

28
2ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

"ANTEPROYECTO DE INVERSION PARA
LA INSTALACION DE UN CASINO Y SU
IMPACTO SOCIO - ECONOMICO EN
MEXICO"

T E S I S

Que para obtener el título de
LICENCIADO EN ECONOMIA
p r e s e n t a

CALOCA HERNANDEZ JUAN MANUEL



México, D. F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

260748



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.

Este trabajo se lo dedico a:

Dios, por darme la vida y la oportunidad
de llegar a titularme

A mis padres, por haberme apoyado
incondicionalmente, por su comprensión,
paciencia y enseñanza, ya que sin ello
este momento habría sido imposible
para mi, muchas gracias.

A mi familia, por contar siempre con
ellos, tanto en los buenos como en los
malos momentos.

Agradezco:

Al Lic. Jesús González Muñoz,
por dirigir esta tesis y por el
tiempo que me brindo para hacer
posible este trabajo.

A la Lic. Sonia Briceño Vioria, por
las facilidades y atenciones que en
todo momento recibí de su parte.

A los sinodales:

Lic. Antonio Balanza Torres
Lic. Sonia Briceño Vioria
Lic. Javier Mexicano Martínez (+)
Lic. Alma Laura Torres Pitaluga

por sus comentarios oportunos, los
cuales permitieron enriquecer esta
investigación.

A la Universidad Nacional Autónoma de
México y a todos los profesores de la
Facultad de Economía, que por sus
conocimientos transmitidos, me permitieron
el poder terminar una carrera y llegar a ser
Lic. en Economía.

A Cid, Sindy y todos mis compañeros de la
generación 1993-97, por permitirme pasar
buenos momentos durante la carrera.

A todos ustedes mi eterno agradecimiento.

Juan Manuel Caloca Hernández

**ANTEPROYECTO DE INVERSION PARA LA INSTALACION DE
UN CASINO Y SU IMPACTO SOCIO-ECONOMICO EN MEXICO**

INTRODUCCION	1
OBJETIVOS	5
CAPITULO I. ANTECEDENTES	
1. CONCEPTOS	
1.1. HOTEL	8
1.2. HOTELERIA	8
1.3. CASINO	9
2. HISTORIA DE LA HOTELERIA EN MEXICO	12
3. LA INDUSTRIA TURISTICA MEXICANA	16
4. EVOLUCION DEL PRODUCTO TURISTICO NACIONAL	17
5. EVOLUCION DE LOS CASINOS (LAS VEGAS, MONACO)	21
CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO	
1. DEMANDA	26
1.1. ANALISIS DE LA DEMANDA	26
1.2. PROYECCION DE LA DEMANDA	29
1.3. DEMANDA DINAMICA	29
2. ANALISIS DE LA OFERTA	32
3. OFERTA-DEMANDA	34
4. COMPETENCIA	35
4.1. NACIONAL	35
4.2. EXTRANJERA	38
5. SUSTITUTOS	49
6. FIJACION DE TARIFAS	50
7. PROMOCION Y PUBLICIDAD	52
CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO	
1. LOCALIZACION	54
2. TAMAÑO	57
3. DESCRIPCION DEL CASINO	58
4. CAPACIDAD	60

CAPITULO IV. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

1. ESCENARIO DE EVALUACION	61
2. PRESUPUESTO	61
2.1. ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS	61
2.2. INSUMOS	62
2.3. MOBILIARIO Y EQUIPO	62
1.4. PERSONAL	63
3. INVERSION	66
3.1. TANGIBLE	66
3.2. INTANGIBLE	67
3.3. DEPRECIACION	70
4. FINANCIAMIENTO	72
5. CREDITOS	73
5.1. AMORTIZACION	73
5.2. INTERESES	73
6. PRESUPUESTO DE INGRESOS	75
7. CAPITAL DE TRABAJO	77
8. ESTADOS FINANCIEROS	78
8.1. BALANCE GENERAL	78
8.2. ESTADO DE RESULTADOS	80
8.3. FLUJO DE CAJA	82

CAPITULO V. EVALUACION FINANCIERA

1. TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD	84
2. RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION TOTAL	85
3. BENEFICIO-COSTO	86
4. VALOR ACTUAL NETO	87
5. TASA INTERNA DE RETORNO	91
6. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	94
7. PUNTO DE EQUILIBRIO	96
8. ANALISIS DE SENSIBILIDAD	98
9. BENEFICIOS SOCIO-ECONOMICOS	99

CONCLUSIONES	106
---------------------	-----

RECOMENDACIONES	109
------------------------	-----

ANEXO	115
--------------	-----

BIBLIOGRAFIA	158
---------------------	-----

INTRODUCCION

El turismo es uno de los fenómenos sociales y económicos más importantes de la segunda mitad del Siglo XX. Surge como un fenómeno de masas después de finalizar la Segunda Guerra Mundial, y en menos de cincuenta años crece aceleradamente hasta convertirse en uno de los rubros con mayor peso en el intercambio comercial, en el mundo.

En 1995 el turismo internacional comprendió el movimiento de 567 millones de personas más allá de las fronteras de sus países y una derrama económica del orden de 373 mil millones de dólares. La tasa anual de crecimiento del turismo internacional es superior a la de industrias tan dinámicas como la electrónica, la automotriz o la petrolera. Esta tendencia sustenta las proyecciones que indican que la industria turística internacional será la número uno en el comercio mundial durante el primer tercio del próximo siglo.

Según cálculos de la Organización Mundial de Turismo, en 1995 esta actividad contribuyó con el 10.9% del PIB mundial y con el 11% del total de impuestos recaudados por los gobiernos; para el año 2005 su participación alcanzará el 11.4% del PIB y el 11.6% de los impuestos.

En la actualidad el turismo genera una de cada 9 plazas de trabajo a nivel mundial (212 millones de empleos) y se considera que en el período 1995-2005 se crearán 144 millones de nuevos empleos.

En materia de inversión el turismo participa con el 11.4% de la inversión total mundial, y se calcula que para el año 2005 alcance el 11.8%.

El turismo es una actividad económica que utiliza intensivamente fuerza de trabajo de todas las edades, de ambos sexos y de muy diversos niveles de especialización; lo que lo convierte en un instrumento de inapreciable valor social para el desarrollo económico, sobre todo de aquellos países con potencial turístico y abundante fuerza laboral.

La transformación en el patrón de consumo que manifiestan los turistas a nivel internacional, ha traído como resultado lo que se conoce como el desarrollo de segmentos o nichos de mercado.

El resultado final es que el turista ya no sólo requiere alojamiento, sino que exige entretenimiento. Y la industria del turismo se ha venido integrando aceleradamente con la industria del entretenimiento, en el contexto de una gran diversificación de actividades.

Los sitios, regiones o destinos turísticos exitosos siguen teniendo una característica básica que es la fuente de su atractivo; sin embargo, esta característica ya no es suficiente. En torno a ella debe desarrollarse una gama de actividades compatibles que incrementen la satisfacción del turista, su tiempo de estancia y su gasto.

Las instalaciones de los centros turísticos no pudieron limitarse a la belleza natural y al alojamiento. Una creciente demanda por actividades especializadas es la razón del éxito o del fracaso de los centros turísticos. Las actividades que demandan los diferentes segmentos de

INTRODUCCION

mercado son la aportación de la industria del entretenimiento al fenómeno turístico mundial. Incluyen actividades deportivas al aire libre como el tenis, golf, el esquí acuático, el velerismo, el canotaje, y también una gran diversidad de actividades bajo techo de carácter cultural, educativo, de salud, gastronómico, atlético, de esparcimiento y espectáculos.

Además de estas actividades que pudiéramos calificar como tradicionales, el turismo de aventura está cobrando una importancia cada vez mayor, sobre todo en los turistas jóvenes. Las actividades de bicicleta de montaña, cabalgatas a campo traviesa, paseos por lanchas en los rápidos de los ríos, alpinismo o excursionismo son entretenimiento creciente en el ámbito turístico y representan ya en Norteamérica una porción muy importante del gasto turístico global.

De este modo, en el contexto del mercado turístico masivo que ha predominado en las últimas décadas, se puede identificar un proceso de segmentación y conformación de nichos específicos de consumidores, que así como representan grandes oportunidades de negocios, plantean un conjunto de retos relativos al diseño y operación de productos adecuados a demandas específicas.

En el marco de la creciente segmentación que experimenta el turismo, el entretenimiento se ha fortalecido como uno de los componentes de mayor importancia en términos de rentabilidad, hasta el punto de que el turismo prácticamente no se concibe sin entretenimientos.

Sin embargo, en una primera etapa de su desarrollo los centros turísticos, principalmente los de playa, ofrecían escasas posibilidades de entretenimiento.

Su reconocido éxito se debía porque permitían escapar de la rutina de la vida urbana, y porque se constituían en una alternativa para el descanso y la contemplación de la naturaleza.

El desarrollo económico y social trajo consigo un cambio en las formas de uso del tiempo libre, promoviendo en el mercado una gradual tendencia a la sofisticación, incorporando una serie de productos agregados que han tenido por denominador común enriquecer las opciones de entretenimiento; paseos en embarcaciones, campos de golf, marinas, actividades acuáticas, espectáculos y centros de vida nocturna.

Este replanteamiento del desarrollo de los destinos les permitió, por un lado mantener sus mercados históricos, y por el otro aprovechar oportunidades para captar nuevos y atractivos segmentos de vacacionistas, que buscaban un amplio conjunto de experiencias definidas por tendencias demográficas, culturales y tecnológicas.

En una fase más avanzada de este proceso de creciente diversificación de las actividades de entretenimiento, se insertan los casinos como una alternativa para agregar valor a los destinos a través del impulso a productos integrales de entretenimiento, en los cuales las casas de juego forman parte de un inventario que comprende parques temáticos, espectáculos y actividades deportivas de diverso tipo.

Los casinos forman parte del entretenimiento y de la oferta turística de muchos destinos de éxito a nivel mundial.

INTRODUCCION

En este marco los casinos ya no son percibidos como un producto de enclave, aislado, que no se pueda combinar con otros productos como tiempo atrás sucedió con Las Vegas, Atlantic City (Nueva Jersey) y Mónaco que por mucho tiempo fueron destinos exclusivamente de juegos y hoy en día ellos mismos se han transformado en nichos que ofrecen una amplia variedad de entretenimiento (espectáculos diversos, parques temáticos, espacios deportivos, tours, múltiples comercios, etc.). Su transformación obedeció a la idea de captar mayores segmentos turísticos.

Pasaron del turista-jugador al segmento familiar al que ofrecen en adición al juego para los adultos, una enorme variedad de atractivos para menores o no jugadores.

Tampoco conforman por sí mismos la actividad motora o principal sobre la cual sea factible fundamentar la competitividad de un destino.

En lo general, el planteamiento que se quiere promover en México consiste en el desarrollo de un nuevo y más sofisticado producto turístico que agregue una amplia variedad de entretenimiento. Este producto se situaría a su vez en destinos que, de acuerdo a la política turística nacional, se vincula con regiones a través de rutas y circuitos que ofrecen productos culturales, históricos y asociados a la naturaleza.

Cualquiera que sea el producto dominante en un destino turístico, el entretenimiento debe formar parte de su oferta como vía para insertarse y consolidarse en mercados rentables que, por la misma razón, están expuestos a una intensa competencia.

La discusión sobre la operación de casinos en México no es nueva. La incorporación de este entretenimiento a la oferta turística nacional ha sido una petición recurrente de varios segmentos de la industria, especialmente en los últimos diez años. Diversos prestadores de servicios han argumentado que la falta de esta actividad agregada al producto turístico, ubica al sector en una situación de desventaja competitiva frente a países y/o regiones que sí tienen incorporados casinos, principalmente frente a aquellos con los que México compete; Estados Unidos de América y los países del Caribe.

La solicitud ha sido hacer más competitivo el producto turístico nacional, en un mercado que claramente demanda incorporar al entretenimiento en general, y al casino en particular, como un componente de su oferta.

En resumen, el casino es en los destinos turísticos mundiales, una alternativa de entretenimiento. Desde luego, es necesario ubicar que, a excepción de dos o tres lugares en todo el mundo, los casinos no definen el carácter del centro turístico. Representan una opción complementaria. No se conoce que alguien viaje a Egipto únicamente a jugar en un casino, el turista lo visita principalmente por razones culturales o de conocimiento, además asiste a los teatros, consume en los restaurantes y juega en los casinos, todo lo cual constituye parte importante de su oferta complementaria de entretenimiento.

Por lo tanto esta investigación tiene como objetivo el mostrar una alternativa de inversión en la industria turística, la cual consiste en la instalación y operación de un casino, dando una visión de sus ventajas económicas: generación de empleos, mayor captación de

INTRODUCCION

divisas, un efecto multiplicador hacia actividades relacionadas con esta actividad turística; así como ventajas sociales: mejoras en infraestructura (agua, luz, pavimentación, seguridad, etc.).

También se tratan algunas recomendaciones para la autorización y operación de los casinos en México, las leyes a modificar, la forma en que se podría regular la actividad del juego, la captación y distribución de impuestos en los tres niveles de gobierno y las posibles repercusiones y cuidados que se deben de tener con la entrada de los casinos.

En base a lo anterior, el primer capítulo trata de llegar a una definición de lo que es: hotel, hotelería y casino; una breve historia de la hotelería en la ciudad de México, así como la evolución que han tenido ciudades con juego como las Vegas y Mónaco.

En lo referente al estudio de mercado, se realiza un análisis tanto de la oferta y la demanda turística en México, así como una estimación de la demanda dinámica para este servicio, considerando además los posibles competidores, tanto a nivel nacional como internacional, se establecen las tarifas a cobrar en el casino por concepto de apuestas, ya sea en mesas de juego, máquinas tragamonedas o de video. Al final de este capítulo se trata de dar una opción en la forma en que se publicitaría la casa de juego.

El estudio técnico (capítulo 3) se refiere a la ubicación geográfica del proyecto, desde un nivel macro (estado de la república) hasta uno micro (región dentro del municipio); las dimensiones físicas del proyecto y la distribución del mobiliario y equipo, sin olvidar claro, la capacidad de clientes a atender.

En el capítulo de presupuesto y financiamiento, se realizan las estimaciones de las inversiones tangibles e intangibles que se requerirán para la operación del proyecto, el presupuesto de ingresos, y la elaboración y proyección de los estados financieros.

En el penúltimo capítulo se realiza la evaluación financiera del proyecto, haciendo los cálculos de los diversos indicadores que permiten la aceptación o rechazo del proyecto, como lo es el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación de la Inversión, el Rendimiento Sobre la Inversión, la Tasa Promedio de Rentabilidad, el Punto de Equilibrio y la relación Beneficio-Costo, así también se trata de hacer una aproximación de los beneficios y perjuicios que traería consigo la instalación del casino, tanto en la región (Acapulco, Guerrero), como en el país.

El capítulo de conclusiones y recomendaciones, muestra los datos más importantes o relevantes que generaría el proyecto, además de dar una idea a los inversionistas y autoridades, del comportamiento de esta actividad dentro de la economía y de la sociedad mexicana, a través de ciertos tips a considerarse, para tener un mejor desenvolvimiento operativo del casino.

En el anexo se encuentran los cuadros de demanda; oferta; oferta-demanda; sustitutos; tarifas hoteleras; además de la simulación del proyecto con capital propio.

OBJETIVOS

GENERALES

El presente estudio ofrece un análisis y las herramientas generales que serán de gran utilidad a los entes interesados en el diseño de lineamientos que persigan:

- Fortalecer la competitividad del producto turístico mexicano.
- Acceder al mercado a través de un producto que sea competitivo en el mercado internacional, y no sólo por su bajo precio.
- Incrementar el número de visitantes del exterior, su gasto promedio y la duración de su estancia.
- Diversificar el producto de los destinos turísticos existentes aprovechando así el interés de los inversionistas en casinos.

PARTICULARES

- Definir y caracterizar los casinos como productos turísticos.
- Definir las características del mercado de los casinos.
- Cuantificar la inversión requerida para la instalación de un casino y medir su rentabilidad.
- Determinar el impacto económico de dicha inversión.

MECANISMO

- Abrir a licitación pública internacional el desarrollo de casas de juego, de acuerdo con las necesidades de cada destino turístico.

Los términos de referencia de la licitación atenderán a la vocación turística y a los requerimientos del lugar de destino en relación con:

- * hospedaje
- * alimentación
- * entretenimiento
- * cultura
- * deporte
- * juego
- * espectáculos
- * centros de convenciones

MEDIO

OBJETIVOS

- Reformar la Ley Federal de Turismo con el objeto de establecer tales Centros.
- Crear la Ley Federal para el Control y Vigilancia de Casinos para definir la normatividad de control de juego con apuesta en ese tipo de establecimientos.

POSIBLES DESVENTAJAS

En una encuesta realizada en Cancún, sobre la propuesta de instalar casinos en México, el resultado fue que mas de la mitad de la población rechaza su instalación y funcionamiento.

La realización de esta encuesta estuvo a cargo del Partido Acción Nacional (PAN), y los resultados son¹ :

- en la pregunta relacionada con la instalación:
52.29% la rechaza; 39.43% la apoya y 8.28% le da igual
- en relación a los posibles efectos negativos de su instalación:
 - 25.03% respondió que se incrementaría el tráfico de enervantes;
 - 24.59% que se incrementaría la corrupción;
 - 18.87% que se alentaría la prostitución;
 - 49.57% que se promovería el lavado de dinero; y
 - 4.03% consideró que traerá efectos positivos.
- Además se estableció que el 64% de los encuestados opina que las autoridades serían incapaces de controlar los casinos y sus efectos; el 17.14% dijo que si habría control; y el 13.72% que no sabía.

Lo anterior se debe a que en México los casinos siguen inscritos dentro del ámbito de lo prohibido y esto por que aún se es un país tradicionalmente moralista; y esta tradición es la verdadera causa por la que se tiene miedo a la apertura de las casas de juego, pues se cree que estas fomentarían la prostitución, la drogadicción, pero esto no es imputable solo al juego, sino a la situación que vive el país.

POTENCIALIDAD DEL DESARROLLO DE CASINOS

- Existe un interés de empresarios del exterior de invertir en casinos, esto atraería inversiones en otros campos de entretenimiento indispensables para hacer los destinos turísticos mexicanos más competitivos.

¹ Revista Proceso #979, 7 de agosto de 1995

OBJETIVOS

- Se debe aprovechar y fomentar la atracción en el corto plazo, de inversión extranjera directa en volumen suficiente para diversificar los servicios turísticos en los destinos existentes y mejorar su presencia en el mercado internacional.
- Los proyectos y volúmenes de inversión de estos centros de entretenimiento, contribuyen como una palanca atractora para otras inversiones derivadas de la expectativa que acompaña a los mismos.
- La instalación de estos Centros busca fortalecer la competitividad del país en el mercado, al diversificar nuestra oferta turística de los destinos existentes.

CAPITULO I. ANTECEDENTES**1. CONCEPTOS****1.1. HOTEL**

Es un inmueble que ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación, donde para hacer uso de este servicio, se deberá cubrir la tarifa que corresponda.

Esta definición de tipo oficial fue emitida en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje de la Ley Federal de Turismo a través de los artículos 3o., 4o., y 6o. del Capítulo I.

Dicho establecimiento deberá contar con un mínimo de 10 habitaciones, pudiendo incluir el servicio de restaurante, así como otro tipo de servicios que cubran las necesidades de los huéspedes.

El hotel debe ser considerado como una entidad separada, sin cuya participación el movimiento turístico no habría tenido el auge que se ha logrado hasta nuestros días.

1.2. HOTELERIA

Es difícil el poder dar una definición absoluta, ya que al igual que el turismo, no se ha precisado si es una industria, comercio o actividad de servicio; por el momento daremos una aproximación a la definición de hotelería.

De forma legal es considerado como una acto de comercio, pudiendo encontrar esta afirmación en la Constitución de Querétaro, promulgada en el año de 1917, aunque hay que apuntar que no se hace mención alguna de lo que es turismo y hotelería en sí, como lo que conocemos ahora, debido a que en esos años apenas iniciaba la actividad como fenómeno social.

Al instituirse en México las vacaciones pagadas como derecho laboral en 1931 y en 1972 a través de la creación de la Ley Federal del Trabajo que ofrecía el pago de la prima vacacional, se tuvo que legislar a estas dos actividades; quedando clasificadas como comerciales.

Se debe resaltar que el turismo y la hotelería no son un sólo proceso comercial como tal, debido a que no pueden explicarse como una sucesión de actos de compra-venta de bienes y servicios. A causa de esto se puede ver que la hotelería es mucho más que un acto de comercio puesto que satisface una demanda social del mundo moderno y su cultura (la cultura del tiempo libre).

Por su importancia en la actividad económica, se ha dado por agregarle el término de "industria", lo cual no es correcto, ya que no se realiza transformación alguna de materiales e insumos, para la obtención de un bien de consumo final o intermedio.

Lo anterior nos acerca un poco más a lo que es la hotelería, llegando a la siguiente definición:

La Hotelería es una actividad que conjunta bienes y servicios, con el objeto de proporcionar un servicio de alojamiento para el viajero, a cambio de un pago en unidades monetarias, ya sea al contado o a crédito, este último a través del uso de tarjetas de crédito. Su origen se debe a la satisfacción de necesidades creadas por diversas razones como son: comercializar, descansar, divertirse, hacer negocios, asistir a convenciones culturales, educativas, entre otras.

De gran importancia es la hotelería en nuestros días, ya que los empresarios utilizan dichas instalaciones con el fin de reunirse para llevar a cabo eventos sociales como convenciones, espectáculos, recepciones, banquetes, graduaciones, logrando un alto funcionamiento y comodidad para los clientes.

Esta actividad no reúne a todos los establecimientos de hospedaje existentes, solo a los descritos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, visto anteriormente; ya que como se verá más adelante, el turista cuenta con una amplia variedad de clases de alojamiento que van desde muy modestos hasta los más modernos y lujosos.

La definición de hotelería como su nombre lo indica, es una actividad casi exclusiva de los hoteles, ya que los establecimientos de hospedaje que existían antes de su aparición, no pudieron atender la demanda de tipo turístico, y sólo pocos de ellos lograron hacerlo. Por este motivo el concepto no cubre a todos los establecimientos.

1.3. CASINO

Es un sitio donde se practican juegos de mesa como los son: cartas, los dados, la ruleta, máquinas traga monedas, etc. Antiguamente, el casino era lugar exclusivo para los hombres, donde pagaban una cuota para poder divertirse; hoy en día las mujeres también pueden tener acceso a esta diversión.

El casino se localiza en zonas hoteleras de gran turismo, algunos están dentro de los mismos hoteles; cuenta con personal de seguridad y de servicio altamente calificado, está completamente alfombrado y tiene decoraciones selectas a su alrededor, el mobiliario está ubicado a distancias considerables esto con el fin de dar paso a los clientes, cuenta además con una caja de seguridad, casa de cambio, de moneda y caja donde se cambian fichas por dinero; cuenta al igual con una barra grande con todo tipo de bebidas, tanto nacionales como internacionales.; baños para damas y caballeros; aire acondicionado y calefacción; estacionamiento con seguridad.

La diversión y el servicio de bebidas comúnmente están ligados.

Actualmente hay países donde este tipo de establecimientos no están prohibidos como son: Las Vegas, Mónaco, Puerto Rico, Palma de Mallorca, entre otros. A estas casas de juego es muy común que asistan turistas de todas partes del mundo, la gente que acude a este tipo de

lugares tiene cierta posición económica dentro de la sociedad, es decir, sus ingresos generalmente son mayores al promedio general de la población. En estos sitios se puede ganar mucho dinero o se puede perder lo mismo o más.

El casino o salón de juegos está prohibido en la República Mexicana, de acuerdo con el Código Penal, título décimo cuarto, capítulo tercero. Juegos prohibidos, artículos 257, 258 y 259, artículos que actualmente están derogados por ser ambiguos con la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

En un instructivo que la Secretaría de Gobernación distribuye a todos los interesados en celebrar peleas de gallos, carreras de caballos, rifas y sorteos de números, se puede observar en su carátula la siguiente leyenda: "México es un país de leyes... Los juegos y sorteos son parte de ellas", y no indica en ningún momento que la Ley Federal de Juegos y Sorteos es el único documento que existe para "normar" esas actividades, la cual además data del sexenio de Miguel Alemán, del 30 de diciembre de 1947, y no tiene reglamento².

Esta Ley, compuesta de 17 artículos, advierte en los dos primeros:

1. Quedan prohibidos en todo el territorio nacional, en los términos de esta ley, los juegos de azar y los juegos con apuestas.
2. Sólo podrán permitirse:
 - I.- el juego de ajedrez, el de damas y otros semejantes; el de domino, de dados, de boliche, de bolos y de billar; el de pelota en todas sus formas y denominaciones; las carreras personales, de vehículos y de animales, y en general toda clase de deportes.

II.- Los sorteos.

A continuación la ley firmada por Miguel Alemán - entonces Presidente de la República-, Héctor Pérez Martínez -secretario de Gobernación-, Ramón Beteta -de Hacienda y Crédito Público- y Rafael Pascasio Gamboa -de Salubridad y Asistencia-, insiste:

"Los juegos no señalados se considerarán como prohibidos para los efectos de esta ley".

Pero estos dos artículos quedan rebasados , sin sentido e inclusive contradichos por los dos siguientes de la misma ley:

3. Corresponde al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Gobernación, la reglamentación, autorización, control y vigilancia de los juegos cuando en ellos medien apuestas de cualquier clase: así como de los sorteos, con excepción de la Lotería Nacional; que se regirá por su propia ley.
4. No podrá establecerse ni funcionar ninguna casa, lugar abierto o cerrado, en que se practiquen juegos con apuestas ni sorteos de ninguna clase, sin permiso de la Secretaría de Gobernación. Esta fijará en cada caso los requisitos y condiciones que deberán cumplirse.

² Revista Proceso #985, 11 de Septiembre de 1995

Lo anterior muestra que la ley es tan abierta y optativa, que cualquier cosa se puede autorizar. Y esa falta de control de normatividad, se presta a todo tipo de ilícitos, por que quién sabe cómo operan y bajo que normatividad lo hacen.

