICO.
37. SELDON, ARTHUR Y F.G. PENNANCE. "DICCIONARIO DE ECONOMÍA" EDITORIAL DEL VALLE DE MEXICO S.A. EDITORIAL ALHAMBRA MEXICANA S.A.

38. SOTO, RODRÍGUEZ HUMBERTO. "LA FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN TÉCNICO ECONÓMICA DE PROYECTOS INDUSTRIALES". CENTRO NACIONAL DE ENSEÑANZA TÉCNICA INDUSTRIAL.