Así, la ley que primero prohíbe y luego autoriza, señala en su artículo 7 que "la Secretaría de Gobernación ejercerá la vigilancia y control de los juegos con apuestas y sorteos, así como el cumplimiento de esta ley, por medio de los inspectores que designe".

En el artículo 8 advierte que "se clausurará, por la Secretaría de Gobernación, todo local abierto o cerrado en el que se efectúen juegos prohibidos o juegos con apuestas y sorteos, que no cuenten con autorización legal, sin perjuicio de que se apliquen las sanciones que según el caso correspondan".

Y el artículo 11 dice que "la Secretaría de Gobernación queda facultada para autorizar, en las ferias regionales, el cruce de apuestas en los espectáculos que determine el reglamento de esta ley".

Pero tal reglamento no existe.

2. HISTORIA DE LA HOTELERIA EN MEXICO

A) ALBERGUES PREHISPANICOS

El desarrollo de nuestra hotelería tiene su origen en lo que fueron los albergues indígenas prehispánicos. La aparición de estos establecimientos de hospedaje fue reflejo de la gran corriente de viajeros que entonces transitaban los caminos de aquel México.

En esos tiempos se disponían de áreas para descanso y casas espaciales como albergue nocturno de los caminantes; tales hospederías eran gratuitas y contaban con depósitos de agua dulce, leña y maíz.

Los aztecas dentro de su grandiosa organización económica, social y política, estructuraron un efectivo sistema de hospedaje, el cual consistía en unas construcciones llamadas Coacallis, que eran edificios designados para los comerciantes.

Los Coacallis³ tenían una sola planta, ubicados generalmente en las cercanías de los mercados y entradas de las ciudades. En las Zonas lacustres, los albergues tenían dos entradas, una por la calle y otra hacia el embarcadero, la cual se utilizaba como atracadero de las embarcaciones de los huéspedes.

La estructura de estos albergues era la siguiente: un gran patio central, en torno a éste se encontraban crujías que funcionaban como almacenes para las mercancías de los viajeros, así también se encontraban las oficinas administrativas, la casa del intendente, las habitaciones y los baños.

Además de contar con el servicio de hospedaje, ofrecían baños de vapor y de agua fría, tenían una sala común que era utilizada como cocina y comedor donde se vendían alimentos y putque, prestaban también el servicio de paquetería.

B) MESONES Y VENTAS⁴

En la Nueva España, la gente de la nobleza solía alojarse en las casas de sus familias, amigos o en los múltiples conventos, donde disfrutaban de las relativas comodidades propias de la época. Los mercaderes, muleros y carreteros no tenían esos privilegios, por lo que se alojaban en los mesones y ventas.

³ Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, IMIT, Turismo y hotelería, historia, sistema azteca de hoteles, México.

⁴ Rojas, Betsy, Apuntes de tecnología del hospedaje I, México, Escuela Panamericana de Hotelería, 1988; y Lucas de Palacios, Ventas y Mesones de la Nueva España, México, Ed. Bolívar, 1944.

Estos mesones y ventas ostentaban piadosamente en un lugar visible del exterior, la imagen del santo titular con su correspondiente lámpara de aceite continuamente encendida.

Los mesones se clasificaban en:

De tercera clase: Eran los de más baja categoría y precio, su clientela la constituían indígenas que pagaban por el hospedaje con cacao. Los servicios que prestaban eran muy modestos.

De segunda clase: Brindaban comodidades mayores; habitaciones semiprivadas, la cocina contaba con una mesa y dos largas bancas comunales, los sanitarios se localizaban en el traspatio.

De primera clase: Fueron los antecesores de las posadas, se encontraban en áreas céntricas de la ciudad. Los cuartos eran privados o semiprivados, tenían varias camas y contaban con ropero y silla, los pisos eran de ladrillo y se lavaban semanalmente

C) LOS PRIMEROS HOTELES⁵

Los mesones y ventas empezaron a ceder su lugar a los primeros hoteles, con el desarrollo de las comunicaciones se redujo la importancia de los caminos carreteros y las pintorescas ventas y mesones fueron desapareciendo.

Al llegar México a la etapa en que recibía visitas con carácter temporal y "turístico", los moradores pudientes de esa época vieron la posibilidad de vivir en base a la prestación de servicios de hospedaje.

Como era de esperarse, este movimiento tuvo su inicio en la capital del país, en esa época los sitios de hospedaje fueron las casas señoriales, las cuales con el tiempo se fueron transformando en hoteles.

En 1818, con el movimiento de Independencia, los habitantes de la Ciudad de México tropiezan con la palabra "Hotel"; en ese año se construyó la primera edificación con el propósito de dotar el servicio de hotel, llamado "Hotel la Gran Sociedad", el cual contaba con Restaurante y Café, habitaciones alfombradas y mobiliario europeo.

Para 1900 aparecen el "Hotel Cosmos", el "Hotel San Carlos", el "Hotel Cántabro", el "Hotel Guardiola", el "Hotel Ontario", el "Hotel Mancera", el "Hotel Ritz", el "Hotel Regio" y el "Hotel Pánuco", entre otros.

Antes de la Primera Guerra Mundial, la Hotelería Mexicana contaba con una reducida capacidad, y el personal que la atendía era improvisado, aunque es en esa época cuando se le da

⁵ Mac Donald Escobedo, Eugenio, Evolución de la hotelería mexicana de 1519 a nuestros días, IMIT, 1964.

un mayor impulso para constituirse en una verdadera actividad de servicio; pero estos primeros atisbos se ven congelados por la guerra, aunque el inicio de esta actividad ya estaba dado.

Para el año de 1922 se crea la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles que más tarde se transforma en la Asociación Mexicana de Hoteles.

Para el año de 1929 la Ciudad de México sólo contaba con 15 establecimientos hoteleros con una capacidad para alojar a 1,000 huéspedes, los cuales eran considerados como los únicos en poder recibir al turismo.

D) SURGIMIENTO DE LA HOTELERIA

La hotelería moderna en la Ciudad de México surge a partir de la inauguración del "Hotel Reforma", en el año de 1936, el cual contaba con 380 habitaciones; fue el primero en ofrecer privacidad a sus huéspedes, esto en cuartos sencillos o dobles, baño privado y jabón en las habitaciones. Aquí es donde se da la introducción del personal uniformado (botones, pajes, portero, etc.). El sistema de administración, la organización interna y el servicio proporcionado vinieron a revolucionar lo antes visto.

La década de los 40's se caracterizó por el interés existente en la creación de centros vacacionales y Spas⁶.

En el año de 1942 se expide el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje y se funda la Asociación de Hoteles y Moteles del Distrito Federal, A.C. (hoy Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Ciudad de México, A.C.).

En el periodo de 1940-1945 se logra estabilizar la corriente turística, lo cual representó un auge definitivo para la época. Después de la Segunda Guerra Mundial, el gobierno Mexicano apoyó la inversión turística, debido al crecimiento que se había logrado en esta área por la estabilidad económico-política del país, con lo que se incrementaron los servicios de hospedaje y transporte. Surgen los nuevos centros turísticos mexicanos: Acapulco, Cuemavaca, Veracruz y las ciudades fronterizas, entre otros. Todo esto fue posible gracias al apoyo proporcionado por el Presidente en turno, el Lic. Miguel Alemán Valdés, buscando mejorar la imagen del país en el exterior.

En los años 50's aparecen los Hoteles "María Isabel Sheraton", "Aristos", "Continental" y "Presidente Zona Rosa". A partir de aquí se da el desarrollo de las cadenas hoteleras, con el fin de satisfacer la demanda creciente de turistas extranjeros, que tenían como destino México.

En la década de los 60's nacen los Hoteles "Camino Real", "Fiesta Palace" (hoy Fiesta Americana Reforma), y el "Hotel de México"; en estos años ya operaban en México las cadenas hoteleras Sistema Azteca de Hoteles, Nacional Hotelera o Cadena Balsa, Cadena Hilton, Cadena de Hoteles Romano, Hoteles Unidos y México Western Internacional.

⁶ Son lugares de aguas termales con supuestas propiedades curativas.

En los años 70's se inaugura el hotel "Presidente Chapultepec", siendo el primero en contar con un sistema computarizado para las reservaciones; así también aparece el "Condotel", el cual se basa en el principio de compartir tiempo, espacio, propiedad y servicios.

En la década de los 80's son abiertos los Hoteles "Presidente Galerías", "Plaza Galerías", "Fiesta Americana", "Flamingos Plaza" y "Niko", entre otros. Para mediados de la década el Estado deja de ser partícipe en la actividad hotelera, quedando todo en manos de la iniciativa privada.

El desarrollo previsto para esos años se vino abajo por el temblor ocurrido el 19 de Septiembre de 1985, provocando un bache en este sector durante los siguientes años. Dicho capricho de la naturaleza propició la desaparición de hoteles ubicados en la Ave. Juárez principalmente.

A principios de esta última década del Siglo XX, encontramos nuevos hoteles en la Ciudad de México como el "Hotel Real del Sur", "Royal Pedregal", "Hotel Royal Plaza", "Hotel Marquis Reforma", "Hotel Paraíso Radisson", y "Hotel Sierra Radisson", entre otros; y en el Puerto de Acapulco en la zona de Punta Diamante el "Hotel Vidafel", entre otros.

Con el crecimiento de la población a nivel mundial, la actividad turística también ha venido creciendo, logrando una evolución muy dinámica, si se considera desde los inicios de esta actividad hasta nuestros días, la cual ha venido buscando un gran desarrollo y perfeccionamiento.

3. LA INDUSTRIA TURISTICA MEXICANA

México ha logrado atraer una porción importante del mercado mundial de viajes de placer. En 1995, captó 20 millones de turistas internacionales, además de los 65 millones de visitantes fronterizos y de cruceros (que ingresan sólo por unas cuantas horas al país), acumulando un ingreso de divisas turísticas de 6,164 millones de dólares americanos, que representó la tercera fuente de divisas. La balanza turística resultó positiva en una suma histórica de 3,011 millones de dólares; gracias a esta industria se empleó al 9% de la población económicamente activa; es decir, que el sector turismo contribuye ahora con un empleo de cada 11 puestos de trabajos⁷ (o lo que es igual de cada 100 empleos, 9 pertenecen al sector turismo).

En el interior del país, la industria turística generó 138 millones de viajes/personas y la suma de la actividad del sector representó el 5% del PIB, tan sólo contabilizando la rama de hoteles y restaurantes. Se estima que si se contara también el transporte turístico, las compras y otras actividades recreativas, la industria turística de México resultaría causante de la generación del 7 al 8% del PIB.

En 1994 el sector turismo contribuyó con el 3.5% de la captación fiscal de la Federación y en 1995 captó cerca del 5% de la inversión extranjera directa.

A nivel mundial México ocupa el octavo lugar por concepto de captación de turistas internacionales, el séptimo en cuanto a disponibilidad de alojamiento turístico, con más de 370,000 habitaciones de hotel, y pasamos del décimo al décimo sexto en cuanto a ingresos (divisas) percibidos por turismo.

En el Continente Americano, México ocupa el segundo lugar, después de los EE.UU. y por arriba de Canadá, al captar el 18% del total de visitantes extranjeros de América; tanto del continente como del resto del mundo.

No obstante, esta posición internacional y particularmente en el continente americano de la oferta turística nacional, que a primera vista parece ser muy positiva, la dinámica del mercado y conformación de nuevos productos turísticos más diversificados, nos presenta a corto, mediano y largo plazo un panorama nada halagador: la oferta turística nacional está perdiendo competitividad a pasos agigantados. Si no actuamos de inmediato el rezago turístico del país puede llegar a ser insalvable muy pronto. Simplemente el hecho de que hallamos pasado del lugar 10 al 16 por ingresos (divisas) turísticos, es un indicador clarísimo de que, no obstante recibir un importante número de turistas, el gasto es mucho menor. Esto quiere decir que nuestro producto tradicional (sol y playa) se está abaratando. Está perdiendo valor en un mercado cada vez más competitivo y exigente tanto porque hay más vendedores (por ejemplo Cuba, Jamaica, República Dominicana) que ofrecen al mismo tiempo producto más barato, y porque han surgido nuevos y más sofisticados productos turísticos que están apoderándose del mercado internacional.

⁷ Informe de la SECTUR

4. EVOLUCION DEL PRODUCTO TURISTICO NACIONAL

En 1932 se creó la Comisión Nacional de Turismo, dentro de la Secretaría de Economía Nacional. En el origen del fenómeno turístico internacional, durante los años 50, se percibió a México por su peculiar sabor campirano, la riqueza de su música vernácula difundida por el cine y su pasado prehispánico, representado fundamentalmente por Teotihuacan, estas condiciones se reflejan cuando en 1950 el número de turistas internacionales que visitaron México ascendió a 384 mil personas.

El despegue turístico de México se dio a fines de la década de los 50, con el lanzamiento de Acapulco como producto internacional de sol y playa y con el desarrollo de obras muy importantes de comunicaciones terrestres y aéreas que facilitaron el acceso de nuevas corrientes turísticas internacionales a nuestras playas y sitios arqueológicos. México alcanza el primer millón anual de turistas internacionales en 1963.

A fines de los años 60 se construyeron el aeropuerto internacional de Manzanillo y el complejo turístico de Las Hadas, ubicando a este puerto en los mercados internacionales de viajes. El Gobierno de México inició, a través del Banco de México, un análisis serio y profundo del turismo como instrumento eficaz de desarrollo económico.

Durante los años 70 surgen los desarrollos turísticos integralmente planeados⁸, como un esfuerzo deliberado por captar substancialmente el turismo internacional de sol y playa. Se construyeron Cancún e Ixtapa-Zihuatanejo y se sientan las bases para el desarrollo de Los Cabos y Loreto en Baja California Sur y Bahías de Huatulco en Oaxaca. También en esta época se dan los pasos necesarios para desarrollar la infraestructura que permite el desarrollo de Puerto Vallarta. Mazatlán se desarrolla turísticamente gracias a la infraestructura creada para una ciudad industrial y comercial, a partir de la belleza de sus playas y la intensidad de la pesca deportiva; en tanto que Cozumel se ve impulsado por el propio desarrollo de Cancún.

La nueva política de transporte aéreo, diseñada a principios de los años 80, acelera el crecimiento de nuestros centros turísticos, especialmente los de playa y sol, beneficiados con una política liberalizada de vuelos internacionales de fletamento (charters). El transporte aéreo se constituye en el instrumento más eficaz para impulsar las corrientes turísticas internacionales hacia México y en un medio creciente de desarrollo del turismo interno.

La política de liberalización de transporte aéreo y carretero nacional, aunado a la construcción de una importante red de modernas autopistas, impulsaron el desarrollo del turismo aéreo y asentaron las bases para el desarrollo carretero, por muchos años rezagado.

En suma, por espacio de tres décadas el producto turístico mexicano se identificó con el turismo de playa y sol, ubicando a México como líder del continente americano en esa especialidad. Los aeropuertos, la política aérea y los centros turísticos integralmente planeados

⁸ Son complejos turísticos que integran diversas actividades recreativas, además de la playa, como pueden ser canchas de tenis, campos de golf, marinas, etc.

atrajeron la inversión y demandaron el crecimiento de la oferta de alojamiento turístico en todo el país.

Adicionalmente, México ha logrado mantener su posición competitiva en el mercado de viajes internacionales por su cercanía con los EE.UU., el mercado de compradores de productos turísticos más grande del planeta y por el poder de compra del dólar y otras divisas fuertes frente a nuestra moneda, que temporalmente nos ha dado una ventaja en precio.

Sin embargo, la fuerte competencia internacional, el desarrollo de productos turísticos más diversificados y mejor integrados, en la parte continental de los EE.UU., Hawai, el Caribe e incluso Centroamérica así como las nuevas demandas del turista internacional, ponen en serio riesgo la competitividad de México en el mercado internacional de viajes de placer.

A pesar de nuestro gran patrimonio natural, histórico y cultural, México ofrece fundamentalmente un producto relativamente simple, constituido por sol y playa. En función de las condiciones internacionales ya mencionadas, este producto atrae cada vez más a consumidores de bajo nivel de gasto, en contraste con los usuarios de mayores ingresos quienes se orientan hacia productos más complejos y diversificados en el mercado mundial.

En el producto de sol y playa incluso, nuestros competidores están agregando atractivo y calor a su oferta, con productos diferenciados que utilizan actividades de turismo de aventura y observación de la naturaleza, como los paseos por los pantanos de los Everglades en Florida o un extraordinario despliegue de turismo cultural, como en el caso de la ciudad de Santa Fe en Nuevo México, en donde además han agregado la diversión del juego en casinos operados por las reservaciones indígenas.

Aún en ofertas distantes al sol y playa, como las de Asia y en los mares del Sur, la cultura, la naturaleza, la aventura y el juego en casinos están generando productos turísticos atractivos, diferenciados y de alto valor. Frente a esta realidad, el producto mexicano simple de sol y playa basa su competitividad en el precio y por lo tanto atrae segmentos turísticos de bajos ingresos

Lo anterior lleva a considerar la entrada de fuentes complementarias de entretenimiento a las tradicionalmente existentes de sol y playa, sin olvidar el turismo prehispánico, colonial y natural con que cuenta nuestro país, el cual aún cuando es rico y atractivo no se le ha dado la promoción y difusión necesaria, para ser aprovechada como lo es por ejemplo Grecia, Roma o Egipto.

En consecuencia, el turista extranjero que ingresa al país registra un gasto promedio de USD 520.4 por estadía, en tanto que en Alemania el gasto promedio por turista es de USD 820.2 y en Egipto de USD 1,073.7.

En términos globales hay algunos signos preocupantes para la industria turística mexicana que hay que tener en consideración. Así, por ejemplo:

- El número de viajeros norteamericanos hacia México continúa creciendo; sin embargo, el sector creciente es el de habla hispana, en tanto que el norteamericano anglosajón prefiere otras ofertas actividades de entretenimiento.

- A México le tomó 25 años construir más de 25 mil cuartos de hotel en el Caribe Mexicano (Cancún, Cozumel, Isla Mujeres y el Corredor Cancún-Tulum), mientras que Cuba está a punto de alcanzarnos, con 23 mil cuartos construidos en ocho años; en tanto que Jamaica crece en su oferta a un ritmo superior al de México y cuenta con aproximadamente 20,000 habitaciones hoteleras.
- La República Dominicana recibe más turistas alemanes al año que todo México y su oferta total de cuartos es de poco más de 27 mil habitaciones hoteleras.
- Tan sólo estos tres países, vecinos caribeños de Cancún, hoy en día por mucho nuestro principal polo de desarrollo turístico, representan una oferta de más de 70 mil cuartos frente a los 25 mil de Cancún. Ellos ofrecen lo mismo que nosotros: sol y playa (excepto zonas arqueológicas, las que no son aprovechadas por la poca promoción que se les da en comparación con otras partes del mundo). De continuar así a Cancún sólo le quedará competir por precio, esto es, abaratar un producto y en pocos años tendrá los problemas que ya hoy enfrenta Acapulco.
- En sólo ocho años, Costa Rica ha alcanzado cerca de un millón de turistas, con una oferta especializada de turismo ecológico, superándonos en este renglón porque ha logrado captar un nicho específico de mercado, consiguiendo reconocimiento mundial como país de la "oferta verde".
- México ocupa el octavo lugar en captación de turistas y el número 16 en captación del gasto, lo que significa que seguimos utilizando el elemento precio como base de nuestra competitividad, a diferencia de otros países que maximizan el valor agregado a la vacación, obteniendo tarifas más altas. Tal es el caso de Belice, el cual ha desarrollado su oferta turística de sol y playa, atendiendo al nicho de mercado de buceo y del ecoturismo, con una oferta de gran originalidad en que la rusticidad se combina con servicios de muy alta calidad.
- Se identifica al sur de los Estados Unidos de América con el desarrollo de productos turísticos altamente competitivos, algunos de ellos sustentados incluso, en un "sabor mexicano", que retiene la afluencia de visitantes norteamericanos dentro de su propia frontera.

En términos generales, puede afirmarse que el producto turístico mexicano, ha venido perdiendo competitividad, obligándose a mantenerla a base de menor precio relativo; nuestro producto tradicional es poco complejo y diferenciado y no hemos logrado agregar valores a la oferta básica, que multipliquen la satisfacción del turista ante el producto adquirido.

Naturaleza y alojamiento, sin una amplia gama de atractivos y actividades, se convierte en un producto turístico que progresivamente se aleja de los nuevos patrones de consumo de los sectores con mayor capacidad de pago dentro de corrientes turísticas mundiales. Así se explica que los grandes mayoristas lo venden como artículo común y no diferenciado en el mercado de viajes internacional.

El actual producto turístico mexicano de playa y sol, requiere urgentemente integrarle valores agregados que incluyan la región, la cultura, la gente y la historia, pero también toda la tecnología de entretenimiento.

Los datos que indican la tendencia en el mercado turístico muestran que los países ya no son productos en el mercado mundial, sino sus sitios o regiones turísticas con características definidas, que los hacen "especiales" y "diferentes" a los ojos del viajero internacional. En la moderna rama turística es indispensable agregar también, a estos sitios o regiones, las actividades, el entretenimiento y las diversiones que corresponden a su nicho de mercado, de tal modo que sean competitivos.

5. EVOLUCION DE LOS CASINOS

A) LAS VEGAS, NEVADA, (ESTADOS UNIDOS)

Población de los Estados Unidos, ubicada en el estado de Nevada, siendo capital del condado de Clark. En esta ciudad existe una gran cantidad de casinos (casas de juego) y centros de diversión; siendo por tal motivo la segunda ciudad más importante del estado, después de Reno, ciudad en la cual también existen casinos.

Nevada formó parte del territorio tomado a México en 1848 y para 1864 fue constituido como estado.

Además de los casinos como principal fuente de ingresos para el estado, también cuenta con grandes yacimientos de oro, plata, cobre, plomo, hierro y tungsteno.⁹

La era de los casinos en Las Vegas se da a partir de la segunda mitad de los años 40's, idea de un personaje singular, Benjamin Siegel, mejor conocido por la gente como "Bugsy", por la forma en que trataba a sus "socios".

Hijo de inmigrantes, creció a las afueras de Nueva York; desde niño formó un grupo con otras dos personas, Charly Lucciano y Meyer Lansky, este último su mejor amigo. Pronto iniciaron sus negocios a la par de la mafia con el tráfico de alcohol, y de una manera muy rápida llegaron a estar en la cima, siendo ellos todavía unos jóvenes (de aproximadamente 25 años); llegando incluso a formar parte del grupo selecto encabezado por el conocido Al Capone.

Para 1944, Siegel visita la ciudad de Los Angeles, con el fin de reunirse con Jack Dragna, quien manejaba discretos negocios de casas de juego.

A los pocos días visita Las Vegas, para ver un casino, el cual por las condiciones en que se encuentra lo cierra, en ese viaje se hace acompañar de la Srta. Virginia Hills (mejor conocida en Los Angeles como "Flamingo"). De regreso a Los Angeles, el Sr. Siegel se detiene en la carretera y le surge una idea, la de construir en medio del desierto un gran hotel de lujo con su casino; buscando asemejar a los de Mónaco, pero con un concepto mucho más moderno.

Con esta idea regresa a Nueva York, a ver a sus amigos y a exponerles el proyecto; pero el Sr. Lansky se niega, sugiriendo mejor instalarlo en Cuba, por su cercanía a Florida.

⁹ Tungsteno es un mineral que cristaliza en el sistema monoclinico, se representa en formas hojosas, laminares o columnares y en masas granudas. Es de color pardo oscuro, de brillo opaco, se halla generalmente en venas de cuarzo. Es utilizado para producir filamentos de lámparas, tubos de t.v., y aceros especiales entre otros. Su nombre químico es volframio.

El Sr. Siegel apoyando su idea, planteo que el ir a Cuba no era tan bueno por ser otro país y en cualquier momento por una decisión política se podía perder todo, en cambio el instalarlo en Las Vegas, lo hacía propio del país y sin ningún riesgo; además al estar terminado el hotel se iniciaría la construcción de la ciudad, con lo que al ser ellos los "fundadores" estarían al mando de todo.

Pero había un inconveniente, el costo, a cuánto ascendería? quién lo pagaría? quién estaría a cargo del manejo del dinero y de la obra?

El capital para la construcción saldría de los socios, que en ese momento eran los amigos de Siegel; el Sr. Lucciano no está muy de acuerdo, pero accede.

El primer presupuesto fue de un millón de dólares, y la administración de ese dinero se le otorgó a la Srta. Hills, aunque la mayoría de los socios se oponen; al final ella se apropia de una parte del dinero, siendo esta una de varias causas por las que al final el proyecto alcanza la cantidad de 6 millones de dólares, eso y una mala organización y coordinación en la evaluación y ejecución del proyecto llevó al Sr. Siegel a buscar más financiamiento ya que el Sr. Meyer y el Sr. Lucciano solo aportaron 3 millones de dólares. Tal situación provocó que una parte de las acciones se revendiera varias veces, en otras palabras, esas acciones se vendieron 3 veces al mismo valor y a diferentes personas al mismo tiempo, fraude del cual nadie se quiso dar cuenta.

Después de un sinnúmero de peripecias el hotel es terminado, pero una falla más impidió que los inversionistas siguieran apoyando al Sr. Siegel; la inauguración se realiza un 24 de diciembre de 1947 y a la cual nadie asiste, esto trajo como consecuencia una decisión, la de matar al Sr. Siegel, lo cual es cumplido de inmediato.

Este hotel es el Flamingos, cuyo nombre se le dio por la Srta. Hills. Este es el primer hotel y casino construidos en lo que ahora es una de las ciudades más grandes del juego, Las Vegas, con lo que la gran idea del Sr. Siegel se hizo realidad.

Esa inversión de 6 millones de dólares, ha producido a lo largo de su existencia la increíble cantidad de 100 mil millones de dólares para el año de 1991.

En la primera etapa de desarrollo del destino éste se constituyó en un centro básicamente orientado a satisfacer a un mercado compuesto por adultos, ofreciendo casinos, espectáculos y vida nocturna. Inclusive su localización en el territorio lo definía como un centro aislado del resto del sistema turístico de su país.

A partir de este concepto se posicionó como un destino líder, pero estratégicamente no podía asegurar, sobre la base de tales conceptos, su viabilidad a largo plazo.

De este modo se inició un profundo y continuo esfuerzo para ampliar y diversificar segmentos de mercado, apoyado en una estrategia que le permitiera reposicionarse como destino vacacional, para así captar -además de su demanda tradicional- el segmento familiar, que a la postre se ha convertido ya en su principal mercado.

Por otro lado, Las Vegas se ha ido integrando a los circuitos y rutas de turismo regional, abandonando sus status de enclave territorial. En efecto, hoy forma parte de circuitos que la

vinculan con el Cañón del Colorado, con los productos culturales del Estado de Nuevo México y Arizona, y con diferentes rutas escénicas, históricas y culturales de California, Utah y Kansas.

Este planteamiento estratégico -que concibe a los casinos como parte del entretenimiento, y a éste como componente de una estrategia integral- repercutió en un aumento del volumen de visitantes, de la estadía y del gasto a partir del desarrollo del producto entretenimiento.

En 1995 Las Vegas recibió a 30 millones de visitantes, registrando una ocupación hotelera superior al 90%. Para 1996 en el destino se inauguraron alrededor de 10 mil cuartos de hotel.

B) MOTECARLO Y MONACO (PRINCIPADO DE MONACO)

País situado en la costa mediterránea de Francia, con 1.9 kilómetros cuadrados, es un lugar popularmente visitado, cuyo principal atractivo para los turistas son sus casinos y su clima agradable; cuenta con aproximadamente 30,000 habitantes.

El Principado exitosamente ha buscado diversificar sus servicios y el alto valor añadido de su industria.

El Estado se financia mediante impuestos bajos a personas que han establecido su residencia en el Principado e impuestos cobrados a empresas extranjeras que residen en el mismo.

Cerca del 55% de los ingresos que obtiene Mónaco son captados por los impuestos en hoteles, bancos y el sector industrial; aproximadamente 25% proviene del turismo. Lo anterior permite que se viva con estándares altos, los cuales pueden ser comparables con los de las metrópolis francesas.

La actividad industrial está principalmente situada en Fontvieille, ésta es una fuente de empleos, la cual beneficia a comunidades vecinas, el Departamento de los Alpes Marítimos y pueblos de Italia, los cuales proveen de mano de obra en casi dos terceras partes de los aproximadamente 30,000 empleos existentes en el Principado.

Dentro de las industrias más importantes se encuentran la química, farmacéutica y cosmetología, entre estas suman 23 empresas, laboran 1,000 personas y generan 45% del total de la producción industrial.

También cuenta con 13 procesadoras de plástico, las cuales emplean a cerca de 1,000 personas y la industria textil la cual está conformada por 8 empresas, 200 empleados y 2,200 trabajadores.

En los últimos años las autoridades Públicas han alentado el crecimiento económico del Principado proporcionando las bases para el desarrollo de la empresa privada.

La actividad económica del Principado se coloca en cuatro líneas principales:

La actividad industrial, la cual es poco conocida, pero ha tenido un gran desarrollo en menos de un siglo. El gobierno ha adoptado una política industrial que actúa en la instauración de empresas en favor de aquellas que son capaces de producir altas tasas de ganancia y al mismo tiempo que se preocupen por el impacto ambiental, dentro de éstas se pueden ver la industrial farmacéutica y la de cosmetología, ya que son las más numerosas, pero trabajan en conjunto con áreas de procesamiento de plástico.

En menor medida se encuentra la participación de sectores como la ingeniería mecánica, embalajes, impresión y ropa.

La actividad industrial ocupa a cerca de 4,000 personas, (13% de la PEA).

La actividad turística esta conectada esencialmente con el turismo privado o turismo de negocios; el Principado cuenta con 2,500 habitaciones, la mayoría de ellas catalogadas en cuatro y cinco estrellas. El coeficiente de ocupación promedio en 1993 fue de 48.3%.

El tercer sector incluye actividades que se han venido desarrollando en años recientes, esto dentro de las áreas bancaria y actividades financieras, y el establecimiento de filiales de empresas no financieras a nivel internacional.

Este es el sector que ha tenido el crecimiento más espectacular ya que en 1993 produjo 49.1% del producto, su esfera de actividad incluye bancos, seguros consultorias, servicios auxiliares e intermediarios.

El cuarto sector es el del comercio, el cual representó para 1993 el 21% del producto total.

Finalmente los bienes raíces juegan un papel importante en la economía, justificando investigación y determinando direcciones en el campo de la planificación poblacional.

El producto del Principado ascendió a 3.25 mil millones de francos en 1975, para 1993 llegó a 21.3 mil millones de francos, en 1989 a 25.4 mil millones de francos y para 1993 a 33.2 mil millones de francos.

EL CASINO DE MONTE CARLO

El Casino de Monte Carlo es el principal casino en Europa y también el más viejo, fue construido en 1878, en él se muestra el más fino ejemplo de la arquitectura de Napoleón III.

El atrio fue hecho en 1856, bajo el régimen del príncipe Carlos III, el primer "Socit des Bains de Mer", y fue fundado como un monopolio de juego en las actividades del Principado.

Era el único hasta 1863, que es cuando aparece en escena un hombre de negocios llamado Francois Blanc con lo que el casino abre sus puertas en su locación actual.

En unos años Francois Blanc perdió la tierra, pero con ayuda de su esposa Marie; construyeron la ciudad entera de Monte Carlo (1866), en honor del príncipe Carlos III.

Para 1878, Marie Blanc solicitó los servicios de Charles Garnier, el famoso arquitecto de la Opera House de París, para construir lo que es el actual casino de Monte Carlo. Después de seis meses se inauguró por la renombrada artista Sarah Bernhard.

Desde luego este casino ha contado con la asistencia de las celebridades más ilustres, entre los cuales están: Winston Churchill, el Kaiser William II, el rey Eduardo VI, entre otros.

CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo de este estudio es el suministrar información relevante para la toma de una decisión parcial sobre el invertir o no en el proyecto, primeramente recoge información pertinente sobre los productos o servicios que propone ofrecer el proyecto, después esta información pasa a ser analizada cuidadosamente para medir la demanda potencial o insatisfecha, dando como resultado una o varias alternativas de acción.

1. DEMANDA

Se entiende como demanda la cantidad de un determinado bien o servicio, que pueda satisfacer un requerimiento de alguna agrupación de clientes.

Adicionalmente hay una serie de condiciones determinantes, como los gustos y preferencias del consumidor, así como su nivel de compra o poder adquisitivo; de esta forma la demanda es un proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan y motivan el consumo de un bien o servicio, evaluando simultáneamente la cantidad o volumen adquirido de los bienes bajo estudio.

1.1. ANALISIS DE LA DEMANDA

El proceso total de la medición de la demanda tiene como objetivo identificar áreas geográficas y características del consumidor, las incertidumbres claves, el volumen consumido y otros aspectos relevantes que deciden la aceptación o rechazo del bien o servicio en el mercado.

En la actualidad la mayor parte de las decisiones de mercadeo están basadas por la estimación, análisis, proyección de registros estadísticos, y muy pocas veces sobre la creencia u observación personal del investigador.

Para lograr una mayor precisión de la demanda, se requiere hacer una segmentación de mercado, en la cual se reconoce que el mercado total esta compuesto por varios submercados, cuyos consumidores tienen necesidades homogéneas en algunos estratos, ya sean demográficos, geográficos, económicos, culturales, psicológicos, etc. Todo esto da la oportunidad de conocer la demanda con el mayor grado de certeza posible.

La segmentación para el mercado mexicano de casinos (número de adultos que son jugadores potenciales) se calcula en 50% del mercado total, porque se elimina a los menores de 18 años, que sí compran, pero no juegan. Se estima que pueden considerarse jugadores potenciales sólo 30% de los adultos, ya que se toma en cuenta a aquellas personas que ganan más de 5 salarios mínimos.

Entre 1970 y 1987 el número de turistas internacionales ha aumentado a una tasa constante de crecimiento del 4.8%, promediando en ese periodo 256.11 millones de turistas; en

ese lapso México captó un promedio de 3.74 millones de turistas, que representan el 1.47% del total en el mundo.

Los turistas residentes en Estados Unidos conforman el 80% del total de turistas que visitan México, por tal motivo es importante conocer el destino del total de turistas que viven en ese país.

Como se puede ver en el siguiente cuadro, el principal destino de los residentes de Estados Unidos era Canadá, en 1986 viajaron 13.9 millones de turistas, equivalente al 34.5%; mientras que a México sólo viajaron 3.9 millones. Hoy en día México es el segundo lugar más visitado en el continente Americano, por turistas internacionales, captando el 18% del total de visitantes de América.

Cuadro 1
RESIDENTES DE ESTADOS UNIDOS
QUE VIAJARON AL EXTRANJERO
SEGUN DESTINO. 1986

PAIS	MILLONES DE TURISTAS	PARTICIPACION PORCENTUAL
MEXICO	3.9	9.68%
CANADA	13.9	34.49%
CARIBE	6.5	16.13%
EUROPA	12.4	30.77%
OTROS PAISES	3.6	8.93%
TOTAL	40.3	100.00%

FUENTE: Compendio de Estadísticas del Turismo, Madrid, 1987, O.M.T.

Internacional

La demanda para este estudio estará conformada por los turistas internacionales y en específico por el turismo receptivo, el cual contempla los turistas que arriban al interior del país; además de que el gasto que realizan es muy significativo en relación a otras categorías de visitantes, siendo esta la razón por la que se considera este tipo de turismo como demanda para el proyecto del casino.

De 1990 a 1995 el crecimiento del turismo receptivo es de 4.02%, y conforma el 8.17% del total de visitantes internacionales, con un gasto promedio de \$3,896.1 usd, que representa el 64.39% del gasto de todos los visitantes extranjeros (Cuadros 23-23.1).

En 1995 el turismo receptivo era el 9.16% del total de visitantes (7,784 personas al año) con un gasto de \$4,051 usd, con los siguientes lugares de procedencia: 85% de Estados Unidos, 3.7% de Canadá, 5.2% de Europa, 5.7% de América Latina y 0.5% de otros lugares (Cuadros 23-23.1-24.1).

El motivo de viaje se centra en dos actividades: placer y visita a familiares; 4,478.8 y 1,483.8 personas respectivamente, en promedio de 1990 a 1995, presentando una tasa media de crecimiento del 2.33% y del 5.81%, este es un indicador importante para la oferta de nuestro servicio, pues sería un complemento más a la diversión y entretenimiento que podrá encontrar el visitante en nuestro país (Cuadros 24-24.1).

En 1995 los visitantes por placer fueron 4,687.5, representando casi el 80% del total, el gasto ejercido ascendió a \$2,655.5 millones de usd (65.5%) (Cuadros 24-25).

Nacional

En este punto solo será considerado como demanda del proyecto el turismo egresivo, por ser el que mayor gasto realiza; entiéndase por esta categoría a aquellas personas que salen del país y se hospedan en un hotel o motel, su tiempo de estadía mínima es de dos a tres días; considerando que posibles jugadores de México que se van a Las Vegas, mejor jueguen dentro del país, es decir, en el casino que propone el proyecto.

Entre 1990 y 1995 el número de personas que salió del país fue de 107,407.3, de ellas el 4.14% fue turismo egresivo y su gasto en promedio fue de \$1,823.4 millones de usd (34.62%) (Cuadro 27).

En 1995 del total de personas que salieron del país, 3,703 (4.14%) turistas fueron de la categoría de turismo egresivo y gastaron \$1,024 millones de usd (32.48%); su destino fue: Estados Unidos 92.6%, Canadá .4%, Latinoamérica 2.1% Europa 4%, otros lugares 0.85% (Cuadros 27-27.1-28.1).

El motivo de viaje también está centrado en: por placer y visita a familiares, 29.96% y 44.82% respectivamente, entre 1990 y 1995 (Cuadro 28.1).

Para 1995 los mexicanos que viajaron al extranjero por placer fueron 761.1 personas, esto represento una disminución de casi el 44% con respecto a 1994, esto debido a la crisis sufrida en el país a finales de ese año, su gasto fue de \$364 millones de usd, también casi reducido a la mitad, por la devaluación del peso de un 50% (Cuadros 28-28.1-29).

Acapulco

En 1995 los turistas noche que se hospedaron en Acapulco fueron: 3'615,466 (8.88% del total) nacionales y 1'600,125 (6.47% del total) extranjeros, estos suman 5'215,591 personas (Cuadro 35).

De esos nacionales, 1'597,626 (44.19% de los nacionales y 30.63% del total) se hospedan en hoteles de 5 estrellas; 1'230,085 (34.02% de los nacionales y 23.58% del total) en 4 estrellas y 787,755 (21.79% de los nacionales y 15.1% del total) en las restantes categorías (Cuadros 35-35.1).

Mientras que el número de extranjeros en hoteles de 5 estrellas fue de: 959,972 (59.99% de los extranjeros y 18.41% del total); en 4 estrellas: 489,491 (30.59% de los

extranjeros y 9.39% del total) y en las demás categorías: 150,662 (9.42% de los extranjeros y 2.89% del total) (Cuadros 35-35.1).

1.2. PROYECCION DE LA DEMANDA

Debe reconocerse que hoy en día no es tan fácil el efectuar una proyección certera de la demanda, debido a la deficiente sistematización de datos que existe sobre los servicios del sector turismo, en comparación con el gran desarrollo que se ha venido dando en los últimos años en los sistemas de información, bases de datos que son actualmente más complejos y eficientes en países más desarrollados, los cuales permiten estimar mejor la demanda futura; a esto debe sumarse, la poca cultura que se tiene en nuestro país de llevar esos sistemas y bases de datos estadísticos.

Internacional

Tomando una tasa media de crecimiento anual del 4.2% (tasa obtenida de la serie 1990-1995, se calcula que para el año 2002 el turismo receptivo sería el 11.5% (10,254.84 personas) del total, con un gasto de aproximadamente \$5,175.09 millones de usd; mientras que para el año 2007 su participación alcanzaría el 13.5% (12,486.69), y el gasto ascendería a \$6164.34 millones de usd (Cuadros 23.1-23.3).

Para el año 2002 se considera que el país recibirá a 5,506.48 personas por visita de placer (53.7%) y para el 2007 a 6,177.7 (49.48%), como es de notarse su participación al parecer disminuirá, pero será complementada con un incremento en los viajes de negocios (12.35% su tasa de crecimiento media anual) (Cuadros 24.1).

Nacional

No se puede estimar una proyección aproximada debido a que su comportamiento está basado en variables internas, más que en externas, como lo es comportamiento de la economía, en comparación con la demanda internacional que es más estable.

1.3. DEMANDA DINAMICA

Para determinar la demanda dinámica de un bien o servicio, se debe estudiar las necesidades de los consumidores y su poder adquisitivo. El análisis de estas necesidades potenciales requiere un amplio estudio en el campo para que se pueda establecer con exactitud tanto el precio de producción, como el costo que conlleve la prestación del servicio, en las cantidades necesarias para satisfacer esa demanda.

Tal motivo lleva a iniciar el análisis con una medición de la demanda probable a través de una identificación de todas aquellas unidades que podrían demandar el servicio, posteriormente se determinará, mediante técnicas de muestreo y encuestas, los volúmenes que adquirirá cada uno de ellos, a esto también se le conoce como encuestas de intenciones de compra.

El potencial del mercado de entretenimiento para México

El 86.9% del turismo internacional que visita México proviene de los Estados Unidos de América, del cual 50% reside en los estados fronterizos de California y Texas, ambos con casinos limitados a reservaciones indias.

En ese país la industria de entretenimiento en casinos creció en ingresos entre 1990 y 1994 en un 100%, alcanzando la cifra de 16 mil millones de dólares anualmente.

En 1994 los estadounidenses realizaron 24 millones de viajes de estancia corta de una o dos noches, adquiriendo productos turísticos que incluyen casino.

El gasto que efectuó el turista de playa de Estados Unidos de América en 1994 fue, en promedio, de 49 dólares diarios; por su parte, el visitante a destinos con casinos, de 124 dólares por persona.

El perfil de los adultos norteamericanos que acuden a casinos es el siguiente: mayores de edad, que habitan en grandes ciudades, que tienen menor número de hijos y mayores niveles de educación, ocupación e ingreso.

Una encuesta de consumidores del producto turístico mexicano con casino, realizada por la SECTUR en 1995, reveló que del mercado norteamericano antes descrito, el número de visitantes fronterizos a México con motivo de una oferta turística con casino se incrementaría en un 7%, al interior del país aumentarían los turistas en más de 10%. Este aumento en el flujo turístico representaría un incremento de su gasto del orden del 19% anual. Todo lo anterior representaría una captación del 10.5% del mercado turístico con juego de los estados Unidos de América.

Con base a las estimaciones, el mercado mexicano de casinos (número de adultos que son jugadores potenciales) se calcula que sería un 50% del mercado total, porque se consideran únicamente a los mayores de edad (21 años), que aún cuando sí compran, no juegan. Serán jugadores potenciales sólo un 30% de los adultos, ya que se toman más en cuenta a aquellos que tienen ingresos mayores a los cinco salarios mínimos.

La introducción de casinos en México puede atraer una porción de los viajes de juego que hacen los estadounidenses y otros extranjeros y, también, una porción de los viajes de mexicanos al extranjero para jugar. Dependiendo del lugar donde se originan esos viajes, la región oeste de México, Acapulco y Los Cabos, y la región este; Cancún y Cozumel, pueden atraer parte de esos viajes: unos 475,000 la región oeste, y unos 580,000 la región este. Por un lado Acapulco tendría el 70% y por el otro Cancún tendría la misma proporción.

Estimaciones de SECTUR muestran que 11% de los hogares mexicanos participa en el juego de azar (un millón 800 mil personas, en lo que es lotería, melate, pronósticos, etc. y en ferias). De ellos, 60% lo hace en Estados Unidos; 31% lo hace en México (en clubes privados o en viajes de crucero); 1% en Las Bahamas, y 8% en otros lugares. Si se asume que en cada hogar hay 1.2 jugadores, resultan 2.2 millones de viajes en los que tiene lugar el juego. El 10% de esos viajes (216,000), podría transferirse a los futuros casinos de México.

De los visitantes a Acapulco en 1995 (2'607,780 personas), la demanda a considerar es el 50% sobre el total, pues aquí quedan descartados los menores de edad y adultos no tan interesados en adquirir el servicio; de esta demanda obtenida, se calcula que un 45% será la demanda efectiva del servicio, por lo que estamos hablando de aproximadamente 1'173,501 clientes.

2. ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta se concibe como la cantidad de bienes y servicios que los productores estarían dispuestos a colocar en el mercado durante un cierto periodo a un determinado precio.

Generalmente los costos en que se incurre en cualquier negocio, influyen de manera casi directa en la cantidad de bienes o servicios que estarían dispuestos a colocarse en el mercado durante un periodo determinado.

Revisando datos históricos de la Organización Mundial de Turismo (O.M.T.), se puede ver que de 1980 a 1988 el número de cuartos que se ofrecen en los principales puntos turísticos del país, ha mostrado una tasa constante de crecimiento del 5.12%, destacando en primer lugar Cancún, con una tasa constante de crecimiento del 12.4% y Puerto Vallarta con una tasa del 6.21%, mientras que la tasa registrada en Acapulco es de 2.49%, lo anterior muestra un crecimiento importante en la oferta de servicios turísticos en nuestro país.

CUADRO 2
NUMERO DE CUARTOS EN CIUDADES SELECCIONADAS, 1988

AÑO	ACAPULCO	CANCUN	COZUMEL	MAZATLAN	PTO. VALLARTA	TOTAL
1980	14,087	3,930	1,712	5,238	4,591	29,558
1981	14,212	5,225	1,725	5,822	4,783	31,567
1982	15,054	5,258	1,815	6,124	5,595	33,846
1983	16,162	5,709	1,800	6,048	5,700	35,419
1984	16,431	6,106	1,893	6,180	6,224	36,834
1985	16,290	6,591	1,910	6,554	6,517	37,862
1986	16,747	7,028	1,941	6,677	6,804	39,197
1987	16,729	8,910	2,183	7,150	6,958	41,930
T.M.C.	2.49%	12.40%	3.53%	4.55%	6.12%	5.12%

FUENTE: Secretaría de Turismo y Banamex

Tan importante es el número de cuartos con que cuenta nuestro país, como lo es la eficiencia de la infraestructura hotelera en función a la captación de turistas internacionales.

Debido a la inexistencia de casinos en la región, es decir, en el Puerto de Acapulco, se considerará como oferta únicamente a dos establecimientos, uno en la misma zona, ubicado en la Costera Miguel Alemán, que es el Jai Alai de Acapulco y otro en el estado de Aguascalientes, el cual es un casino que opera únicamente en el periodo que se realiza la Feria de San Marcos (estos se describen en el apartado 4.1. Competencia Nacional, de este capítulo).

En el Jai Alai, si bien es cierto, se realizan apuestas con las competencias que se realizan dentro del inmueble y con eventos deportivos internacionales, estas últimas a través de pantallas, así como también en los hipódromos, pero ninguno cuenta con mesas o máquinas de juego, por lo que sólo son considerados como lugares de apuestas y no casas de juego, como lo es un casino.

Por tal razón dicho establecimiento será considerado como oferta secundaria, por ser un lugar en el que se realizan apuestas, pero exclusivamente sobre eventos deportivos y no como en un casino que es sobre los juegos de mesa; así también como un posible competidor.

Oferta total hotelera

Se hace referencia a la capacidad hotelera instalada de la región, con el fin de justificar la ubicación del proyecto; como a su vez aprovechar esta capacidad para incrementar su demanda por medio del casino.

Para el año de 1995 la oferta hotelera era de 186,425 habitaciones en el país, el 8.35% corresponde a Acapulco (15,574 cuartos), ubicándose debajo de Cancún (10.13%) (Cuadros 31-32).

Oferta hotelera en Acapulco

De las 15,574 habitaciones, el 37.27% están dentro de la categoría de 5 estrellas, 30.02% en 4 estrellas y 32.71% en las restantes categorías; su porcentaje de ocupación al año es: 56.95%, 47.67% y 19.4% respectivamente. el tiempo de estadía promedio es 3.91, 3.4 y 1.89 días (Cuadros 35-35.1).

3. OFERTA-DEMANDA

Una vez analizada la oferta y la demanda, podemos resumir que la demanda por concepto turístico-entretenimiento rebasa por mucho la oferta, esto es tanto en clubes de golf, marinas, discoteques y más aún casas de juego, pues como se ha mencionado solo se realizan apuestas (Jai-Alai, Frontón México, hipódromos, entre otros) y un solo casino que opera únicamente dos semanas al año (el de la Feria de San Marcos).

Por lo que el análisis de oferta-demanda estará sustentado por la ocupación hotelera, en la que la oferta supera por mucho a la demanda; con lo que a través del casino se buscará que la demanda se incremente y la ocupación de los hoteles llegue a un rango de entre 80 y 85%, (o por lo menos que la del Mayan Palace Vidafel logre un nivel del 90%, esto por ser el lugar en que se instalara el casino).

Se buscan dichos niveles debido a que la ocupación promedio en hoteles de 5 estrellas, ubicados en Acapulco, llegó a ser en el año de 1995 de aproximadamente 57%, y en los últimos 2 años se ha mantenido entre 50-55% (Cuadros 35).

Cuadro 3

DIFERENCIAL OFERTA-DEMANDA 1986-1995 EN ACAPULCO GUERRERO

AÑO	OFERTA	DEMANDA	OCUPACION	DIFERENCIA
1986	16,747	6,627,539	50.26%	49.74%
1987	16,729	7,345,230	55.26%	44.74%
1988	16,607	6,561,232	50.55%	49.45%
1989	16,649	6,360,779	52.02%	47.98%
1990	17,001	5,947,197	45.53%	54.47%
1991	16,859	6,026,540	45.93%	54.07%
1992	17,202	6,205,578	46.73%	53.27%
1993	17,139	6,177,739	46.86%	53.14%
1994	17,649	5,914,146	43.14%	56.86%
1995	15,574	5,215,591	42.71%	57.29%

FUENTE: FONATUR, Oficinas Estatales de Turismo, SECTUR.

NOTA: están consideradas todas las categorías de hoteles

4. COMPETENCIA

Se puede entender por competencia, la actividad que desarrollan los oferentes de un bien o servicio, para vender o los demandantes para comprar, actuando individualmente y de acuerdo con su propio interés.

Los competidores influyen activamente en la elección de mercados de una empresa, en los intermediarios de la mercadotecnia, en los proveedores, en la mezcla de productos y servicios, así como también en la mezcla de mercados.

Es importante conocer a nuestra competencia casi tanto como se conoce la empresa propia; la competencia en la actualidad es mucho más agresiva y es difícil subsistir sin luchar contra ella.

La Organización Mundial de Turismo ha señalado que, en un entorno con creciente competencia turística internacional, se identifica un cambio hacia los hábitos de consumo para el turista cosmopolita, derivado por una mayor edad de las sociedades en los países con mayor desarrollo y una nueva conciencia ambiental en el planeta.

Este nuevo patrón de consumo ha generado una clara demanda en cuanto a la variedad y la calidad del producto turístico en todo el mundo. Los turistas han dejado de ser pasivos y de aceptar productos masivos y relativamente simples, exigiendo calidad ambiental y de servicio, y sobretodo diversificación en la oferta de los productos vacacionales. El mercado turístico se ha especializado conforme a grupos de interés y tipos de actividades, como por ejemplo, el turismo de deporte, de aventura y parques naturales, el ecoturismo (producto asociado a la naturaleza), el carretero, etc.

Estos cambios en los hábitos de consumo del turista internacional marchan paralelos a la demanda mundial por conservar y proteger los recursos naturales, históricos y culturales, exigiendo que la actividad turística, además de sus atractivos tradicionales, constituya una actividad económica sustentable, en armonía con el respeto ambiental y cultural.

En este entorno, alcanzar y mantener un alto nivel de competitividad en la oferta es el objetivo común de los países turísticos.

Lograrlo en un mercado de consumidores que ocupan nichos cada vez más especializados, que exigen una mayor variedad de actividades en sus vacaciones y la correcta integración de un producto turístico diferenciado, es la clave del desarrollo.

4.1. NACIONAL

Los centros turísticos integralmente planeados y desarrollados por FONATUR, atendieron fundamentalmente a la demanda tradicional de sol y playa, dieron un lugar preferente a la infraestructura aeroportuaria y desarrollaron las condiciones urbanas para la población trabajadora, atendiendo infraestructura, servicios y vivienda.

Los resultados fueron alentadores. Este fondo informó que para 1996, tan sólo Cancún, cuyo desarrollo se basa 100% en la actividad turística, ha propiciado la inversión de cerca de 4 millones de dólares en alojamiento; captar alrededor de mil millones de dólares anuales del gasto del turismo extranjero, ha generado cerca de 90 mil empleos directos e indirectos y sostiene una ciudad de 300 mil habitantes.

Con el desarrollo de Cancún se contrarrestó el desempleo peninsular generado por la caída de la demanda del henequén en los mercados mundiales; revitalizó a Mérida como centro de abasto y propició el desarrollo turístico de Isla Mujeres y Cozumel. Hoy es puerta y razón del desarrollo actual del Corredor Cancún-Tulum y de nuevas rutas turísticas de toda la región del Mundo Maya.

El Casino de la Feria de San Marcos¹⁰

En el estado de Aguascalientes, en la planta alta del Palacio de gobierno, el pintor chileno Osvaldo Barra Cunningham, discípulo de Diego Rivera, plasmó en 1962 un mural alusivo a la Feria Nacional de San Marcos.

Alejandro Topete, cronista vitalicio de la ciudad, lo instruyó. Pintó las imágenes de la feria: el palenque, la reina con sus dos princesas, los toros, los juegos infantiles mecánicos, el jardín de San Marcos y el casino.

De izquierda a derecha, el mural exhibe las vicisitudes de esa feria que, aquí, con orgullo es llamada "la feria de las ferias". En primer plano, Barra retrató la práctica del juego del casino y según un empleado de la oficina de atención al turista en el Palacio de Gobierno, esta "es la única parte de la República donde se permite". El empleado señala el mural y refiere que el hombre que se ve sobre una mesa de juego y se lleva un montón de fichas con su rastrillo se llamó José Concepción Arvizu, dueño por más de 40 años del casino de la feria. Lo apodaban "el naco" y se dice que hasta mujeres llegó a ganar.

Barra pintó así el ámbito relativo al casino, cuyos juegos de azar proscribió la Ley Federal de Juegos y Sorteos de 1947, y al que acuden todos los estratos sociales, aunque para algunos "fomenta faltas a la moral".

Aquí se juega a la ilegalidad, al punto de que el senador panista Enrique Franco Muñoz afirma que el agente del Ministerio Público Federal al que correspondería investigar esta práctica comienza sus vacaciones justo cuando se inaugura la feria, y las termina cuando está se acaba.

Otro problema legal, dice, estriba en la forma en que el empresario responsable del casino presenta sus contribuciones al ayuntamiento y al gobierno del estado. "¿Con qué clase de recibo pueden las autoridades dar entrada a esos pagos, pues sería ilícito cobrar por algo que prohíbe la ley?"

¹⁰ Revista Proceso #985, 11 de Septiembre de 1995

Según estimaciones del presidente municipal electo de Aguascalientes, Alfredo Reyes Velázquez, la derrama económica del casino "por poco" alcanza el 50% del Producto Interno Bruto de la entidad, aunque a la capital de estado "no le toca ni un cinco" de los recursos que emanan del casino. Este casino lo fundó Romualdo Dávalos en la feria celebrada en 1928.

El juego en Aguascalientes es tolerado por la misma razón que la Lotería Nacional es un juego de azar. Si el Estado tiene esa lotería, pues se piensa que es un ejemplo para que los gobernadores también lo hagan como un aliciente para atraer a todos los interesados en los golpes de la suerte.

Ha habido gobernadores "relativamente honorables" que ordenaban que parte del producto del casino fuera entregada para la beneficencia social, y otros mandatarios "que poco a poco iban mordiendo para sacar algún provecho", pues se trataba de una dádiva secreta y era llamada "el importe del disimulo". El gobernador generalmente solicitaba y obtenía del presidente de la República un permiso, para que por esos días -nada más- se jugará al casino.

El casino tiene 4 secciones, donde suelen colocarse unas 50 mesas de juego, el acceso es gratuito y se puede jugar desde bacará, albur, veintiuno, póker y tiro mayor (dados); se venden fichas desde \$10.00 pero hay fichas que cuestan incluso \$20,000.

El Jai-Alai de Acapulco

Por otro lado como es sabido en Acapulco se encuentra el recién construido Jai-Alai, el cual esta en la Costera Miguel Alemán, cuya instalación consta de cuatro niveles, cuatro centros de apuestas o books con monitores de televisión en circuito cerrado y una megapantalla, una cancha para los pelotaris, dos restaurantes-bar y un palco "presidencial", todo ello con capacidad para 1,500 personas, en asientos cómodos.

En este lugar se realizan apuestas de todo tipo, mediante el circuito cerrado de televisión y tableros electrónicos: a las carreras de caballos, galgos; béisbol; basquetbol; fútbol soccer; box, fútbol americano y por supuesto jai alai.

Cabe recordar que las apuestas en ninguno de los estos lugares están permitidas y mucho menos reguladas, pues no se cobra un impuesto por realizar dichas actividades y no se encuentran manifestadas o autorizadas en ningún reglamento.

4.2. EXTRANJERA

Las preocupaciones de la industria turística nacional ya señaladas, resultaron fundadas en términos de una comparación mundial y en particular con relación a los Estados Unidos de América y el Caribe. En los últimos años, el juego en casinos ha venido constituyendo, en forma sistemática y creciente, una actividad de recreación complementaria a la oferta de entretenimiento de los centros turísticos mundiales en los cinco continentes.

La competencia extranjera en este estudio está medida u observada por los países donde existe la actividad de casinos, no por el número de casas de juego en cada país, la idea es tener presente qué naciones fungen como competidores potenciales, en base a su situación geográfica.

Casinos en el mundo

En más de 100 países del mundo operan casinos.¹¹

a) Europa

• En Europa 26 países cuentan con casino y sólo en 8 no existen.	
♣ Francia	♣ Irlanda *
♣ Inglaterra	♣ Italia
♣ España	♣ Latvia
♣ Bélgica	♣ Lituania *
♣ Portugal	♣ Malta
♣ Austria	♣ Mónaco
♣ Bulgaria	♣ Holanda
♣ Chipre	♣ Polonia
♣ República Checa	♣ Rusia
♣ Dinamarca	♣ Suiza
♣ Finlandia	♣ Turquía
♣ Alemania	♣ Yugoslavia
♣ Grecia	♣ Hungría
* En estudio la legislación	

Europa es el continente de mayor antigüedad en esta práctica, 26 países tienen casinos como parte de su oferta de entretenimiento.

Países que permitieron inicialmente la instalación exploratoria limitada de casinos, han seguido autorizando la operación de nuevos establecimientos ante el aumento de la demanda de este componente de sus paquetes turísticos. Tal es el caso de España, donde se autorizaron primero 18 casinos y en la actualidad operan 22, de los cuales varios están en Madrid.

¹¹ FUENTE: The Status Report on Global Casino Issues. Centre for Tourism Studies, Universidad Ryerson, Toronto, Canadá, Agosto 1996.

Un caso ilustrativo de un centro turístico integrado con componentes diversos es el Palladium de Mallorca, en el municipio de Calviá, que incluye, en adición a la oferta de sol y playa, hoteles, restaurantes, bares, casino, espacios para espectáculos familiares, guarderías, etc.

En España por ejemplo:

Existen 22 casinos. La ganancia total en 1994 fue de \$115 millones de dólares.

- Los casinos están controlados por los gobiernos autónomos y están supervisados por la Comisión Nacional para el Juego.
- De conformidad a las reglas, los casinos no están autorizados para anunciarse.
- El régimen de impuestos es de una escala de 35% al 55% de la ganancia.

En Francia operan 142 casinos; en Inglaterra 119 de los cuales 21 están en Londres, los 119 son miembros voluntarios de la Asociación de Casinos Británicos, la cual es una asociación comercial de la industria del casino en la Gran Bretaña. Su existencia proporciona cohesión y externamente da una visión sencilla de la industria sobre importantes tópicos, particularmente cuando se realizan tratos con el gobierno, el cuerpo regulatorio y con agencias externas. Internamente promueve una estandarización y aceptación de las interpretaciones de la ley y proporciona lineamientos a seguir dentro del Código de Conducta, bajo el que opera la industria. La asociación no es partícipe actualmente en la operación de casinos, todos son dirigidos por empresas públicas o privadas. Esta industria debe recordarse que es una de las más reguladas y estrictamente vigiladas en el mundo.

El otorgar crédito para jugar no está permitido en los casinos ingleses; efectivo, cheques de viajero, letras de cambio, cheques y tarjetas de débito aprobadas, estas últimas son aceptables por acuerdo previo con el administrador o gerente del casino. Los límites de apuestas varían de casino a casino.

Alemania, con una amplísima oferta de clínicas de recuperación, tratamientos cosméticos y gerontológicos, mantiene casinos de gran calidad en prácticamente todos sus grandes SPAS. El ingreso debido al juego ha permitido el mantenimiento de una gran calidad de parques y servicios públicos en esas comunidades turísticas.

Austria es un caso ilustrativo del aprovechamiento doméstico de este producto para atraer turismo fronterizo de otros países, como Alemania y Suiza, pero también, para la exportación del juego con apuesta.

Casinos Austria es una empresa con capital privado y estatal que opera 12 casinos en lugares turísticos (Viena incluida) varios de esquí y centros culturales como en Salzburgo, que en conjunto recibieron a 2'841,849 visitantes en 1994. Adicionalmente, su división internacional opera casinos en 100 destinos turísticos de los cinco continentes, incluyendo 32 cruceros. En años recientes, debido al desarrollo del producto casino multifacético (con varios componentes) ha ampliado sus operaciones en Viena, Velden, Innsbruck, Bregenz y Baden en Austria. Con la apertura de los países de Europa Central se extendió a Hungría, Checoslovaquia, Eslovenia, Polonia, Rusia, Latvia y Rumania. También opera casinos en sitios tan distintos y distantes como Argentina, Dinamarca, Egipto, Kenia, Francia, Costa Rica y Camerún.

Casinos Austria apoya a diversas organizaciones e instituciones como la Sociedad Americana de Agentes de Viajes, la Asociación de Convenciones de Austria, el Comité Olímpico Austriaco y diversas actividades religiosas, artísticas y culturales.

b) Asia, Pacífico y Medio Oriente

• 21 países de la región tienen casinos.	
♥ Australia	♥ Nepal
♥ Burma	♥ Nueva Caledonia
♥ Camboya	♥ Nueva Zelanda
♥ República de China *	♥ Filipinas
♥ India	♥ Seychelles
♥ Laos	♥ Singapur
♥ Líbano	♥ Siria
♥ Macao	♥ Tinian
♥ Malasia	♥ Vanuatu
♥ Mauricio	♥ Vietnam **
* Formalmente no existen casinos en China. Sin embargo, estos realmente existen bajo la aprobación de los gobiernos locales.	
** Se ha concedido licencia a la empresa Stanley Ho en una localidad de Haiphong. El casino todavía no está operando.	

El continente asiático donde en años recientes no existían casinos, se ha comenzado a incorporar este producto en países tales como Turquía, Nepal, Sri-Lanka, India, Corea del Sur, Filipinas, Malasia y Singapur.

Oceanía, Australia y Nueva Zelanda cuentan con casinos en su oferta turística.

Los juegos y las apuestas han sido los pasatiempos de los Neozelandeses, esto desde los tiempos de los inmigrantes, desde 1907 el juego estaba limitado al TAB (juego similar a la lotería, en la cual mediante esferas se obtiene el número ganador), loterías y casas de apuestas, pero en 1987 esto cambió con la introducción del Lotto; un año después la operación de máquinas de juego bajo licencia otorgada por el Decreto de Juegos y Loterías. En ese mismo año el comité recomendó la introducción de casinos.

En noviembre de 1994 se abrió el casino Christchurch y un segundo gran casino fue inaugurado en Auckland en enero de 1996, en los últimos años Nueva Zelanda cuenta con más casinos. Inicialmente por el decreto 1990 de Control de Casinos, sólo se permitía la operación de dos casinos, uno al norte de la isla y el otro al sur de la misma. No se otorgó licencia alguna para nuevos casinos hasta dos años después.

En 1995-96, la industria del juego había obtenido alrededor de \$3 billones de dólares, la mayor contribución se logró por el incremento en las máquinas de juego y la apertura de los casinos en Christchurch y Auckland.

Hasta el 30 de junio de 1996 se tiene estimada la existencia de 9,730 máquinas de juego en 2,261 hoteles y clubes; los ingresos que producen dichas máquinas oscila alrededor de \$1 billón de dólares, anuales.

La Comisión de Loterías de Nueva Zelanda obtuvo un total por ventas al año, hasta el 30 de junio de 1996, de \$625.9 millones de dólares.

Entre 1993 y 1994 los ingresos para el gobierno por concepto de miscelánea fiscal (impuesto sobre la renta) fueron aproximadamente de \$65 millones de dólares.

CUADRO 4

INGRESOS POR ACTIVIDADES DE JUEGO EN USD(millones)																			
AÑO	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	
CARRERAS																			
INGRESO	1,701	1,574	1,454	1,412	1,459	1,483	1,380	1,309	1,319	1,289	1,289	1,185	1,118	1,008	973	985	954	1,094	
DIVIDENDOS	1,376	1,275	1,169	1,116	1,155	1,182	1,067	1,026	1,034	1,019	1,020	924	872	784	780	755	746	822	
GASTO	328	300	287	288	304	311	291	283	285	280	279	261	245	222	214	211	208	211	
COMISION DE LOTERIAS DE NZ																			
INGRESO	110	169	168	158	152	168	179	153	132	278	521	617	580	608	603	645	623	628	
DIVIDENDOS	62	100	100	95	91	119	108	91	61	158	287	331	318	334	335	359	348	344	
GASTO	48	69	70	65	61	60	71	62	51	120	233	288	272	273	287	288	275	281	
MÁQUINAS DE JUEGO																			
INGRESO													698	407	882	1,022	1,176	1,314	
DIVIDENDOS													580	681	750	869	1,000	1,117	
GASTO													118	120	132	153	177	197	
CASINO																			
INGRESO																		391	1,483
DIVIDENDOS																		359	1,338
GASTO																		32	118
TOTAL																			
INGRESO	1,811	1,743	1,622	1,570	1,611	1,651	1,539	1,462	1,451	1,577	1,820	1,802	2,408	2,021	2,468	2,632	3,144	4,427	
DIVIDENDOS	1,438	1,375	1,269	1,211	1,246	1,301	1,175	1,117	1,115	1,177	1,307	1,255	1,770	1,769	1,846	1,983	2,483	3,619	
GASTO	374	359	357	361	365	391	362	345	338	400	512	547	635	615	613	660	682	605	

FUENTE: New Zealand Official Yearbook 1997.

c) Africa

• 28 países tienen casinos.	
▲ Benin	▲ Madagascar
▲ Bophuthatswana	▲ Marruecos
▲ Botswana	▲ Nigeria
▲ Camoros	▲ Senegal
▲ Africa Central	▲ Sierra Leona
▲ Ciskei	▲ Sudáfrica
▲ Egipto	▲ Togo
▲ Gabón	▲ Transkei
▲ Gambia	▲ Túnez
▲ Ghana	▲ Venda
▲ Costa de Marfil	▲ Zaire
▲ Kenya	▲ Zambia
▲ Lesotho	▲ Zimbawe
▲ Liberia	▲ Zwazilandia

En continentes de menor desarrollo turístico, como Africa, 28 países ya cuentan con este entretenimiento, incluyendo naciones con una antigua y fuerte afluencia turística como Egipto, que en adición a sus sitios arqueológicos y recorridos por el Nilo, ha incorporado los casinos como complemento de su oferta.

d) El Caribe, América Central y América del Sur

• 17 países del Caribe, 4 de América Central* y 9 de América del Sur cuentan con casinos.	
<ul style="list-style-type: none"> • América Central ◆ Costa Rica ◆ Honduras ◆ Nicaragua ◆ Panamá 	<ul style="list-style-type: none"> • El Caribe ◆ Bahamas ◆ Barbados ◆ Curazao ◆ Rep. Dominicana ◆ Haití ◆ Jamaica ◆ Puerto Rico ◆ San Kits ◆ Santa Lucía ◆ San Martín ◆ Turks & Caicos ◆ Antigua ◆ Aruba ◆ Bonaire ◆ Guadalupe ◆ Martinica ◆ San Vicente
<ul style="list-style-type: none"> • América del Sur ◆ Argentina ◆ Bolivia ◆ Chile ◆ Colombia ◆ Ecuador ◆ Paraguay ◆ Perú ◆ Surinám ◆ Uruguay 	
* Belice estudia instalar un casino en las proximidades de Cancún. Centroamérica y el Caribe competidores fuertes de México.	

En el continente americano más del 85% de las naciones, incluyendo a los países insulares, han incorporado el juego en casinos como parte complementaria de su oferta turística. Solamente en México, Cuba, Jamaica y el Salvador no operan casinos. En Brasil y Venezuela está en pleno estudio la legislación correspondiente.

Los principales socios comerciales de México: Canadá, Estados Unidos de América en Norteamérica, Costa Rica en Centroamérica y Chile en América del Sur cuentan con casinos.

En el área latinoamericana continental, salvo los países ya mencionados, todos los demás cuentan con este componente en su producto básico.

En la frontera sur de México, Belice planea desarrollar una zona libre que incluye casinos a unos cuantos kilómetros de Quintana Roo.

Otro caso a considerar es el de Costa Rica, país que gracias a un esfuerzo iniciado hace unos diez años le permitió posicionarse con gran éxito en el mercado internacional ofreciendo un producto asociado a la naturaleza: ecoturismo, turismo de aventura y parques naturales. La experiencia de visitar Costa Rica tiene un alto componente educativo; sin embargo, el país no ha excluido de las opciones que ofrece el entretenimiento del juego con apuesta, de modo que su oferta turística nacional también comprende siete casinos.

Nicaragua tiene dos, uno en su capital Managua, y otro a 7 km. de la misma.

En el cono sur, uno de los mejores ejemplos de esta tendencia internacional es Chile, que actualmente cuenta con siete casinos, fundamentalmente en lugares turísticos. Algunos de ellos en lugares fronterizos, como Arica frente a Perú; otros están en playas y otros más en lugares de veraneo "resorts" de esquí, como Iquique, Coquimbo, Viña del Mar, Puerto Varas y Puerto Natales. En conjunto reciben un millón de visitantes anuales, procedentes en su mayoría de países circunvecinos, Perú, Argentina y Brasil.

Más de veinte casinos operan en Argentina, veinticinco en Colombia, veinte en Ecuador, cuatro en Paraguay, dos en Surinám y veinte en Uruguay.

El Caribe es visitado anualmente, por más de 14 millones de turistas. Es zona de fuerte competencia turística, frente a destinos mexicanos como Cancún, Cozumel e Isla Mujeres. Todos los países caribeños ofrecen casinos en su paquetes turísticos con excepción de Cuba. En el Foro de Huatulco se puso de manifiesto que si Cuba vuelve a operar casinos será una gran competidora de Puerto Rico, pero principalmente afectaría la demanda por Cancún.

e) Canadá

En Canadá todas las provincias, excepto Alberta y los Territorios de Noreste, tienen casinos. En total operan con éxito 38 establecimientos de este tipo.

f) Estados Unidos de América

En los Estados Unidos de América, 36 estados cuentan con casinos. Estos son de tres tipos: sobre tierra en grandes ciudades como Las Vegas y Atlantic City; casinos sobre barcos en el este, en estados como Iowa, Illinois, Indiana, Missouri, Mississippi, Louisiana, Georgia y Florida; y casinos en reservaciones indias en estados como Nuevo México, Arizona, California, Oregon, Idaho, Washington, Montana, Oklahoma, Kansas, Nebraska, North Dakota, Minnesota, Wisconsin, Michigan, Alabama y Connecticut. En este país operan un total de 695 casinos de los cuales 70 están en barcos, 479 en tierra y 146 en reservaciones indias. El flujo anual de visitantes a los mismos es superior a los 150 millones de personas.

La clave de la expansión de la industria de Norteamérica se debe a la evolución que ha tenido su oferta en los últimos años. Se ha diversificado al integrar el casino con otras variedades de entretenimiento y servicios, como distintos espectáculos en lugares cerrados y abiertos, espacios deportivos de diversa índole, centros comerciales, etc. De esta manera han ampliado con éxito su nicho de mercado. Antes limitado al turista jugador, captan ahora la presencia del turismo familiar por esa diversificación de su producto.

En comunidades de turismo cultural, como Santa Fe, los casinos adyacentes a la ciudad son concesiones operadas por comunidades indias. Estas funcionan con un alto grado de profesionalismo y con un importante efecto multiplicador del gasto del turista. En los centros de esquí en las Montañas Rocallosas, donde este deporte es el atractivo fundamental, existen casinos. También allí funcionan con gran éxito, desde el punto de vista de la ampliación de la estadía, el gasto del turista y los ingresos municipales.

En su frontera norte, México está perdiendo la batalla en cuanto a la atracción de turistas, debido a que la oferta turística de California, Arizona y Nuevo México, comprende ya productos turísticos muy sofisticados y atractivos. El estado de Texas, que durante mucho tiempo se mantuvo sin juego de casinos, ha anunciado la apertura de uno en la reservación indígena de Eagle Pass con lo que seguramente retendrá parte de los tradicionales visitantes a México y atraerá un importante flujo de mexicanos procedentes de Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

Un ejemplo de casino en Estados Unidos es el Circus Circus en el estado de Nevada, cuenta con más de 5,575 metros cuadrados de superficie para jugar. Hay 86 mesas de juego, incluyendo 21 (Blackjack), ruleta, dados, Caribbean Stud Poker, Pai Gow Poker, hay una zona más tranquila, en la que se encuentra un cómico, ésta se encuentra dentro del casino principal. El Circus Circus ofrece gratis las instrucciones de cada mesa de juego. El área de juego está disponible en la "Sky Tower" con bar, un bar con botana y una tienda de regalos. Además ofrece más de 1,600 máquinas tragamonedas, estas incluyen de 5, de 10 y de 25 centavos de dólar, de 1 y 5 dólares, video Poker, máquinas de Blackjack y de lotería.

En Las Vegas, el casino Circus Circus es de 9,986 metros cuadrados, localizados en tres tamaños de casinos, donde uno se puede entretener en una de las 2,500 máquinas tragamonedas, incluyendo el video Poker, lotería y 21, las cuales van desde los 5 centavos de dólar hasta los 5 dólares.

El casino cuenta con 56 mesas de Blackjack, 3 mesas de dados, 7 ruletas, Pai Gow Poker, Caribbean Stud Poker y Let It Ride (estos 3 últimos son juegos de cartas y son muy populares entre los asiáticos y caribeños).

Además se puede intentar jugar una mano en "El mejor cuarto de Poker en Las Vegas" o disfrutar de las apuestas en el salón de Carreras y Libro de Deportes, en 929 metros cuadrados; donde se ofrecen 250 cómodos asientos para los espectadores y disfrutar las competencias del día. Pero si se prefiere el jugar a la lotería, se ofrece dentro de la torre principal, 160 asientos para dicho juego.

El casino MGM, el más grande del mundo, con 15,933 metros cuadrados (equivalente a la superficie de 4 campos de fútbol). El área de juego se encuentra dividida en 4 diferentes casinos: Ciudad Esmeralda, Hollywood, Monte Carlo y Casino Deportivo; en estos se cuenta con mesas de juego, tragamonedas, video juegos, lotería, Poker, carreras y apuestas en deportes a gran escala.

En resumen:

- 36 estados de la Unión Americana tienen juego en casino: 5 en tierra, 6 en embarcaciones de ríos y 25 en reservaciones indígenas.
- El gasto promedio en los EUA es de \$49 usd diarios, provenientes de los turistas de playa y \$124 usd, de los visitantes de casinos.
- De acuerdo a un estudio de Longwoods 45 millones de norteamericanos concurren a casinos en 1993.

- En EUA los ingresos por casinos crecieron casi un 100% entre 1990 y 1994.
- En 1994 los residentes de EUA realizaron 24 millones de viajes con pernocta, con el principal propósito de jugar en casinos.
- Del total de las ganancias que se generan por la actividad en casinos de Estados Unidos, Nevada obtiene el 43% y Atlantic City el 21%, entre estos dos estados se concentra el 64% de las utilidades de juego en casinos.
- En 1995 los casinos emplearon 337 mil personas y generaron 328 mil empleos indirectos y pagaron un total de 9 mil millones de dólares por concepto de salarios.
- Las proyecciones de crecimiento muestran que en una década se duplicarán dichas cifras.¹²
- En 1995 las empresas operadoras pagaron al fisco 20 mil millones de dólares en impuesto por concepto de juego en casino. La estimación para el año 2005 es de 55 mil quinientos millones de dólares.
- Mississippi antes de la autorización de casinos mostraba un crecimiento en el empleo de 0.7% por abajo del promedio nacional. A partir de la operación de casinos el empleo ha aumentado, cada año, 1% por arriba del promedio nacional.
- Los impuestos generados por los casinos en Mississippi representan 10% de los ingresos fiscales estatales y se estima un crecimiento para alcanzar el 14.2% en el año 2005.

Perfil del jugador estadounidense en casinos:

La mayoría de los jugadores en Estados Unidos tiene entre 25 y 54 años (62%); sobre todo entre 25 y 44 (44%). Hombres y mujeres en igual número. La mitad de los jugadores vive en ciudades de más de 2 millones de habitantes; 57% son casados y el 60% ya no tiene hijos en casa; el 58% fue a la universidad y el 12% cursó posgrado; 46% son profesionistas o administradores.

El 15% de los jugadores gana más de 75,000 dólares al año; el 22% gana más de 50,000 dólares al año; otra tercera parte gana entre 25,000 y 50,000 dólares al año; el resto menos de 25,000 dólares al año.

Por lo anterior, el casino es en los destinos turísticos mundiales, una alternativa de entretenimiento. Desde luego, es necesario ubicar que, a excepción de dos o tres lugares en todo el mundo, los casinos no definen el carácter del centro turístico. Representan una opción complementaria. No se conoce que alguien viaje a Egipto únicamente para jugar en un casino, el turista lo visita principalmente por razones culturales o de conocimiento, además asiste a los

¹² A Study of the Economic Impact of the Gaming Industry Through 2005. The Evans Group. Septiembre 1996.

teatros, consume en los restaurantes y juega en los casinos, todo lo cual constituye parte importante de su oferta complementaria de entretenimiento.

5. SUSTITUTOS

Los servicios que se pueden considerar como sustitutos de los casinos son las discotecas, bares, clubes nocturnos, por ser centros de entretenimiento para mayores de edad; los cuales serán considerados como primarios.

En el estado de Guerrero para 1995 existían 105 bares, 19 clubes nocturnos, 29 discotecas y 9 salones de baile, los que suman en total 162 establecimientos, hay que considerar que estos se concentran en dos municipios: Acapulco e Ixtapa Zihuatanejo (Cuadro 36b).

Otros posibles sustitutos considerados como secundarios para este caso, son las marinas y campos de golf (existiendo en el estado de Guerrero 4 de las primeras y 7 de los segundos), ya que se realizan pocas apuestas; pues de cierta manera estas actividades se enfocan más a la distracción familiar (Cuadros 37-38).

Se hace esta diferenciación debido a que todas estas actividades se localizan dentro de la rama del entretenimiento o recreación.

6. FIJACION DE TARIFAS

Las tarifas en los centros turísticos seleccionados han tenido un desarrollo errático, ya que de 1980 a 1988 han mostrado crecimientos y disminuciones importantes; esta evolución puede ser explicada por los ajustes que sufre este servicio en un ambiente de inflación y devaluación, ya que estos precios se ven influidos por el mercado interno y externo.

Haciendo una comparación de las tarifas hoteleras en centros turísticos de México y en el resto del mundo, se observa que en 1988 son bastante más bajas que las de los centros turísticos del Caribe y Estados Unidos, mientras que en 1980 era lo contrario, México era más costoso que el resto de América

CUADRO 5
EVOLUCION DE LAS TARIFAS EN CUARTO DOBLE QUE SE OFRECEN A NIVEL
INTERNACIONAL EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS. TARIFAS DE INVIERNO.
 (dólares)

DESTINO	80-81	81-82	82-83	83-84	84-85	85-86	86-87	87-88	T.M.C.
CARIBE	87	84	88	104	110	135	127	147	11.88%
MANTEGO BAY	66	81	83	102	114	148	134	167	14.18%
NASSAU Y FREEPORT	99	88	79	96	100	115	113	135	4.53%
SAN JUAN	67	82	95	116	120	143	144	149	12.10%
ESTADOS UNIDOS	63	70	67	71	73	77	85	96	6.20%
HILO	65	65	46	45	44	49	54	60	-1.14%
HONOLULU	58	63	64	71	74	77	90	106	9.00%
MIAMI	69	80	71	73	73	79	82	88	3.54%
MEXICO	88	81	67	68	73	79	74	90	4.09%
ACAPULCO	80	80	70	74	81	91	77	91	1.86%
CANCUN	80	103	84	87	84	86	93	119	5.84%
COZUMEL	59	78	65	52	68	78	76	80	4.45%
MAZATLAN	40	51	44	45	47	48	44	47	2.33%
PUERTO VALLARTA	58	88	62	63	63	67	67	82	5.07%
EUROPA	32	35	38	32	30	32	43	51	6.89%
DUBROVNIK	32	36	39	41	41	45	45	53	7.47%
MALLORCA	27	30	32	22	21	20	36	41	6.15%
MARBELLA Y TORREMOLINOS	36	36	37	33	33	38	42	50	4.80%
NIZA	50	61	67	72	55	60	87	99	10.25%

NOTA: se toman las tarifas de invierno, porque en esta época la actividad turística es más fuerte en estos centros seleccionados, a excepción de los de Europa, debido a que en este continente la temporada baja es en invierno.

FUENTE: Hotel and Travel Index

El cuadro anterior da una muestra de la evolución que han venido teniendo las tarifas hoteleras en la década de los 80's, esto es importante pues es un componente de lo que busca el turista internacional, aunque cabe recalcar que cuando una persona sale a vacacionar, normalmente no escatima en sus gastos (aunque estos dependen invariable y directamente de sus ingresos).

Las tarifas a manejar en el casino deberán estar autorizadas por la misma comisión que regule esta actividad o por quién las autoridades correspondientes designen para dicha función.

Las apuestas o la cantidad mínima a jugar (tarifa) para el proyecto de instalación del casino, estará dada de la siguiente manera:

JUEGO	APUESTA MÍNIMA EN DOLARES
mesas de:	
- póker	\$5.00
- Blackjack	\$5.00
- dados	\$5.00
- otros	\$5.00
máquinas: *	
- tragamonedas	\$0.25
	\$0.50
	\$1.00
	\$2.00
	\$5.00
	\$10.00
- de video	las mismas que en tragamonedas, excepto \$0.25
* Están dadas por las nominaciones con que funcionan las máquinas.	

La apuesta mínima en mesas está dada en base a las que manejan casinos de Las Vegas y del Caribe, mientras que la de las máquinas lo esta por la denominación que se tiene de fábrica.

7. PROMOCION Y PUBLICIDAD

Para dar inicio a la promoción, se debe de contar con un presupuesto para este rubro, al cual, como es lógico, debe sacársele el máximo provecho, en cuanto a imagen y mantenimiento de la campaña. En un principio este presupuesto forma parte de la inversión inicial total del proyecto.

Los objetivos a cumplir son:

- dar a conocer el nuevo servicio al grupo objetivo: prensa especializada, funcionarios de organismos oficiales, contactos, agencias de viajes minoristas y mayoristas y en general a todos aquellos que tengan una relación directa con el ramo turístico, el destino, su ubicación, servicios y atractivos a ofrecer, tanto naturales como creados.
- alcanzar al segmento meta y despertar el interés para que se visite el casino.
- dar una imagen de exclusividad.
- la folletería debe mostrar clase y lujo, por tal motivo se utilizarán modelos que reflejen un "status" social alto.

Para lograr el impacto deseado se requiere de una estrategia creativa, en la que el lanzamiento sea agresivo y asombre al segmento de consumidores objetivo, previamente definido.

Se deberá reflejar la imagen de calidad y exclusividad que identifique tanto al casino como al hotel.

Lo anterior lleva a realizar una identificación del servicio, el cual esta sobre los demás, por satisfacer las necesidades de los clientes con mayor calidad y capacidad, con lo que se tiene los siguientes puntos:

- necesidad específica: diversión, un lugar ideal para entretenerse y vacacionar
- idea básica de venta: el lugar ideal para vacacionar donde se encuentra libertad, pero con exclusividad

El segmento al que esta enfocado el ofrecimiento del servicio es el de personas jóvenes y maduras pertenecientes a clases socioeconómicas altas que gusten del lujo y la comodidad, así como de la exclusividad.

Este tipo de servicio por su exclusividad y por el segmento de mercado a que estará dirigido, no será publicitado en cualquier medio, ya que eso rebajaría su calidad de primera clase, ya que por ejemplo un Rolls Royce o un Rolex, no son anunciados en cualquier medio sino en aquellos que están dirigidos a la clase alta.

Por tal motivo el tipo de publicidad a utilizar en un primer momento es la impresa, para lo cual se requerirá conformar una carpeta, cuyo contenido será, folletería y una hoja informativa. Dicha carpeta llevará en su portada el logotipo y colores representativos de la corporación.

La hoja informativa contendrá simplemente la categoría, localización, número y distribución de mesas de juego, de habitaciones, servicios y facilidades que brinda el casino y el hotel, así como las condiciones de juego y para la estancia. Esta hoja no contiene información tarifaria.

Existe una hoja tarifaria, que es para uso exclusivo de los mayoristas con los que se tienen acuerdos, ya que como su nombre lo indica contiene tarifas netas y diferenciales.

También la promoción contará con el apoyo de un folleto tríptico, el cual será elaborado en conjunto y de preferencia por un organismo oficial que sirva de respaldo, normalmente es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y la Secretaría de Turismo (SECTUR) quienes lo otorgan. En este folleto aparecen el emblema y siglas del primero y sólo el emblema de la segunda.

Por último y no menos importante se utiliza otro tríptico, cuya información del casino y del hotel se pueden manejar en el mismo folleto o por separado. En la portada aparece el logotipo de la corporación así como el subcorporativo, la ilustración es a base de fotografía a color, haciéndolo más atractivo que un dibujo muy detallado, además de que nos da una acercamiento mayor a la realidad, aunque esta sea difícil de alcanzar para el turista común.

El folleto contiene en su primer dobléz, del lado derecho una somera historia de la localidad, además de algunas fotografías; del lado izquierdo contendrá imagines del hotel y del casino, así como de la alberca y de las mesas de juego, incluirá una fotografía en la que se verá desde lejos tanto el hotel como los anuncios luminosos del casino. Mostrará gente divirtiéndose y disfrutando de las instalaciones, con el fin de dar una idea de exclusividad, buen servicio, comodidad y modernidad.

Al abrirse totalmente el folleto se puede encontrar datos concretos acerca casino y del hotel, así como una reiteración en cuanto al lugar y fotografías sobre los placeres y servicios que ofrecen los establecimientos.

Una vez plegado el folleto, en su parte posterior el lector encuentra información específica del casino y del hotel y a quien dirigirse para obtener mayores informes y hacer reservaciones.

Como se mencionó anteriormente ninguno de estos folletos cuenta con las tarifas, para tal motivo existe un tercer folleto, en el cual se muestran los precios además de una leyenda, en la que se especifica que estos están sujetos a cambio.

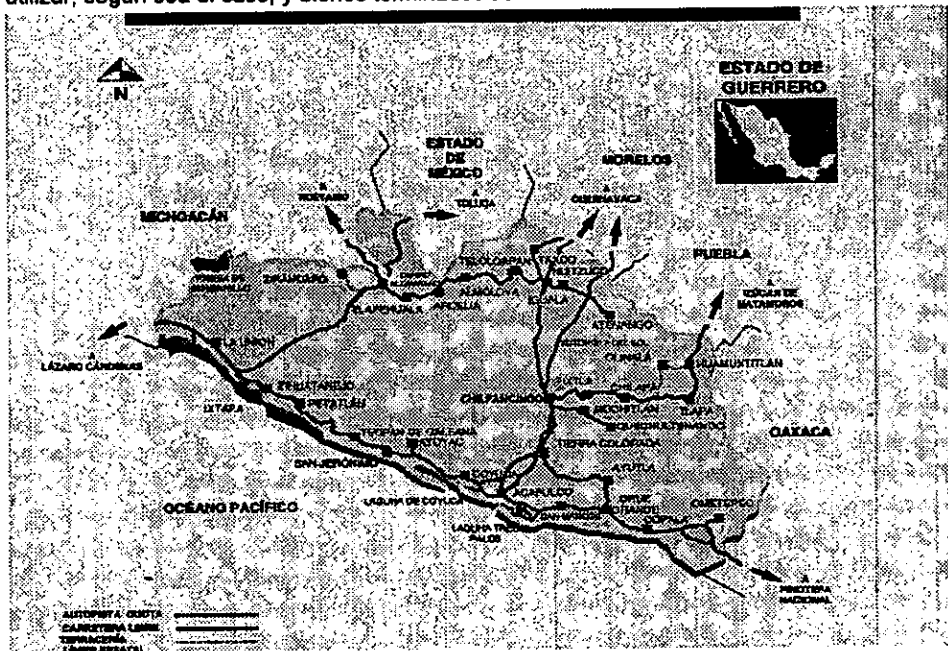
Para el día de la inauguración se organizaría un cocktail de prensa, con el fin de presentar el nuevo servicio de entretenimiento que es el casino. Los gastos de este evento también deben estar considerados dentro de la inversión inicial.

CAPITULO III. ESTUDIO TECNICO

El propósito de este estudio es combinar los resultados del estudio de mercado, para que en base a la oferta y la demanda se logre establecer la localización, tamaño, aspectos técnicos de operación, personal, insumos y las inversiones a realizar.

1. LOCALIZACION

Los factores a considerar para la localización de un proyecto turístico son: el clima de la región, los atractivos naturales y físicos, la calidad del servicio -que para nuestro caso será el casino-, infraestructura del lugar, disponibilidad de transporte de las materias primas a utilizar, según sea el caso, y bienes terminados así como la mano de obra.



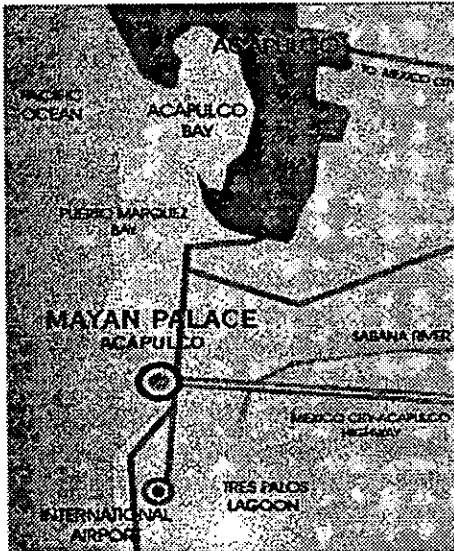
El casino podrá instalarse en cualquier centro turístico de importancia en el país, como lo es Acapulco, Cancún, Puerto Vallarta, Cozumel, Ixtapa Zihuatanejo, Los Cabos (según un estudio realizado por la SECTUR, estos destinos turísticos son en los que se recomienda la instalación); para esta investigación, la ubicación se registrará en Playa Diamante, a las afueras de Acapulco Guerrero; pues actualmente es el centro turístico que cuenta con una de las mejores zonas turísticas del país (5 estrellas), estando sus hoteles al nivel de los mejores del Caribe e inclusive de Las Vegas.

Acapulco, uno de los destinos turísticos más importantes de México, se encuentra localizado dentro del estado de Guerrero, ubicado al sur de nuestro país, con el cual tienen colindancia el estado de Michoacán al noroeste; Oaxaca al sudoeste; Estado de México, Morelos y Puebla al norte, y el océano Pacífico al sur.

La temperatura promedio en el año oscila entre los 26.7 y 28.6 grados, por lo que se convierte en un clima agradable para el turista que visita las playas de Acapulco y que ahora podrá gozar de otro elemento para su entretenimiento.

Para llegar a una localización óptima, se deben considerar ciertos factores de relevancia para el proyecto, esto con el fin de que desde un punto de vista económico fortalezca la competitividad de la región, estos son:

- Infraestructura del lugar (servicios principalmente)
- Comunicaciones y caminos a otros centros turísticos del municipio
- Distancia al aeropuerto



Localización del hotel Mayan Palace Vidafel en Acapulco.

El punto de localización será dentro del hotel Mayan Palace Vidafel, ubicado en Playa Diamante, al sudeste de la bahía de Acapulco.

Los criterios que permitieron elegir dicha localización se detallan a continuación:

- el desarrollo de la zona hotelera, considerada por el gobierno y la sociedad, la de mayor lujo dentro de Acapulco.
- infraestructura hotelera de clase gran turismo en la zona.
- cercanía con el aeropuerto
- cercanía con otros centros de entretenimiento (discotecas, bares, etc.), el tiempo de recorrido es de aproximadamente 15 minutos.
- acceso fácil e identificable.
- disponibilidad de diversas actividades de entretenimiento dentro del mismo hotel (campos de golf, albercas con olas, paseo por los canales internos del hotel, disco, marina, etc.).

Según el secretario de Turismo de Guerrero en 1995, Lic. Alejandro González Molina, el desarrollo turístico del Puerto de Acapulco, ha sido el del país. La oferta turística de Acapulco ha venido experimentando todas las etapas del proceso turístico, lo cual queda demostrado en su gran estructura hotelera instalada en aproximadamente 18,000 cuartos de

todas las categorías turísticas, tiempos compartidos, condominios, villas y casas, además de la más reciente creación de la región: Acapulco Diamante.

2. TAMAÑO

Con base a la demanda analizada en el capítulo anterior y a la disponibilidad de espacio dentro de las instalaciones del hotel Mayan Palace, las dimensiones del proyecto serán de aproximadamente 1,250 metros cuadrados, con la opción de ampliarse hasta 2,500; estando el tamaño por debajo de los casinos de Nevada, ya que con estas dimensiones se cubre la demanda.

Áreas Públicas		Áreas de Servicio	
Sección	Superficie m ²	Sección	Superficie m ²
Area General		Áreas exclusivas para personal	
Lobbies	58	Oficinas Administrativas	45
Valet	2	Vigilancia*	45
Sanitarios Públicos	10	Seguridad	5
Area de Teléfonos	20	Almacén General	10
		Servicio Médico	10
Area de Juego			
Barras	80		
Caja	30		
Mesas de Juego	350		
Máquinas tragamonedas	650		
Sanitarios Públicos Area de Juego	15		
Total	1215	Total	115
Esta área esta en la parte superior de las oficinas administrativas, ya que esta tiene dos niveles			

3. DESCRIPCION DEL CASINO










La distribución del casino será la siguiente:

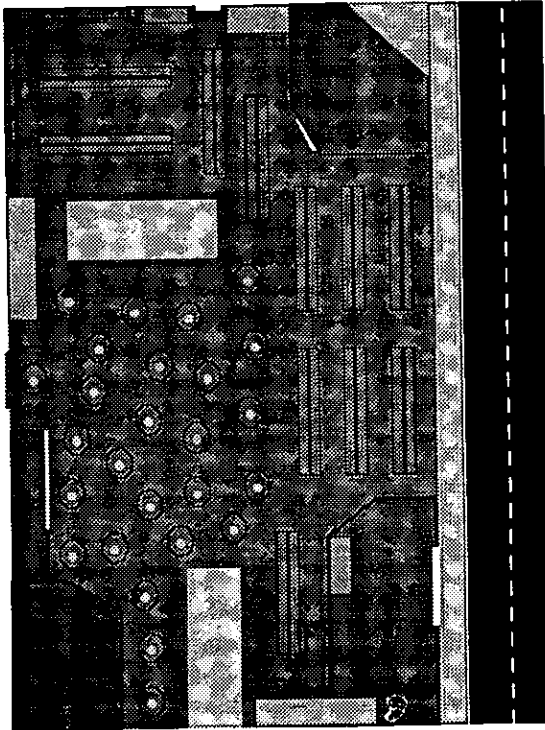
Áreas Públicas	Áreas de Servicio
<p style="text-align: center;">Area General</p> <p>Lobbies Valet Sanitarios Públicos Area de Teléfonos</p> <p style="text-align: center;">Area de Juego</p> <p>Barras Caja Mesas de Juego Máquinas tragamonedas Sanitarios Públicos Area de Juego</p> <p>Total</p>	<p style="text-align: center;">Áreas exclusivas para personal</p> <p>Oficinas Administrativas Vigilancia* Seguridad Almacén General Servicio Médico</p> <p>Total</p>
<p>Esta área esta en la parte superior de las oficinas administrativas, ya que esta tiene dos niveles</p>	

DISEÑO Y DISTRIBUCION DEL CASINO

DESCRIPCION DE AREAS DEL CASINO

AREA NOMBRE O DESCRIPCION DEL AREA

	Administración y Vigilancia
	Lobby
	Seguridad
	Mesas de Juego
	Máquinas Tragamonedas y Video Juegos
	Barra de Bebidas (Bar)
	Sanitarios
	Entrada y Salida
	Salida de Emergencia



4. CAPACIDAD

El total de personas que podrán asistir al casino es de 466, tomando como supuesto que todas las mesas (en las que el cliente puede estar sentado) y que todas las máquinas estén ocupadas; este número resulta de 25 mesas (140 personas sentadas), más 240 máquinas (una persona por máquina), más alrededor de 56 personas en los bares; a esta cantidad debe de sumarse la cantidad de personas que pueden jugar de pie, 3 por mesa (al ser 10 mesas se tienen 30 personas), lo que da como gran total las 466 personas.

Lo anterior queda de la siguiente manera:

LUGAR	CANTIDAD	PERSONAS		TOTAL
		SENTADAS	PARADAS	
mesas de:				
póker	5	4	0	20
Blackjack	5	4	0	20
ruleta	7	8	3	77
dados	3	8	3	33
otros	5	4	0	20
máquinas:				
tragamonedas			120	120
de video			120	120
bar	2	18	10	56
			TOTAL	466

CAPITULO IV. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO**1. ESCENARIO DE EVALUACION**

Esta investigación maneja dos simulaciones, una en la que el proyecto utiliza exclusivamente capital propio (anexo) y otra en la que se cuenta con capital propio y ajeno (préstamo).

El análisis está enfocado hacia este último (con préstamo), pues las cifras resultantes nos muestran mejores rendimientos para los posibles inversionistas, en comparación con el primero (capital propio).

El escenario es el mismo para las dos simulaciones y el cual consiste en:

- La unidad monetaria es el dólar, esto por comodidad para el manejo de las cifras y por tener una mayor estabilidad, el tipo de cambio que se maneja es de \$8.20 por dólar (tipo de cambio promedio del mes de diciembre de 1997).
- Manejo de una tasa de interés de mercado del 40% (tasa activa), por lo que el préstamo se realiza a través de FONATUR, quien proporciona una tasa preferente del 25%.
- Se propone la integración de una sociedad de 10 inversionistas, los cuales no tendrán reparto de utilidades hasta el final del proyecto, esto con el fin de no reducir los beneficios futuros.
- El préstamo se realiza en base al 35% de la inversión total, esto para no depender mucho del crédito y prevenir posibles alzas en las tasas de interés; el 65% restante de la inversión, será aportación de los inversionistas, pues esto les permitirá tener un mayor control sobre las operaciones del casino.
- En el año 5 se realiza una reinversión en equipo de cómputo, de oficina y de seguridad, esto debido a que la tasa de depreciación de este equipo es del 20% anual (por avance tecnológico), con lo que contablemente su valor es cero.

2. PRESUPUESTO

Es la cuantificación de las operaciones a futuro, teniendo como marco de referencia los estudios técnico y de mercado, esto con el propósito el mostrar en cada uno de los periodos, así como a la fecha final, los resultados de las operaciones programadas.

2.1. ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS

Se trata de analizar la conveniencia de contratar mano de obra, la adquisición de insumos, mobiliario y equipo, a una distancia relativa de la zona de localización del proyecto, o en algún centro de distribución.

2.2. INSUMOS

Se propone que la adaptación de los salones para conferencias en los que se ubicará el casino, se realicen con materiales prefabricados, ya que permiten un mayor avance de la obra y su costo en términos generales es menor. Se convocará a concurso a los proveedores y constructoras, para que en base al análisis de cotizaciones, se elija a aquellos que reúnan calidad y buen precio.

La obra civil de adaptación y el equipo en primer instancia será:

- Obra civil: adaptación, albañilería y acabados internos y externos.
- Instalaciones: eléctrica, hidráulica y sanitaria, telefónica, aire acondicionado, planta de emergencia independiente a la del hotel y obras exteriores.

Los insumos serán adquiridos en base al avance que se tenga de la adaptación, durante la puesta en marcha y operación del casino.

2.3. MOBILIARIO Y EQUIPO

Para este punto, las compras se realizarán en la capital del país, mientras que la compra de las máquinas se hará en los Estados Unidos, puesto que la región no cuenta con los elementos necesarios y/o suficientes para el abastecimiento de este equipo.

Para equipar el casino se requiere de:

- Equipos:
 - equipo de vigilancia
 - equipo contra incendio
 - conmutador telefónico
- Mobiliario:
 - mesas de Póker
 - mesas de Black Jack
 - mesas de ruleta
 - mesas de dados
 - mesas para otros juegos de cartas (Caribbean Stud Poker, Pai Gow Poker, etc.)
 - sillas
 - barras
 - máquinas tragamonedas
 - máquinas de video (de póker, Blackjack y lotería)

2.4. PERSONAL

Es la gente que será ocupada en el periodo de operación del casino, para lo cual se contará con una planta de personal en las siguientes áreas:

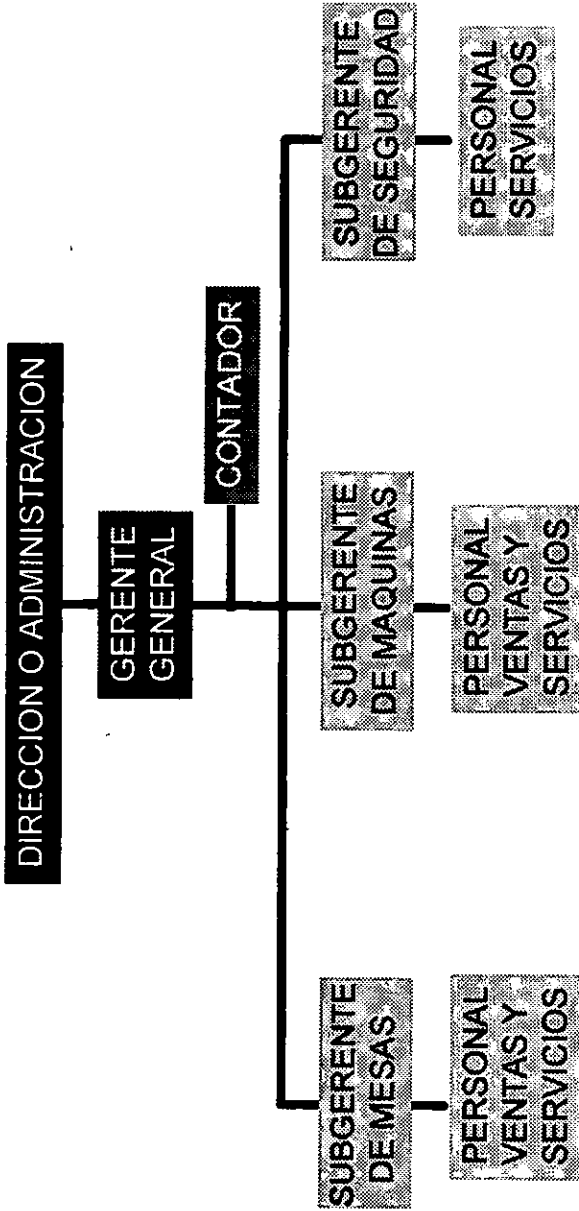
AREA O ACTIVIDAD	CANTIDAD DE PERSONAL REQUERIDO POR TURNO
Dirección y administración	10
Gerentes	4
Secretaria gerente	4
Contador	1
Empleados y secretarias	5
Cajera	5
Vendedor	15
Barman	6
Dealer	30
Mesero	30
Garroteros	15
Seguridad	50
Almacenista	5
Ayudante, mantenimiento	10
Vigilancia	10
Total	190*

Dirección y administración, son los dueños (inversionistas).

* no incluye dirección y administración

La mano de obra tanto calificada, como no calificada, podrá ser contratada en la misma región (un 85% aproximadamente), aunque parte del personal administrativo provendrá de la capital del país, por la preparación y experiencia que se requiere para laborar en un establecimiento de estas características. Habrá tres turnos, con lo que se dará empleo a 570 personas, además de que contarán estos con atractivos sueldos.

ORGANIGRAMA DEL CASINO



Cuadro 6
COSTO ANUAL DE PERSONAL

CONCEPTO	NUMERO DE EMPLEADOS	COSTO MENSUAL USD	PRESTACIONES 35%	TOTAL MENSUAL USD	TOTAL ANUAL USD
Personal Administración					
Gerente(1) y Subgerente(3)	4	2,750.00	962.50	3,712.50	44,550.00
Secretaria gerente	4	500.00	175.00	675.00	8,100.00
Contador	1	2,200.00	770.00	2,970.00	35,640.00
Emp. y Secs.	5	425.00	148.75	573.75	6,885.00
Total personal administración					95,175.00
Personal Ventas					
Cajera	5	1,187.50	415.63	1,603.13	19,237.50
Vendedor	15	1,375.00	481.25	1,856.25	22,275.00
Barman	6	875.00	306.25	1,181.25	14,175.00
Dealer	30	1,125.00	393.75	1,518.75	18,225.00
Mesero	30	375.00	131.25	506.25	6,075.00
Total personal ventas					79,987.50
Personal servicios (operativo)					
Garroteros	15	375.00	131.25	506.25	6,075.00
Seguridad	50	1,850.00	647.50	2,497.50	29,970.00
Almacenista	5	400.00	140.00	540.00	6,480.00
Ayud. Manten	10	437.50	153.13	590.63	7,087.50
Vigilancia	10	1,537.50	538.13	2,075.63	24,907.50
Total personal servicios (operativo)					74,520.00
TOTAL	190	15,412.50	5394.375	20806.875	249,682.50
TOTAL 3 TURNOS	620	46,237.50	16,183.13	62,420.63	749,047.50

FUENTE: Estimaciones realizadas con base a salarios pagados en Las Vegas, Nevada (estudio realizado por la UNLV) y tabla de salarios en México (CNSM, El Economista, Dic-22-97, pag.55)

3. INVERSION

En términos económicos la inversión es la actividad por la que se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción en el futuro. Los principales tipos de inversión son: capital tangible (obra civil, instalaciones, equipo y existencias) e inversiones intangibles (capacitación, entrenamiento o "capital humano", investigación y desarrollo y sanidad). En términos financieros la inversión tiene un significado totalmente distinto; la compra de un título, como un bono o una acción.

Lo que se propone es que al realizar la inversión en el casino y que los socios esperen a recibir los beneficios después de 10 años (tiempo de vida del proyecto en esta investigación); los cuales no sólo serán para los inversionistas, sino también para la sociedad en general, siempre y cuando se tomen las medidas pertinentes para su regulación (estas se verán en el siguiente capítulo).

3.1. TANGIBLES

Como se mencionó anteriormente, estas son las inversiones en obras, maquinaria, equipo; pues son aquellos que permiten realizar las actividades del proyecto.

Las inversiones a realizar a grandes rasgos serían las siguientes:

- Adquisición del terreno e inmueble: con dimensiones de 3,000 mts. cuadrados, con un costo de \$1'045,000.00 usd y el inmueble con 2,500 mts. cuadrados con un costo de \$500,000.00 usd.
- Costo de adaptación del inmueble: este dependerá de las características del salón, el costo presupuestado se calcula en \$2'825,000.00 usd.
- Mobiliario y equipo: todos ellos serán de lujo, pues esta de por medio la categoría y calidad, tanto del casino como del hotel en que se instalará el proyecto:
 - ◊ Casino: mesas de juego de Póker, de Black Jack, ruleta, de dados, para otros juegos de cartas (Caribbean Stud Poker, Pai Gow Poker, etc.); máquinas tragamonedas, video póker, Black Jack y de lotería; la inversión ascendería aproximadamente a \$1'459,097.00 usd.
 - ◊ Barras: barras, sillas, lámparas, vajilla, cristalería; con un presupuesto de \$6,173.00 usd.
- Equipo de operación: todo aquel que interviene indirectamente en el buen funcionamiento de las instalaciones: equipo del salón, del bar, aire acondicionado, planta auxiliar de electricidad, equipo y utensilios para el bar; equipo para vigilancia; cámaras de video, monitores; y equipo para mantenimiento; el monto asciende a alrededor de \$1'252,935.00 usd.
- Capital de trabajo: aquellos que cubren los costos y gastos operacionales generados en los primeros meses de funcionamiento del Casino, en estos se incluyen los pagos para mantener stocks de alimentos y bebidas, artículos varios, refacciones y la nómina de ese periodo; este nos da un total de \$1'295,300 usd.

Cabe mencionar que en el proyecto se realiza un reinversión en el año cinco, la cual consiste en la adquisición de equipo de cómputo, de oficina y de seguridad, esto debido a que su periodo de depreciación esta considerado a 5 años.

3.2. INTANGIBLE

Son aquellas que permiten la materialización del proyecto, ante las autoridades correspondientes; así como los bienes y derechos adquiridos por anticipado, los cuales permiten reducir los costos de operación o mejorar la calidad de un producto o servicio en un periodo limitado, inferior a la vida del proyecto.

- Estudios y proyectos: son los estudio que se requieren para realizar el proyecto; estudio de prefactibilidad, de ingeniería, arquitectónico e instalaciones, y diseños; con un presupuesto de aproximadamente \$2,400.00 usd.
- Licencias, permisos y registros ante notario: todos los trámites necesarios para la materialización del proyecto: licencia de modificación de las instalaciones, tomas de agua, licencia sanitaria, contrato con C.F.E., con Telmex, licencia de colocación de anuncios luminosos; con un costo de alrededor de \$2,620.00 usd.
- Gastos de preinaguración: aquellos recursos para cubrir los gastos previos a la apertura de casino, como los de promoción, publicidad, impuestos, gastos y suministros diversos, honorarios contables y jurídicos, permisos, etc., estos se tasan como un porcentaje de la inversión total; los cuales ascienden a \$226,125.00 usd.

Imprevistos: estos son una proporción de la inversión en general, éstas oscila entre el 3 y 8%, dicho monto cubre posibles gastos no contemplados o de último momento, estos pueden ser tanto tangibles como intangibles; para nuestro proyecto se tomará un 5%, siendo \$372,402.5 usd.

Cuadro 7
INVERSIONES

CONCEPTO	MONTO USD	
Inversión Fija		
Estudio factibilidad	1,550.00	
Otros estudios	850.00	2,400.00
Licencias y permisos		
De remodelación	750.00	
Contrato electricidad	640.00	
Contrato teléfono	880.00	
Otros	350.00	2,620.00
Terreno		
	1,045,000.00	1,045,000.00
Inmueble		
	500,000.00	
Obra civil	2,825,500.00	3,325,500.00
Equipo seguridad		
	83,185.00	
Equipo oficina	25,680.00	
Equipo cómputo	130,000.00	238,865.00
Mobiliario y equipo		
Casino	1,459,097.00	
Bar	6,173.00	
Bodega	3,200.00	1,468,470.00
Instalaciones		
Eléctrica	23,000.00	
Hidráulica	32,300.00	
Aire acondicionado	38,600.00	
De video	17,460.00	111,360.00
Herramientas	11,360.00	11,360.00
Capital de trabajo		
Bebidas	650,000.00	
Art. limpieza	23,150.00	
Art. oficina	38,450.00	
Uniformes y blancos	14,750.00	
Varios	15,000.00	
Fondo sueldos y salarios	553,950.00	1,295,300.00
Imprevistos	372,402.50	372,402.50
Total	7,873,277.50	7,873,277.50

FUENTE: Presupuesto para cada producto o servicio.

NOTA: El costo de la instalación de las computadoras está incluido en el precio de venta

Cuadro 8
COSTO ANUAL DE GASTOS GENERALES

CONCEPTO	COSTO	
	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE OPERACION		
Mantenimiento	5,000.00	60,000.00
Teléfono	6,300.00	75,600.00
Energía eléctrica	3,200.00	38,400.00
Agua	920.00	11,040.00
Otros	400.00	4,800.00
TOTAL GTOS. DE OP.	15,820.00	189,840.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Impuesto predial	1,935.00	23,220.00
Seguros	1,700.00	20,400.00
Gastos de oficina	5,870.00	70,440.00
Teléfono	1,450.00	17,400.00
Energía eléctrica	1,120.00	13,440.00
Agua	230.00	2,760.00
Otros	150.00	1,800.00
TOTAL GTOS ADMIVOS.	12,455.00	149,460.00
GASTOS DE VENTA		
Contratación Agencia	4,166.67	50,000.00
Promoción y publicidad	14,583.33	175,000.00
Otros	1,125.00	13,500.00
TOTAL GTOS. DE VTA.	19,875.00	238,500.00
TOTAL GASTOS GENERALES	48,150.00	577,800.00

FUENTE: Presupuesto para cada producto y servicio

3.3. DEPRECIACION

Esta es la estimación en unidades monetarias del grado de desgaste que ha sufrido el capital o activo fijo que sirve para producir un bien o servicio en un periodo determinado (según lo establezcan las autoridades hacendarias).

En este proyecto el costo por depreciación anual es:

Cuadro 9
COSTO ANUAL POR DEPRECIACION

CONCEPTO	MONTO		CARGO ANUAL	
	INVERSION	FACTOR	POR DEPRECIACION	
	USD		AÑOS 1-5	AÑOS 6-10
Terrano	1,045,000.00	0.00%	-	-
Construcción	3,325,500.00	5.00%	166,275.00	166,275.00
Mobiliario y equipo	1,468,470.00	10.00%	146,847.00	146,847.00
Equipo de seguridad, oficina, cómputo	238,865.00	20.00%	47,773.00	52,550.30
Gastos de instalación	111,360.00	10.00%	11,136.00	11,136.00
Herramientas	11,360.00	10.00%	1,136.00	1,136.00
Estudios	2,400.00	10.00%	240.00	240.00
Licencias	2,620.00	10.00%	262.00	262.00
Total	6,205,575.00		373,669.00	378,446.30

FUENTE: Ley del Impuesto Sobre la Renta 1997 y cálculos propios

Cuadro 10
CALCULO DE DEPRECIACION ANUAL

CONCEPTO	MONTO		FACTOR	0	1	2	3	4	5	6	7
	INVERSION	USD									
Terreno	1,045,000.00	-	0.00%	-	-	-	-	-	-	-	-
Construcción	3,325,500.00	-	5.00%	-	3,159,275.00	2,892,950.00	2,626,675.00	2,360,400.00	2,094,125.00	2,327,850.00	2,161,575.00
Mobiliario y equipo	1,468,470.00	-	0.00%	-	-	-	-	-	-	-	-
Equipo de seguridad, oficina, cómputo	238,865.00	-	20.00%	-	191,092.00	143,319.00	95,546.00	47,773.00	262,751.50	210,201.20	157,650.90
Gastos de instalación	111,360.00	-	10.00%	-	100,224.00	89,068.00	77,952.00	66,816.00	55,660.00	44,544.00	33,408.00
Herramientas	11,360.00	-	10.00%	-	10,224.00	9,068.00	7,952.00	6,816.00	5,660.00	4,544.00	3,408.00
Estudios	2,400.00	-	10.00%	-	2,160.00	1,920.00	1,680.00	1,440.00	1,200.00	960.00	720.00
Licencias	2,620.00	-	10.00%	-	2,358.00	2,096.00	1,834.00	1,572.00	1,310.00	1,048.00	786.00
Total	6,205,575.00	-		-	3,465,283.00	3,238,461.00	3,011,639.00	2,784,817.00	2,520,746.50	2,589,147.20	2,357,547.90

FUENTE: Cuadro de cargo anual por depreciación

CALCULO DE DEPRECIACION ANUAL

CONCEPTO	MONTO		FACTOR	8	9	10	VALOR	
	INVERSION	USD					REMANENTE	REMANENTE
Terreno	1,045,000.00	-	0.00%	-	-	-	-	1,045,000.00
Construcción	3,325,500.00	-	5.00%	1,965,300.00	1,629,025.00	1,662,750.00	1,662,750.00	1,662,750.00
Mobiliario y equipo	1,468,470.00	-	0.00%	-	-	-	-	1,468,470.00
Equipo de seguridad, oficina, cómputo	238,865.00	-	20.00%	105,100.60	82,550.30	-	-	-
Gastos de instalación	111,360.00	-	10.00%	22,272.00	11,136.00	-	-	-
Herramientas	11,360.00	-	10.00%	2,272.00	1,136.00	-	-	-
Estudios	2,400.00	-	10.00%	480.00	240.00	-	-	-
Licencias	2,620.00	-	10.00%	524.00	262.00	-	-	-
Total	6,205,575.00	-		2,125,948.60	1,894,349.30	1,662,750.00	1,662,750.00	4,176,220.00

FUENTE: Cuadro de cargo anual por depreciación

4. FINANCIAMIENTO

La principal fuente de financiamiento para proyectos de carácter turístico es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el cual opera como fideicomiso; la otra es que en caso de tener el capital suficiente, se constituya una sociedad, con el fin de financiar y operar el proyecto.

Con base en lo anterior, se propone la creación de una sociedad de por lo menos 10 personas físicas (preferentemente) o en su defecto morales; que aportaran el 65% (\$4'746,481.2 usd) del total de la inversión (\$7'302,278.75 usd), el resto se obtendrá de un crédito solicitado a FONATUR, pues este fondo otorga tasas preferentes, como se verá en el siguiente apartado.

Cuadro 11
CALCULO DEL FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	VALORES
	USD
INVERSION TOTAL	
Inversión fija total	6,205,575.00
Capital de Trabajo	1,295,300.00
Total de la inversión	7,500,875.00
APORTACION DE CAPITAL (65%)	
Para inversión fija	4,033,623.75
Para capital de trabajo	1,295,300.00
FINANCIAMIENTO	
Crédito refaccionario	2,825,306.25
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	2,825,306.25

FUENTE: Cálculos realizados en base a porcentajes destinados a cada concepto

5. CREDITOS

El 35% restante para completar la inversión provendrá de un préstamo otorgado por FONATUR, a una tasa de interés del 25% anual, con un año de gracia y 5 para finiquitar el crédito, esto permite tener un mayor grado de ahorro para los inversionistas, en caso de alguna contingencia mayor.

Esta tasa del 25% es más atractiva desde luego que una tasa bancaria (tasa 40-45%), por lo que se tiene un mayor margen de maniobra en los gastos.

5.1. AMORTIZACION

Es el monto proporcional del principal que se pagará por el préstamo recibido, es decir, el total recibido se divide entre el número de años, el resultado es la amortización, esta no incluye el pago de intereses.

La amortización a pagar a FONATUR por el crédito es de \$530,372.50 usd anuales, esta cantidad hay que recordar, no incluye intereses, solo el pago al principal (crédito)

5.2. INTERESES

Existen diversas tasas de interés, estas en base al vencimiento y tipo de crédito.

La tasa de interés que maneja FONATUR como se mencionó anteriormente es de 25%, con un año de gracia y a pagar en 5 años.

Cuadro 12

CALENDARIO DE PAGOS E INTERESES DEL CREDITO

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SUCIAL										
SALDO DEL CREDITO INICIAL AL FINAL DEL PERIODO										
Relacionario	2,625,306.25	2,100,246.00	1,575,183.75	1,050,122.50	525,061.25					
AMORTIZACION										
Principal	0	525,061.25	525,061.25	525,061.25	525,061.25					
INTERESES										
Relacionario 25%	656,326.56	525,061.25	393,796.94	262,530.62	131,265.31					

FUENTE: Cálculos propios

6. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El cálculo de los ingresos se realizó con base a un estimado de apuestas mínimas por persona, el cual es de \$25.00 usd, de los cuales el casino espera obtener el 20% (\$5.00 usd), esto es para el caso de las mesas de juego; para las máquinas se promedió las diferentes denominaciones de las mismas para poder jugar, con lo que el de las tragamonedas es de \$3.13 usd y el de las de video de \$3.70 usd

A partir de esas tarifas promedio que se manejarán en el casino, tanto la apuesta mínima como las diferentes denominaciones de las máquinas, y con base al supuesto de ocupación que se tendrá, se pretende que para el año 1 de operación se tenga un ingreso de \$3'645,406.40 usd y para el año 10 se estima que podrían alcanzar los \$10'392,258.24 usd (teniendo una tasa media anual de crecimiento durante la vida del proyecto de 12.34%).

La proyección está hecha a precios constantes, por lo que los incrementos en los ingresos se dan por un crecimiento en la demanda del servicio, es decir, mayores ventas, y no por incrementos en las tarifas.

Podría suponerse que por el concepto de venta de bebidas se obtienen más ingresos, pero no es así, pues cabe resaltar que en las casas de juego la bebida es gratis para los jugadores.

Cuadro 13
INGRESOS ANUALES OBTENIDOS POR MESA Y MAQUINA

AÑO	DÍAS	HORAS	OCCUPACION ANUAL %	APUESTA mínima en USD	POKER 5 mesas 20 personas	BLACJACK 5 mesas 20 personas	RULETA 7 mesas 77 personas	INGRESOS MESAS ANUAL			TOTAL 26 mesas 170 personas
								DADOS 3 mesas 33 personas	OTROS 6 mesas 20 personas	TOTAL 1,859,400.00	
1	364	10	60%	\$ 5.00	218,400.00	218,400.00	840,840.00	390,360.00	218,400.00	1,859,400.00	
2	364	12	65%	\$ 5.00	283,920.00	283,920.00	1,063,092.00	468,468.00	283,920.00	2,413,320.00	
3	364	15	65%	\$ 5.00	354,900.00	354,900.00	1,366,365.00	585,585.00	354,900.00	3,016,650.00	
4	364	15	80%	\$ 5.00	438,800.00	438,800.00	1,681,680.00	720,720.00	438,800.00	3,712,800.00	
5	364	15	80%	\$ 5.00	438,800.00	438,800.00	1,681,680.00	720,720.00	438,800.00	3,712,800.00	
6	364	15	80%	\$ 5.00	438,800.00	438,800.00	1,681,680.00	720,720.00	438,800.00	3,712,800.00	
7	364	15	85%	\$ 5.00	518,700.00	518,700.00	1,998,995.00	855,855.00	518,700.00	4,408,950.00	
8	364	15	85%	\$ 5.00	518,700.00	518,700.00	1,998,995.00	855,855.00	518,700.00	4,408,950.00	
9	364	18	85%	\$ 5.00	622,440.00	622,440.00	2,396,394.00	1,027,026.00	622,440.00	5,290,740.00	
10	364	18	85%	\$ 5.00	622,440.00	622,440.00	2,396,394.00	1,027,026.00	622,440.00	5,290,740.00	

INGRESOS ANUALES OBTENIDOS POR MESA Y MAQUINA

AÑO	DÍAS	HORAS	OCCUPACION ANUAL %	APUESTA mínima en USD	TRAGAMONEDAS		VIDEO 120 máquinas 120 personas	TOTAL 240 máquinas 240 personas	INGRESOS TOTALES 410 personas	ING. PROM MENSUAL
					120 máquinas 120 personas	240 máquinas 240 personas				
1	364	10	60%	\$ 5.00	820,310.40	969,696.00	1,790,006.40	3,646,408.40	303,867.20	
2	364	12	65%	\$ 5.00	1,066,403.52	1,260,604.80	2,327,008.32	4,740,328.32	395,027.36	
3	364	15	65%	\$ 5.00	1,333,004.40	1,575,756.00	2,908,760.40	5,925,410.40	493,784.20	
4	364	15	80%	\$ 5.00	1,640,620.80	1,939,392.00	3,580,012.80	7,292,812.80	607,734.40	
5	364	15	80%	\$ 5.00	1,640,620.80	1,939,392.00	3,580,012.80	7,292,812.80	607,734.40	
6	364	15	80%	\$ 5.00	1,640,620.80	1,939,392.00	3,580,012.80	7,292,812.80	607,734.40	
7	364	15	85%	\$ 5.00	1,948,237.20	2,303,028.00	4,251,265.20	8,660,215.20	721,684.60	
8	364	15	85%	\$ 5.00	1,948,237.20	2,303,028.00	4,251,265.20	8,660,215.20	721,684.60	
9	364	18	85%	\$ 5.00	2,337,884.64	2,763,633.60	5,101,518.24	10,392,258.24	866,021.52	
10	364	18	85%	\$ 5.00	2,337,884.64	2,763,633.60	5,101,518.24	10,392,258.24	866,021.52	

NOTA: Ingresos obtenidos en mesas de juego son un porcentaje (20%) de apuestas (25 usd)

* Ingresos obtenidos en máquinas tragamonedas, calculados en base a un promedio de 3.13 usd y para máquinas de video 3.70 usd.

FUENTE: Estimaciones en base a las denominaciones de las máquinas y apuesta mínima, la ocupación es en base a la que espera tener al hotel Mayan Palace Vidales

7. CAPITAL DE TRABAJO

Es una partida dedicada a cubrir los costos y gastos operativos que se generan en los primeros meses de funcionamiento del proyecto (incluye stocks de bebidas, artículos varios, de limpieza, de oficina y nomina).

Este garantiza la continuidad de la operación del casino, lo cuál se logra con una cantidad en efectivo e inventarios, para el pago a proveedores y empleados, así como para abastecer de insumos y materiales.

Cuadro 14
CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	COMPRAS		(-) CREDITO	IMPACTO EN
	ANUAL	REQUERIMIENTOS		CAPITAL
Insumos	891,350.00	445,675.00	-	445,675.00
Resto costos y gastos	1,699,250.00	849,625.00	-	849,625.00
			TOTAL	1,295,300.00
	Inventarios	445,675.00	Proveedores	-
	Bancos	849,625.00	Acreedores	-
	VENTAS		CREDITO	IMPACTO EN
	MENSUALES			CAPITAL
Total ventas	7,429,553.04		-	-
	Insumos	1,295,300.00		
	Ventas	-		
	TOTAL	1,295,300.00		

Los requerimientos son de 6 meses

No hay crédito de insumos

No hay crédito de otros gastos

En las ventas no se da crédito, pues el casino no lo otorga, solo se juega con efectivo

FUENTE: Cálculos propios

8. ESTADOS FINANCIEROS

Son documentos que muestran la situación de una empresa por un periodo o a una fecha determinada, estos se clasifican en dos tipos: estáticos y dinámicos; los primeros son elaborados con el propósito de mostrar la situación financiera a una fecha determinada, es decir, al corte o cierre de un ejercicio (balance general); mientras que los segundos se elaboran por un periodo determinado y comprende las operaciones realizadas en ese lapso (estado de resultados, estado de producción y ventas, estado de movimientos de capital contable). Estos se construyen en base a pronósticos, los cuales están en función de las proyecciones realizadas de oferta y demanda del servicio.

8.1 BALANCE GENERAL

Presenta dentro de su estructura tres agrupaciones de cuentas. La primera está representada por todos los bienes y recursos propiedad de la empresa y cuya condición constituye el objetivo principal de la empresa; a este grupo se le denomina Activo. El segundo corresponde a todas las obligaciones contraídas por la empresa con terceros, éstas están representadas en dinero o papel (comercial, pagarés, quirografario, acciones, etc.) y su pago corresponde efectuarse a corto, mediano y largo plazo; a esto se le llama Pasivo. El tercer y último grupo de cuentas representa el patrimonio propio de la compañía, el cual es el Capital.

Las cuentas a manejarse en el balance del casino son:

Caja.- es dinero en efectivo que se tiene para disposición inmediata, este será para imprevistos, así como para el manejo de la caja del casino, con el fin de contar con dinero suficiente para realizar las operaciones diarias.

Bancos.- al igual que caja, es dinero en efectivo, pero se encuentra en una cuenta bancaria, para nuestro caso será una cuenta de ahorro, ya que se trata de ver la viabilidad del proyecto como tal y no la de inversiones alternas dentro del mismo (cuentas maestras o cualquier otra inversión), esto no es un impedimento para realizarlas, a lo contrario, el hacerlas permitirá incrementar los beneficios. El monto con que cuenta este rubro es principalmente para el pago de servicios del casino y cubre por lo menos 6 meses de operación.

Inventarios.- es el stock que se tiene tanto en bebidas, cartas, fichas y juegos de mesa, así como de artículos de limpieza y de oficina, estos también son por 6 meses de funcionamiento del casino.

Activo fijo.- son las inversiones realizadas para que la casa de juego pueda entrar en funcionamiento, estas se describen en el apartado de inversiones.

Pasivo a largo plazo.- es el crédito otorgado por FONATUR, este se explica en la parte de crédito, en este mismo capítulo.

Capital social.- es el monto con el que esta creada la sociedad o empresa, su composición se detalla en el segmento titulado Financiamiento.

CAP. IV

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Cuadro 15
BALANCE GENERAL, PROYECCION A DIEZ AÑOS (Con préstamo)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVO CIRCULANTE											
Caja	448,675.00	953,972.50	1,911,924.26	3,464,536.10	5,661,344.59	7,704,964.79	10,072,433.39	13,499,871.44	17,008,032.37	21,295,612.67	25,583,192.97
Bancos	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00
Inventarios	-	445,675.00	467,956.75	467,956.75	539,152.56	539,152.56	539,152.56	618,875.45	618,875.45	618,875.45	618,875.45
SUBTOTAL	849,625.00	1,295,300.00	1,317,563.75	1,317,563.75	1,387,777.56	1,387,777.56	1,387,777.56	1,468,500.44	1,468,500.44	1,468,500.44	1,468,500.44
TOTAL	1,295,300.00	2,249,272.50	3,229,518.01	4,802,119.85	7,049,122.15	9,092,442.35	11,460,210.95	14,968,371.88	18,476,532.81	22,764,113.11	27,051,693.41
ACTIVO FIJO											
Activo fijo	6,205,575.00	6,205,575.00	5,831,906.00	5,458,237.00	5,084,568.00	4,873,650.50	4,599,961.50	4,221,535.20	3,843,068.90	3,464,642.60	3,086,196.30
Depreciación	-	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	378,446.30	378,446.30	378,446.30	378,446.30	378,446.30
TOTAL	6,205,575.00	5,831,906.00	5,458,237.00	5,084,568.00	4,710,899.00	4,599,961.50	4,221,535.20	3,843,068.90	3,464,642.60	3,086,196.30	2,707,750.00
SUBTOTAL ACTIVO	7,065,200.00	7,127,208.00	6,775,820.75	6,402,151.75	6,068,876.56	5,887,799.06	5,609,312.76	5,311,589.34	4,933,143.04	4,554,896.74	4,176,250.44
TOTAL ACTIVO	7,500,875.00	8,091,178.50	8,687,755.01	9,846,687.85	11,760,021.15	13,692,423.85	15,681,746.15	18,811,460.78	21,941,175.41	25,850,309.41	29,759,443.41
PASIVO CORTO PLAZO											
Proveedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Acreedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASIVO LARGO PLAZO											
Pasivo largo plazo	2,625,306.25	2,625,306.25	2,100,246.00	1,575,183.75	1,050,122.50	525,061.25	-	-	-	-	-
TOTAL	2,625,306.25	2,625,306.25	2,100,246.00	1,575,183.75	1,050,122.50	525,061.25	-	-	-	-	-
CAPITAL CONTABLE											
Capital social	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75	4,875,568.75
Utilidad del ejercicio	-	551,269.33	1,075,056.87	1,637,794.38	2,278,474.83	2,334,590.75	2,368,964.37	2,973,228.90	2,973,228.90	3,713,677.30	3,713,677.30
Ejercicio anterior	-	-	590,303.50	1,711,941.26	3,439,935.35	5,834,329.90	8,291,793.85	10,806,177.40	13,905,892.03	17,065,906.66	20,974,740.66
Reservas sobre utilidades (5%)	-	29,015.18	58,561.89	68,199.70	119,919.73	122,873.20	125,719.18	158,485.73	156,485.73	195,456.70	195,456.70
TOTAL	4,875,568.75	5,465,872.25	6,587,510.01	8,311,504.10	10,709,898.65	13,167,362.60	15,681,746.15	18,811,460.78	21,941,175.41	25,850,309.41	29,759,443.41
SUBTOTAL PASIVO+CAPITAL	7,500,875.00	8,091,178.50	8,687,755.01	9,846,687.85	11,760,021.15	13,692,423.85	15,681,746.15	18,811,460.78	21,941,175.41	25,850,309.41	29,759,443.41
TOTAL PASIVO+CAPITAL	7,500,875.00	8,091,178.50	8,687,755.01	9,846,687.85	11,760,021.15	13,692,423.85	15,681,746.15	18,811,460.78	21,941,175.41	25,850,309.41	29,759,443.41

FUENTE: Cálculos propios

8.2. ESTADO DE RESULTADOS

Las cuentas que lo constituyen son las de ingresos, costos y gastos, y de la comparación entre sí, se obtiene como resultado final una utilidad o una pérdida.

Gastos operativos.- son todos aquellos en que se incurre para mantener el buen funcionamiento del negocio, en este caso nos referimos al pago de servicios del casino como tal, pago de salarios de personal (dealers, meseros, garroteros, así como a los de mantenimiento, seguridad y vigilancia)

Gastos de venta.- son los relacionados a promoción y publicidad, con el fin de dar a conocer el servicio e incrementar la demanda, la cual consecuentemente permitirá incrementar los ingresos.

Gastos de administración.- como su nombre lo indica son gastos relacionados a la administración de la empresa, pago de sueldos a los gerentes, contador, secretarias y empleados auxiliares.

Gastos financieros.- se refiere al pago de intereses, generados por el préstamo recibido.

ISR.- es el pago al Impuesto Sobre la Renta, es decir, sobre la utilidad bruta, para el casino se calcula un pago de 45% sobre las ganancias, este porcentaje se toma en base a la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

PTU.- la participación sobre las utilidades será la misma tasa que actualmente se cobra, 10%.

Cuadro 16
ESTADO DE RESULTADOS, PROYECCION A DIEZ AÑOS (Con préstamo)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	-	3,648,406.40	4,740,328.32	5,925,410.40	7,292,812.80	7,292,812.80	7,292,812.80	8,660,215.20	8,660,215.20	10,392,258.24	10,392,258.24
Gtos. operativos	-	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00
Gtos. de venta	-	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00
Gtos. de administración	-	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50
Costo de operación	-	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50
Utilidad operativa	-	2,319,558.90	3,413,480.82	4,598,562.90	5,965,965.30	5,965,965.30	5,965,965.30	7,333,367.70	7,333,367.70	9,065,410.74	9,065,410.74
Gastos Financieros	-	656,326.56	525,061.25	393,795.94	262,530.62	131,265.31	-	-	-	-	-
Depreciación	-	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00
Utilidad bruta	-	1,289,563.34	2,514,750.57	3,631,097.97	5,329,765.66	5,461,030.99	5,587,519.00	6,954,921.40	6,954,921.40	8,686,964.44	8,686,964.44
ISR (45%)	-	580,303.50	1,131,637.76	1,723,994.08	2,396,394.56	2,457,463.95	2,514,363.55	3,129,714.63	3,129,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
PTU (10%)	-	128,956.33	251,475.06	363,109.80	532,976.57	546,103.10	558,751.80	695,492.14	695,492.14	868,696.44	868,696.44
Utilidad neta	-	580,303.50	1,131,637.76	1,723,994.08	2,396,394.56	2,457,463.95	2,514,363.55	3,129,714.63	3,129,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
Reserva sobre utilidades (5%)	-	29,015.18	56,581.89	86,199.70	119,919.73	122,873.20	125,719.18	156,485.73	156,485.73	195,456.70	195,456.70
Utilidad neta menos reservas	-	551,288.33	1,075,055.87	1,637,794.38	2,276,474.83	2,334,590.75	2,388,644.37	2,973,228.90	2,973,228.90	3,713,677.30	3,713,677.30

FUENTE: Cálculos propios

8.3. FLUJO DE CAJA

Por medio de este documento se puede demostrar la capacidad de pago de la futura empresa, sus necesidades de crédito, cantidades que podrá abonar a los créditos que se contemplan, fechas en que se puede empezar la amortización de la deuda, etc. Con sus datos, saldrán también algunos saldos que se utilizarán al formular los balances periódicos de la empresa, tales como: caja y bancos, créditos concedidos, capital social, acreedores diversos, etc.

Con el se obtiene el Flujo de Caja Base o del Proyecto (FCB) y el Flujo de Caja del Inversionista (FCI), al no haber reparto de utilidades, este último no recibe ningún flujo, sino hasta el año 10 recobra su inversión y las ganancias, lo cual suma en total \$30 millones de usd. Estos flujos son considerados como el flujo neto de efectivo, tanto del proyecto como del inversionista, para el cálculo del VAN y de la TIR.

Cuadro 17

FLUJO DE CAJA (Con préstamo)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	-	3,648,408.40	4,740,328.32	5,825,410.40	7,292,812.80	7,292,812.80	7,292,812.80	8,680,215.20	8,680,215.20	10,392,258.24	10,392,258.24
Gastos	6,205,575.00	2,481,782.33	2,732,244.06	3,433,951.36	4,328,412.43	4,593,166.04	4,389,982.95	5,232,777.15	5,152,054.27	6,104,677.94	6,104,677.94
Pago de operación	-	1,772,522.50	1,349,131.25	1,328,847.50	1,397,041.31	1,328,847.50	1,328,847.50	1,407,570.38	1,328,847.50	1,328,847.50	1,328,847.50
Pago de bienes de capital	6,205,575.00	-	-	-	-	262,751.5	-	-	-	-	-
ISR (45%)	-	580,300.50	1,131,637.76	1,723,984.08	2,398,394.56	2,457,463.95	2,514,383.55	3,128,714.63	3,128,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
PTU (10%)	-	128,868.33	251,475.05	383,109.80	532,876.57	548,103.10	558,751.90	695,492.14	695,492.14	865,896.44	865,896.44
Valor de rescate	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCB	(6,205,575.00)	1,164,624.07	2,006,084.26	2,481,459.02	2,984,400.37	2,689,646.76	2,892,829.85	3,427,438.05	3,508,160.93	4,287,580.30	4,176,220.00
Créditos recibidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Largo plazo	2,825,306.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización	-	-	525,061.25	525,061.25	525,061.25	525,061.25	525,061.25	-	-	-	-
Gastos financieros	-	658,326.56	525,061.25	393,795.94	282,530.62	131,265.31	-	-	-	-	-
Disponible Inicial	-	1,285,300.00	1,803,597.50	2,781,559.28	4,334,161.10	6,510,969.59	8,554,289.78	10,922,058.39	14,349,496.43	17,857,657.37	22,145,237.67
Disponible final	1,295,300.00	1,803,597.50	2,781,559.28	4,334,161.10	6,510,969.59	8,554,289.78	10,922,058.39	14,349,496.43	17,857,657.37	22,145,237.67	-
FCI	(4,875,568.75)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,609,037.97

FUENTE: Cálculos propios

CAPITULO V. EVALUACION FINANCIERA

Hasta este momento, se ha podido observar que los estados financieros y sus proyecciones son una herramienta básica e indispensable para la toma de decisiones, sin embargo, encontramos que son insuficientes para este fin, por tal motivo se dedica este capítulo precisamente a calcular y analizar los indicadores de evaluación financiera, con el fin de identificar la viabilidad del proyecto.

La evaluación se hará con las cifras que se obtienen con el préstamo otorgado por FONATUR (35% de la inversión total), que es de \$2'625,306.25 usd, con un año de gracia y una tasa de interés del 25% sobre saldos insolutos; esto debido a que son más atractivos los resultados en relación a los calculados con capital propio.

1. TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD

Esta tasa nos muestra la relación que existe entre el promedio anual de utilidades netas y la inversión promedio de un proyecto.

Su fórmula es:

$$\text{TPR} = \text{UTILIDAD NETA PROMEDIO} / \text{INVERSION PROMEDIO}$$

Desventajas:

- no considera los ingresos netos que produce la inversión, sino la utilidad contable.
- considera que los ingresos generados por el proyecto tienen el mismo peso, es decir, que resulta lo mismo que los ingresos mayores se generen al principio que al final del proyecto.
- no considera el valor del dinero en el tiempo.

Ventajas:

- fácil aplicación, ya que utiliza información contable.
- el resultado obtenido se compara con la tasa exigida para ver su aceptación o rechazo.

Con lo que se obtuvo:

$$\text{TPR} = 2'363,968.093 / 3'750,437.5 = 0.63031$$

$$\text{TPR} = 63.03\%$$

Esto quiere decir que por cada dólar que se invierta en el proyecto, este generará una utilidad en promedio de 0.6303 centavos, durante la vida del proyecto. Dicha tasa en estos momentos, esta muy por encima de cualquier instrumento de inversión, ya sea CETES, pagares, entre otros; estos sólo tienen una rentabilidad máxima de un 25% en promedio.

2. RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION TOTAL

A este índice de eficiencia se le puede definir como el cociente en porcentaje de la utilidad neta de un ejercicio entre la inversión total (total de activos).

Su representación es:

$$\text{RSI} = \frac{\text{UTILIDAD NETA DE EJERCICIO}}{\text{INVERSION TOTAL}}$$

Desventajas:

- no considera los ingresos netos que produce la inversión, sino la utilidad contable.
- no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, considerando en forma indistinta, si las utilidades se generan en los primeros o últimos años.

Ventajas:

- fácil aplicación por utilizar información contable.
- el resultado obtenido se compara con la tasa exigida para el tipo de empresa.

Los cálculos se realizaron sólo con los años 1 y 10, para mostrar el comportamiento al inicio y final del proyecto.

$$\text{RSI año 1} = 551,288.33 / 7'500,875 = 0.0735$$

$$\text{RSI año 1} = 7.35\%$$

$$\text{RSI año 5} = 2'334,590.75 / 7'500,875 = 0.3112$$

$$\text{RSI año 5} = 31.12\%$$

$$\text{RSI año 10} = 3'713,677.30 / 7'500,875 = 0.49509$$

$$\text{RSI año 10} = 49.50\%$$

Es la utilidad que por cada dólar de inversión, se logrará en cada año de vida del proyecto; en el año uno un dólar invertido generará una utilidad de 0.0735 centavos y para el año diez, ese mismo dólar tendrá una utilidad de 0.495 centavos. Como se puede ver el rendimiento se va incrementando conforme pasa el tiempo de operación del casino, teniendo una tasa media de crecimiento anual del 21.01%; con lo que para el quinto año el rendimiento es más atractivo que una inversión alternativa (papel comercial, instrumentos de renta fija, etc.).

3. BENEFICIO-COSTO

Esta razón nos muestra la capacidad que tiene la inversión de generar utilidades sobre los costos, ya que la suma de los beneficios traídos a valor presente se divide entre la sumatoria de los costos, también traídos a valor presente; si la razón beneficio/costo es mayor a 1, el proyecto refleja aceptación cuantitativa, la diferencia que hay entre la razón y la unidad, será la ganancia o pérdida que se obtenga del proyecto.

Su cálculo es:

$$B/C = \text{Beneficios} / \text{Costos}$$

- ⇒ Beneficios = ingresos netos que genera el proyecto
- ⇒ Costos = inversiones del proyecto

Los resultados se encuentran en los cuadros número 18 y 19, del VAN.

- del proyecto $6'395,790.71 / 6'205,575.00 = 1.03$
- del inversionista $4'743,520.52 / 4'875,568.75 = 1.01$

Con lo que para el proyecto da una ganancia de \$0.03, mientras que para el inversionista es de \$0.01.

4. VALOR ACTUAL NETO

Este método es sin duda el más conocido, mejor y más generalmente aceptado, pero esto no ha evitado que se siga incurriendo en problemas al momento de interpretar los resultados que entrega.

Compara a todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento del tiempo, al cual se le conoce como momento cero, aunque podría ser cualquiera, incluso el último momento de la evaluación.

Este valor representa la diferencia entre los ingresos netos descontados a una tasa "X", equivalente al rendimiento mínimo aceptable. El valor actualizado de las inversiones hechas en el proyecto o lo que es lo mismo, el VAN, refleja lo que queda después de incurrir en costos y "ganar" lo que el inversionista quiere. Además de considerar el monto de la inversión. Por lo que se puede definir que el VAN es el valor actual de los flujos menos la inversión inicial.

Su formula es:



Desventajas:

- se necesita conocer la tasa de descuento para proceder a evaluar los proyectos, por lo que cualquier error en la determinación de esta tasa repercute en la evaluación de los proyectos.
- un aumento o disminución de la tasa de descuento puede cambiar la jerarquización de los proyectos.

Ventajas:

- considera el valor del dinero en el tiempo.
 - indica si la rentabilidad real de la inversión supera o no la rentabilidad exigible ($VAN > 0$).
- supone la comparación del flujo positivo y negativo sobre una misma base de tiempo.

Cuadro 18
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Con préstamo) VAN POSITIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZACION 35.00%	FLUJO DESCONTADO
INICIAL	0	(6,205,575.00)	1.0000	(6,205,575.00)
1999	1	1,164,624.07	0.7407	862,684.49
2000	2	2,008,084.26	0.5487	1,101,829.50
2001	3	2,491,459.02	0.4064	1,012,633.86
2002	4	2,964,400.37	0.3011	892,486.77
2003	5	2,699,646.76	0.2230	602,057.68
2004	6	2,892,829.85	0.1652	477,881.57
2005	7	3,427,438.05	0.1224	419,404.64
2006	8	3,508,160.93	0.0906	317,987.00
2007	9	4,287,580.30	0.0671	287,877.92
2008	10	8,463,800.30	0.0497	420,947.29
			VAN 1	190,215.71

Sumatoria de
beneficios
6,395,790.71

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.03

Cuadro 18.1
FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Con préstamo) VAN NEGATIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZACION 40.00%	FLUJO DESCONTADO
INICIAL	0	(6,205,575.00)	1.0000	(6,205,575.00)
1999	1	1,164,624.07	0.7143	831,874.33
2000	2	2,008,084.26	0.5102	1,024,532.78
2001	3	2,491,459.02	0.3644	907,966.12
2002	4	2,964,400.37	0.2603	771,657.74
2003	5	2,899,646.76	0.1859	501,957.29
2004	6	2,892,829.85	0.1328	384,197.63
2005	7	3,427,438.05	0.0949	325,142.22
2006	8	3,508,160.93	0.0678	237,714.25
2007	9	4,287,580.30	0.0484	207,519.99
2008	10	8,463,800.30	0.0346	292,607.23
			VAN 2	(720,405.42)

Sumatoria de
beneficios
5,485,169.58

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 0.88

Cuadro 19

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Con préstamo) VAN POSITIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR		FLUJO DESCONTADO
			ACTUALIZACION 20.00%		
INICIAL	0	(4,875,568.75)	1.0000		(4,875,568.75)
1999	1	-	0.8333		-
2000	2	-	0.6944		-
2001	3	-	0.5787		-
2002	4	-	0.4823		-
2003	5	-	0.4019		-
2004	6	-	0.3349		-
2005	7	-	0.2791		-
2006	8	-	0.2326		-
2007	9	-	0.1938		-
2008	10	30,609,037.97	0.1615		4,943,530.52
			VAN 1		67,961.77

Sumatoria de
beneficios
4,943,530.52

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.01

Cuadro 19.1

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Con préstamo) VAN NEGATIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR		FLUJO DESCONTADO
			ACTUALIZACION 26.00%		
INICIAL	0	(4,875,568.75)	1.0000		(4,875,568.75)
1999	1	-	0.8000		-
2000	2	-	0.6400		-
2001	3	-	0.5120		-
2002	4	-	0.4096		-
2003	5	-	0.3277		-
2004	6	-	0.2621		-
2005	7	-	0.2097		-
2006	8	-	0.1678		-
2007	9	-	0.1342		-
2008	10	30,609,037.97	0.1074		3,286,620.43
			VAN 2		(1,588,948.32)

Sumatoria de
beneficios
3,286,620.43

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 0.67

El VAN del proyecto

Al incorporar la variable tiempo se tiene que a una tasa del 35% el proyecto es viable, mientras que a una tasa del 40% el resultado obtenido en el VAN es negativo, por lo que a esa tasa ya no es factible invertir.

El VAN del inversionista

Al igual que la anterior con la variable tiempo, a una tasa del 20%, no hay problema alguno, pero al llegar ésta a 25%, ya no es recomendable invertir en el proyecto.

Los dos VAN obtenidos son comparados con una tasa del 25%, la que por un lado, FONATUR cobra por el préstamo otorgado y por otro es 8 puntos porcentuales mayor al C.P.P. (Costo Porcentual Promedio), que es de 16.98% en el mes de enero de 1998' .

* FUENTE: El Economista, México D.F., 4 de febrero de 1998, pag. 1.

5. TASA INTERNA DE RETORNO

Es muy difícil encontrar un proyecto en el que al ser evaluado, se haya utilizado el VAN para medir su rentabilidad y no se haya agregado la Tasa Interna de Retorno (TIR), aún cuando el primero tiene amplias ventajas sobre la segunda.

La TIR es aquella tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos, en otras palabras, es la tasa de interés mediante la cual debemos descontar los flujos netos de efectivo generados durante la vida útil del proyecto, para que estos se igualen a la inversión. Se calcula de la siguiente forma:



Donde

- A = flujo neto de efectivo
- i = tasa o factor de descuento
- n = número de periodos

Desventajas:

- en algunos proyectos no existe una sola tasa interna, sino varias, tantas como cambios de signo tenga el flujo neto de efectivo, este proyecto no es el caso.

Ventajas:

- nos señala exactamente la máxima rentabilidad del proyecto, que devuelve el capital invertido.
- en general, nos conduce a los mismo resultados que el VAN, sin embargo, la rentabilidad interna considera como tasa de reinversión su valor, a diferencia del VAN que lo hace del costo del capital.

Cuadro 20

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Con préstamo) TIR

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZ. (TIR)	FLUJO
			35.94637%	DESCONTADO
INICIAL	0	(6,205,575.00)	1.0000	(6,205,575.00)
1999	1	1,164,624.07	0.7356	856,685.35
2000	2	2,008,084.26	0.5411	1,086,558.44
2001	3	2,491,459.02	0.3960	991,654.72
2002	4	2,964,400.37	0.2928	867,918.96
2003	5	2,699,646.76	0.2154	581,413.13
2004	6	2,892,829.85	0.1584	458,285.76
2005	7	3,427,438.05	0.1165	399,409.75
2006	8	3,508,160.93	0.0857	300,721.26
2007	9	4,287,580.30	0.0631	270,353.80
2008	10	8,463,800.30	0.0484	392,573.70
			VAN 3	(0.12)

FUENTE: Cálculos propios

Sumatoria de
beneficios
6,205,574.88

B/C = 1.00

Cuadro 20.1

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Con préstamo) TIR

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZ. (TIR)	FLUJO
			20.17%	DESCONTADO
INICIAL	0	(4,875,568.75)	1.0000	(4,875,568.75)
1999	1	-	0.8322	-
2000	2	-	0.6925	-
2001	3	-	0.5763	-
2002	4	-	0.4796	-
2003	5	-	0.3991	-
2004	6	-	0.3321	-
2005	7	-	0.2764	-
2006	8	-	0.2300	-
2007	9	-	0.1914	-
2008	10	30,609,037.97	0.1593	4,875,568.72
			VAN 3	(0.03)

FUENTE: Cálculos propios

Sumatoria de
beneficios
4,875,568.72

B/C = 1.00

Tenemos que a una tasa de interés del 35.95%, los ingresos que se generen en el futuro del proyecto, serán iguales a los costos actuales, pues cabe recordar que esos ingresos futuros son traídos a valor presente, con lo que a esa tasa los ingresos se igualan a los egresos.

Con lo que el proyecto devuelve el capital comprometido y además lo reproduce al máximo, así como el inversionista recupera su inversión y obtiene una ganancia.

Por otra parte se considera una tasa promedio de CETES del 18.3% (en el mes de enero de 1998). Esta es la tasa pasiva que se recibiría en caso de invertir en este instrumento (costo de oportunidad).

Mientras que a una tasa del 20.17%, sucede lo mismo, pero con el dinero invertido directamente por los socios. Como es de notarse ésta tasa es 1.83 puntos porcentuales superior a la de CETES, debido que esta investigación analiza únicamente el rendimiento del proyecto, pero cabe resaltar que se tiene un capital ocioso (caja) por montos considerables, los cuales podrán ser invertidos en el o los instrumentos que consideren pertinentes los socios, esta decisión permitirá tener aún mejores rendimientos para el proyecto.

6. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Se define como el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto amorticen el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer en cuánto tiempo una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión. Utiliza la siguiente expresión:

$$PRI = N - 1 \left[\frac{(FA)_{n-1}}{(F)n} \right]$$

- ⇒ N = Año en el que el flujo actualizado cambia de signo
- ⇒ (FA)_{n-1} = Flujo de efectivo acumulado en el año previo a "N"
- ⇒ (F)_n = Flujo neto de efectivo en el año "N"

Este método tiene mayor sentido cuando se complementa con el del valor actual neto (VAN). Cuando el proyecto que se evalúa es uno solo, el simple hecho de que se recupere la inversión, está indicando que el VAN es cero. Sin embargo cuando hay más de un proyecto, el que posibilite recuperar con mayor prontitud, no implica que sea el más conveniente para los intereses del inversionista.

Es posible que en economías donde el riesgo es mayor, o sectores muy dinámicos con desarrollo tecnológico, el plazo de recuperación de la inversión puede ser determinante para la toma de la decisión.

Cuando la situación en una economía sea más estable, no solo se tomará en cuenta el tiempo de recuperación para tomar la decisión de invertir, sino también otras consideraciones que crea convenientes el inversionista.

Desventajas:

- no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo.
- hace caso omiso de la rentabilidad de un proyecto de inversión.

Ventajas:

- los resultados obtenidos son fáciles de interpretar.
- indica un criterio adicional para seleccionar entre varias alternativas que presentan iguales perspectivas de rentabilidad y riesgo.
- es de gran utilidad cuando el factor más importante de un proyecto es el tiempo de recuperación.

Cuadro 21

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

(Con préstamo)

PERIODO	FNE	FA
0	(5,205,575.00)	(5,205,575.00)
1	1,164,624.07	(5,040,950.93)
2	2,008,064.26	(3,032,886.68)
3	2,491,459.02	(541,407.65)
4	2,964,400.37	2,422,992.71
5	2,639,646.76	5,122,639.47
6	2,892,829.85	8,015,469.33
7	3,427,438.05	11,442,907.37
8	3,508,160.93	14,951,068.30
9	4,287,580.30	19,238,648.60
10	8,463,800.30	27,702,448.90

FUENTE: Cálculos propios

N = 4

FA = (541,407.65)

FN = 2,964,400.37

PRI = 4.18

4 años, 2 meses; es el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial total

7. PUNTO DE EQUILIBRIO

La razón por la que existe una clasificación entre costos variables y fijos, gasto e inversiones, es para poder hacer uso de una técnica analítica para estudiar las relaciones existentes entre los costos fijos, los costos variables y las ventas. A esta técnica se le conoce como Punto de Equilibrio, y se puede entender por este, como el punto en que los ingresos son iguales a los costos totales, es decir, es el punto en que la empresa no gana ni pierde y a partir del cual por cada unidad vendida se empiezan a generar las utilidades.

Si una empresa desea evitar obtener resultados negativos, que es lo más lógico, deberá tener el cuidado suficiente de planear que sus ventas cubran todos sus costos.

Este se encuentra mediante la siguiente ecuación:

- volumen =

$$P.E. = C.F. / (V. - C.V.)$$

- valor =

$$P.E. = C.F. / (V. - C.V.)$$

- ⇒ P.E. = Punto de Equilibrio
- ⇒ C.F. = Costo Fijo
- ⇒ V. = Precio de Venta
- ⇒ C.V. = Costo Variable Unitario

En la rama turística, es difícil hacer una diferenciación concreta sobre qué rubros pertenecen a costos fijos y cuales a costos variables, ya que todos parecen ser fijos, para nuestro estudio se considerarán los gastos financieros y sueldos y salarios como fijos, a los gastos generales y de venta como variables, con lo que se tiene el siguiente cuadro:

Cuadro 22
PUNTO DE EQUILIBRIO (Con préstamo)

AÑO	COSTOS FIJOS										COSTOS VARIABLES				PUNTO DE EQUILIBRIO TIEMPO	CLIENTES
	Sueldos y Salarios	Gastos Financieros	Total	Gastos Generales	Gastos de Venta	Total	Ingresos por ventas	1-(C/V)	USD							
1	749,047.50	656,326.56	1,405,374.06	339,300.00	238,500.00	577,800.00	3,848,408.40	0.842	1,869,987.48	meses 15 días	213,421					
2	749,047.50	526,081.25	1,274,108.75	339,300.00	238,500.00	577,800.00	4,740,328.32	0.878	1,450,967.81	meses 20 días	142,833					
3	749,047.50	393,796.94	1,142,843.44	339,300.00	238,500.00	577,800.00	5,628,410.40	0.902	1,266,325.68	meses 17 días	99,589					
4	749,047.50	262,530.62	1,011,578.12	339,300.00	238,500.00	577,800.00	7,292,812.80	0.921	1,098,820.38	1 mes 24 días	70,200					
5	749,047.50	131,265.31	880,312.81	339,300.00	238,500.00	577,800.00	7,292,812.80	0.921	966,080.21	1 mes 17 días	61,091					
6	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	7,292,812.80	0.921	813,500.04	1 mes 10 días	51,981					
7	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	8,660,215.20	0.933	802,595.81	1 mes 3 días	43,187					
8	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	8,660,215.20	0.933	802,595.81	1 mes 3 días	43,187					
9	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	10,392,258.24	0.944	793,145.87	27 días	35,566					
10	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	10,392,258.24	0.944	793,145.87	27 días	35,566					

FUENTE: Cálculos propios

8. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis muestra el grado de variabilidad que puede exhibir o resistir un proyecto, lo cual lo convierte en una alternativa de uso para los modelos que incorporan riesgo a la evaluación. Para lograr esto se requiere afectar alguna variable que impacte directamente los flujos en efectivo del proyecto, lo que permite determinar hasta que punto es económicamente rentable el proyecto.

En otras palabras, se pone a prueba extrema el proyecto, con el fin de ver los límites a los cuales el proyecto se vería forzado y con gran riesgo, el cual no es recomendable. Lo anterior se realiza en diferentes ambientes o condiciones económicas, para nuestro estudio se realizan afectaciones a dos variables que impactan directamente en la vida del proyecto, una es la disminución de las ventas (menores ingresos) y la otra se manifiesta con un incremento de los costos (costos generales, sueldos y salarios), los primeros con una reducción del 1.25% y los segundos con un aumento del 5%.

Cuadro resumen del análisis de sensibilidad de la variación de la TIR con respecto a una disminución en las ventas, del inversionista:

Variación	TIR original	TIR sensibilidad	Diferencia de TIR's	Elasticidad TIR ventas
-1.25% ventas	20.17%	20.00%	0.17	0.136

Para el inversionista una disminución de las ventas de 1.25%, la TIR decrece en un 0.84%, teniendo una elasticidad de negativa de 0.136.

Cuadro resumen del análisis de sensibilidad de la variación de la TIR con respecto a un incremento de los costos, del inversionista:

Variación	TIR original	TIR sensibilidad	Diferencia de TIR's	Elasticidad TIR costos
+5.00% costos	20.17%	20.00%	0.17	0.034

Mientras que con un incremento del 5% en los costos, la TIR se reduce 0.84%, con una elasticidad negativa de 0.034.

Si la elasticidad es menor a la unidad no afecta el proyecto.

En base a la anterior afirmación y a los resultados obtenidos en el cuadro resumen, se puede notar que el proyecto soporta hasta una disminución de los ingresos de 1.25%; mientras que por el lado de los costos se tiene una holgura en su incremento de hasta 5%, claro está que estos porcentajes no permiten un buen desenvolvimiento del proyecto. Se utiliza la TIR del inversionista con el fin de que este más enterado de los rendimientos que se logran, además como se puede observar la TIR sensible solo está 1.7 puntos porcentuales por arriba de la tasa de CETES, ya antes mencionada.

9. BENEFICIOS SOCIO-ECONOMICOS

IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico que traería una oferta de casinos en centros turísticos integrales, como elemento de entretenimiento adicional, está determinado por los montos de inversión que se necesiten y autoricen por parte de las diferentes entidades gubernamentales, recaudación fiscal esperada sobre utilidades derivadas directamente del juego, los empleos de la industria de la construcción durante la fase de obra civil (modificación del inmueble) y los empleos directos e indirectos necesarios durante la fase de operación.

Una vez en funciones, el casino generará alrededor de 570 empleos directos. Asimismo, con el resultado del efecto multiplicador en la economía, debido a la inyección de recursos frescos, y el incremento del gasto de los consumidores, se crearían 2,300 empleos indirectos. Los hoteles y restaurantes de la ciudad darían empleo a 3,200 personas adicionales, dando un total de 5,950 puestos de trabajo directos e indirectos¹³.

Todos estos indicadores están en función de la ubicación, el tamaño de los establecimientos, su composición, su difusión en el mercado y las circunstancias específicas de su administración y operación.

Cabe recordar que el Centro Turístico Integral representa la construcción de nuevas instalaciones para dotar de diversidad en el entretenimiento que ofrecen los destinos turísticos existentes.

Este tipo de centros constituyen una oferta turística que encuentra su nicho de mercado correspondiente en la demanda de entretenimiento familiar. El casino no es su definición, sino uno más de sus componentes.

Resultaría equívoco pensar que este nuevo producto es una suerte de panacea para la economía mexicana y que por sí solo resolvería los problemas de empleo, inversión directa, mayor recaudación fiscal y desarrollo regional completo. La medición de su buen éxito como un elemento eficaz de la política turística está en función del posicionamiento o impulso decisivo de la industria turística nacional en su conjunto.

Queda por lo tanto claro que la estrategia de la política integral que se propone no es la promoción del juego, sino la utilización del casino como factor de atracción de fuertes inversiones para una diversidad de elementos de entretenimiento turístico.

Para dar una idea de lo anterior, el costo aproximado de construir un casino solo sería de alrededor de 40 millones de dólares en tanto que el monto de inversión requerido para un Centro Turístico Integral (CTI) con alojamiento, comercios, múltiples variedades de entretenimiento, incluido el casino sería de 200 a 400 millones de dólares. Lo interesante de la estrategia que se propone es que con el costo del casino (40 millones) es factible atraer el capital suficiente para construir y desarrollar un CTI (400 millones) y es este último, y no el casino, el producto que se

¹³ En base a cálculos de SECTUR

busca conformar. En suma el casino es un complemento de y nunca sustituto para nuestro producto tradicional.

En términos generales, el impacto de los casinos y las empresas relacionadas con ellos propiciarán hacia el quinto año de operaciones, un aumento del Producto Interno Bruto (PIB) estatal por 435 millones de dólares, aproximadamente.

En 1994, 83 millones 120 mil excursionistas, turistas y pasajeros de crucero fueron los que visitaron México, según datos de SECTUR, FONATUR, Banco de México, Longwoods International y la División de Censos de los Estados Unidos. Esos visitantes gastaron en México más de 6,317 millones de dólares.

La SECTUR estima que, si se permiten los casinos en México, los visitantes, al año, serían unos 89 millones, que gastarían alrededor de 8,900 millones de dólares, sin incluir el juego. Las ganancias de los casinos mexicanos, en números aproximados, podrían llegar a 532 millones de dólares, repartidos así: Tijuana 282; Cancún 95, Acapulco 90, Cozumel 35 y Los Cabos 30.

Estas consideraciones son de un estudio que la SECTUR ha circulado entre empresarios prominentes y no se ha difundido al público. El documento llamado "The Mexico Casino Study, Final Report" (julio de 1995).

El desarrollo de los casinos en México generará una nueva actividad turística y una nueva derrama de dinero. Eso creará nuevas oportunidades de empleo y de ingresos para el Estado, por concepto de impuestos. Este aumento de la actividad turística impulsará la creación de nuevos negocios hoteleros y de otras ramas de la industria del turismo, sobre todo en las comunidades donde estén los casinos. Los beneficios se extenderán a todo el país y a la economía global.

IMPACTO DE LOS CENTROS DE ENTRETENIMIENTO, EN EL TURISMO*

**INVERSION Y EMPLEO
HOTEL**

Inversión (dólares)		Empleo
* Costo de construcción por cuarto \$150,000	* Construcción	1,380
* Costo de un hotel con 300 cuartos \$45'000,000	* Operación:	
	Directos	300
	Indirectos	900

**INVERSION Y EMPLEO.
VILLAS Y DEPARTAMENTOS**

Inversión (dólares)		Empleo (235 unidades)
* Costo por unidad \$235,000	* Construcción	1,380
* Costo de 50 unidades de 3 recámaras \$11'752,000	* Operación:	
	Directos	50
	Indirectos	13

**INVERSION Y EMPLEOS.
CAMPOS DE GOLF**

Inversión (dólares)		Empleo 18 hoyos en 60 hectáreas
Terreno de 60 hectáreas	* Construcción	448
* Costo por hoyo \$333,000		
* 18 hoyos \$5'994,000	* Operación:	
* Casa Club \$1'000,000	Directos	100
* Firma \$1'000,000	Indirectos	6
* TOTAL \$7'994,000		

**INVERSION Y EMPLEO.
MARINAS**

Inversión (dólares)		Empleo 600 Posiciones
Costo por posición: \$15,000	* Construcción	387
* Costo por 600 posiciones \$9'000,000	* Operación:	
	Directos	24
	Indirectos	12

IMPACTO ECONOMICO EN EL SECTOR TURISMO¹⁴

* FUENTE: SECTUR, 1997

Considerando la instalación de seis CTI's en destinos preseleccionados, tan sólo por concepto de la operación de casinos se estima el siguiente impacto:

- El número de turistas al interior del país se incrementaría en 10%, de 7.8 millones a casi 8.6 millones.
- El incremento en la captación de divisas por turismo sería de 19%, de 6,164 a 7,335 millones de dólares.
- Se calcula en 10.5% la parte del mercado turístico de jugadores de los EUA que se captaría con la instalación de casinos en nuestro país.
- Generación de un turismo repetitivo; se retendría una importante cantidad de turistas que actualmente viajan al extranjero; captaría nuevos mercados; incrementaría considerablemente el gasto promedio por turista, reeditaría en inversiones turísticas, las cuales en este momento son poco rentables; desarrollaría nuevas actividades económicas, como espectáculos, centros nocturnos, restaurantes, etc.; y generaría un efecto multiplicador con otros ramos de servicios, como las líneas de autotransporte.

Los principales beneficiados serán los dueños de los casinos; después las comunidades en las que estén, los hoteles del lugar y el gobierno de México, por la nueva y lucrativa fuente de impuestos. Luego restaurantes, atracciones turísticas, empresas de entretenimiento. Para ganar en verdad, se tendrán que generar suficientes negocios nuevos para los turistas atraídos por el casino.

IMPACTO EN LA CULTURA SOCIAL

Las casas de juego en México son vistas como tabúes, pues la gente las liga con alcoholismo, prostitución, drogadicción, tráfico de drogas y lavado de dinero; el instalar un casino traería un posible conflicto entre la sociedad y las autoridades por permitir su instalación, ya que la mayoría de la población esta en contra de estas empresas.

Por otro lado, se crearía una mayor tendencia a los juegos de azar, aun cuando ésta existe desde años antes de Cristo, por lo que se tendrá que poner énfasis en no permitir la entrada o participación a jugadores compulsivos.

BENEFICIOS SOCIALES DERIVADOS DE LA OFERTA TURISTICA CON CASINO

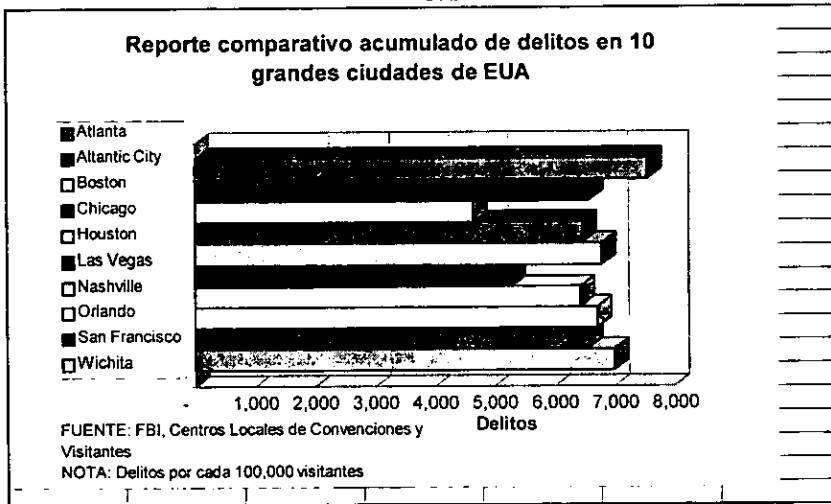
¹⁴ Las estimaciones están tomadas del estudio elaborado por la Universidad Politécnica de Ryerson de Toronto, Canadá. (los cálculos se hicieron con base en los datos de 1995).

La experiencia internacional sobre casinos muestra que una parte significativa de los recursos obtenidos por las ganancias brutas de los operadores es canalizada a distintos programas de beneficio social, cultural y al impulso del desarrollo de las comunidades en particular.

El caso más característico y patente de esta estrategia es el de las reservaciones indias en los Estados Unidos, que como se señaló anteriormente, cuentan con 146 casinos en 20 estados de la Unión Americana. A continuación se indican otros ejemplos de diversas partes del mundo sobre este tipo de beneficio:

- los impuestos generados durante 1994 por la industria norteamericana en casinos fueron del orden de 12,500 millones de dólares. Las tasas impositivas sobre los casinos van del 6.75% al 18%, según el estado de que se trate y el mayor porcentaje de estos recursos se canaliza hacia la educación desde la construcción y mantenimiento de escuelas, hasta el pago de nómina de profesores.
- además de que los índices de criminalidad han bajado donde hay juego ¿Por qué? Los propietarios dan una razón: la vigilancia es triple, por parte de los condados (municipios), del estado y de los dueños.

GRAFICA 1



- al menos en ese país la asociación del juego con el vicio o la delincuencia ha disminuido de una manera importante. "Dicen, por ejemplo, que los casinos son las empresas más abiertas al lavado de dinero, y en Estados Unidos son las empresas mayormente reguladas por el fisco. Los socios están intervenidos por el estado y la reglamentación es mayor que, por ejemplo, la fijada para fabricar armas".

- las tasas de impuestos en España son elevadas. El casino de Madrid paga como contribuciones el 58% de sus ingresos brutos. Estos recursos son para la Comunidad Autónoma.
- en el casino chileno de Viña del Mar se aplica un impuesto del 90% sobre las ganancias brutas, que es destinado principalmente a mejorar la infraestructura que rodea ese destino turístico.
- en Puerto Rico se realiza una interesante distribución de los ingresos públicos que genera el juego: el 20% se destina a becas universitarias, 20% para la Compañía Turística Estatal, 20% para la Tesorería del Estado y 6% para capacitar al personal que labora en los centros turísticos.
- en la localidad de Pucón, en Chile, el contrato de concesión del casino municipal, otorgado mediante licitación pública, establece que el concesionario entregará al municipio el 10% de las utilidades brutas de la explotación de los juegos de azar y las máquinas tragamonedas, así como una renta fija anual. Adicionalmente, el producto de las ventas de entrada a las salas de juego será en su totalidad para las finanzas municipales.
- en Austria este tipo de impuestos se canaliza a fomentar programas culturales y deportivos. Así, museos, orquestas, teatros, etc., son los beneficiarios de los impuestos a los casinos.
- en Alemania se promueve la constitución de fondos para financiar otras atracciones turísticas como parques, salones de concierto, eventos culturales, mejoras a balnearios e instalaciones sanitarias.

En todos estos casos y otros similares de diversos países, el objetivo social y cultural al cual se canalizan los recursos provenientes del gravamen directo del juego, responde a necesidades de la comunidad por lo que debe asegurarse que el destino de esos ingresos responda a un amplio beneficio colectivo.

La legislación que llegara a promulgarse en México debería considerar propósitos y metas semejantes.

Acapulco captaría alrededor de 25 millones de dólares por concepto de inversiones de capital, esto sin considerar las de origen gubernamental; el gobierno del estado captaría anualmente 23 millones de dólares por impuestos de juego, asumiendo que el gravamen se tase en 15% sobre ingresos netos; con lo que los tres niveles de gobierno obtendrían en total aproximadamente 53 millones de dólares, además de que se lograría un incremento de 80,000 visitantes adicionales anualmente.

En el foro de Huatulco realizado en 1995, se expuso que la apertura de casinos daría la oportunidad de crear alrededor de 8,000 a 10,000 empleos directos en Acapulco, considerando hoteles, restaurantes y bares, más los que colateralmente aumenten en el comercio por razones naturales.

Así también habrá plazas nuevas por aproximadamente seis meses o un poco más, esto debido a la construcción, remodelación o adaptación a las instalaciones requeridas para lograr tal objetivo.

Además se buscará que una parte de los impuestos pagados al gobierno, pues para esta investigación se presupone un pago de impuestos del 45%; una proporción de estos recursos podría destinarse a la beneficencia pública (10% por ejemplo), con el fin de incrementar la infraestructura, principalmente de la región (Acapulco) o del país, esto según lo consideren pertinente las autoridades que regulen a los casinos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El turismo en el mundo es una industria en pleno auge que atraviesa por una etapa de enorme competencia para ganar mercados. Además es la actividad económica que utiliza intensivamente fuerza de trabajo, de todas las edades, de ambos sexos y de muy diversos niveles de especialización; lo que lo convierte en un instrumento de inapreciable valor social para el desarrollo económico, sobre todo de aquellos países con potencial turístico y abundante fuerza laboral.

Uno de los retos que enfrenta México para ser competitivo y posicionarse en el mercado internacional es ofrecer productos turísticos de alta calidad; estos productos deben ser singulares y contar con el número de atractivos que satisfagan ampliamente la expectativa del consumidor.

Se busca complementar la oferta actual con instalaciones de interés deportivo, cultural, de juego, de espectáculos, náutico, gastronómico y en general las que cumplan esa condición de complementariedad, de manera que la estadía del visitante pueda ser prolongada y su gasto sea mayor.

IMPACTO ECONOMICO

- Aumento en los flujos de inversión extranjera directa.
- Generación de empleos en la etapa de construcción y equipamiento.
- Creación de empleos directos e indirectos durante la fase de operación.
- Incremento del flujo turístico.
- Aumento del gasto y estadía del turista.
- Mayor ocupación hotelera.
- Mayor recaudación fiscal.

El tratar de realizar un acercamiento sobre el comportamiento financiero de un casino en México, tanto en lo micro como en lo macroeconómico (este último a grandes rasgos), permitirá al inversionista contar con una nueva alternativa de inversión, en la cual como se ha visto, parecen salir beneficiados la gran mayoría: iniciativa privada, gobierno y sociedad; cabe recordar que se deben de tomar las medidas pertinentes para su operación, algunas de las cuales se muestran más adelante, en este mismo capítulo.

Los resultados de esta investigación nos muestran que:

- No existen lugares de entretenimiento de este tipo, por lo que sería pionero en esta actividad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- En base a los visitantes extranjeros que entran al país y más en específico al Puerto de Acapulco, este centro de entretenimiento sería un complemento más para su diversión, permitiendo una mayor captación de divisas.
- La ubicación se realiza en Acapulco (hotel Vidafel), por contar con uno de los mejores hoteles de país, y en si por toda la infraestructura turística y de entretenimiento con que contará playa diamante; además de que se convertirá en la principal zona turística de Acapulco.
- Se generarán 570 empleos directos y alrededor de 3,500 indirectos, contribuyendo con la disminución del desempleo y complementando aún más la infraestructura de la región.
- El monto de la inversión asciende a \$7'469,327.50 usd, esta cantidad no es mayor debido a que el inmueble que albergara el casino será adaptado y no construido; la forma de financiamiento que se propone es que los socios aporten un 65% de la inversión total y que el 35% restante se consiga mediante un crédito, el cual será otorgado por FONATUR a una tasa preferente del 25%, con un año de gracia y a pagar en un plazo de 5 años.
- Los ingresos se obtienen únicamente de las personas que juegan, ya sea en las mesas o en las máquinas, se calcula que cada persona juegue en promedio \$25.00 usd, de los cuales un 20% (\$5.00 usd) los ganará el casino, así como se presupone un aumento anual en la demanda, motivo por el cual los ingresos aumentan.
- Los costos anuales que se tienen son: sueldos y salarios por un monto de \$749,047.50 usd y por concepto de gastos administrativos, de venta y generales \$577,800.00 usd, estos se manejan a precios constantes.
- El proyecto no incurre en pérdidas, con lo que la utilidad neta promedio anual es de \$2'363,968.09 usd.
- Se tiene una TIR del proyecto del 36%, 17.7 puntos porcentuales por arriba de la tasa de CETES (18.3%); mientras que la TIR del inversionista es de 20.17%, sólo 1.18% superior a la de CETES. Cabe resaltar que aún cuando esta tasa resulta poco atractiva, existen recursos ociosos (caja, que son en promedio de \$10'762,127.01 usd al año), los cuales podrán invertirse en los instrumentos que consideren más pertinentes los socios, con lo que el rendimiento de los ingresos netos generados por el proyecto se incrementarían.
- El punto de equilibrio cada año, manejado en tiempo, es menor a 6 meses, esto también se puede interpretar mediante la ocupación que se necesita tener para alcanzarlo, el cual es menor al 50% de la capacidad total.
- El análisis de sensibilidad a que se sometió el proyecto muestra que es algo sensible, esto en relación a una disminución en las ventas, esto debido a que son montos considerablemente altos los que se perderían con una reducción de 1.25% en los ingresos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Mientras que por el lado de los costos, soporta un incremento de los mismos de hasta 5%, esto como consecuencia de tener un menor peso o afectación en los estados financieros, reflejándose esto en el flujo neto de efectivo.
- Todo esto provocaría una mayor entrada de divisas al país y por ende una mayor recaudación fiscal; la primera ayudaría a mantener en mejor situación la cuenta corriente, mientras que la segunda un menor déficit gubernamental y mejores beneficios para la sociedad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Para lograr la inserción de los casinos y otras actividades la SECTUR ha propuesto la creación de Centros Turísticos Integrales.

Estos centros habrán de desarrollarse en los destinos turísticos existentes para agregarles diversidad y valor.

Con lo anterior lo que se busca es:

- Agregar al servicio de esparcimiento tradicional que México exporta de sol y playa, un componente diversificado de entretenimiento que lo haga competitivo a nivel internacional.
- Atraer inversión extranjera directa en volumen suficiente para diversificar la oferta turística en destinos preseleccionados.
- Hacer de la inversión en estos centros detonador del desarrollo regional.

CARACTERISTICAS

- Este complejo turístico integral en su diversidad incorpora instalaciones culturales, deportivas, de convivencia, etc. El casino como uno de sus componentes tiene un valor estratégico para promover e incrementar la inversión.
- Estos centros de entretenimiento complementaran y diversificaran la oferta turística nacional existente, más no la desplazarán.
- Legalidad y transparencia del proceso de autorización.
- Rigor en la selección de inversionistas a efecto de asegurar calidad moral, experiencia e integración de capital nacional y externo.
- Adhesión a una legislación rigurosa de control de acuerdo a los estándares internacionales.

MARCO LEGAL PARA EL NUEVO PRODUCTO TURISTICO

Un nuevo producto para la oferta turística nacional que integre una variedad de componentes de entretenimiento, incluido el casino, una nueva oferta turística requiere contar con un marco legal apropiado para su adecuado desarrollo, operación y control.

Este marco legal se integra con dos componentes básicos: el turístico y el de regulación del juego.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El primero corresponde a la variedad de atribuciones que permiten a la autoridad competente promover los productos turísticos de acuerdo con la política turística nacional. Para lo que se requerirá incluir en la Ley Federal de Turismo los instrumentos técnicos y administrativos necesarios a este propósito.

Adicionalmente, el marco regulatorio de la autorización, vigilancia y control del casino contiene un conjunto de normas claras que maximizen los beneficios de esta forma de entretenimiento y, al mismo tiempo, sea preventivo y/o correctivo ante cualquier desviación de las conductas sociales. Se requieren normas relativas a la investigación del origen de los capitales y de los accionistas; sistemas de control interno y externo; prohibiciones de entrada por edad (21 años como mínimo); requisitos para el permisionario; causas de revocación; información permanente a las autoridades hacendarias, auditorías, y otras pertinentes. Todo ello soportado con un sistema de sanciones y medidas claras y estrictas aplicadas con efectividad y oportunidad.

El marco regulador de esta industria del entretenimiento varía de país a país. Puede ser muy estricto, como en la mayoría de los países europeos; medianamente estricto, como en Atlantic City, Nueva Jersey; o sumamente laxo como en Nevada; pero es un hecho que todos los países que operan este componente de su oferta turística, lo tienen. Ese marco legal, regulatorio y complementario, efectivamente aplicado, es la respuesta preventiva y correctiva que han adoptado los gobiernos para evitar cualquier tipo de conducta antisocial que pudiera estar vinculada con el juego.

Por otra parte, en el sistema de control interno y externo de los casinos, la vigilancia permanente de los mismos administradores y operarios resulta obligatoria, e incluso conveniente para ellos; ya que cualquier actividad ilegal que se lleve a cabo dentro de sus instalaciones causaría un grave daño al prestigio mismo de sus negocios, en cualquier parte del mundo donde se encuentren, afectando severa e irresistiblemente a su mercado. Por esto la mayoría de las empresas operadoras de casinos cotiza en bolsa, ya que el control bursátil es una forma de supervisión eficaz y adicional de sus operaciones.

Una industria como la del entretenimiento, que utiliza al casino como componente de su oferta turística, tan difundida en el mundo y actualmente en gran expansión, no puede subsistir y desarrollarse sin una regulación adecuada que ofrezca seguridad a la sociedad en general y al consumidor en particular, que dé certidumbre al inversionista y legalidad a toda la operación; todo ello garantizado por una legislación efectivamente aplicada.

Para lograr tal objetivo se propone la creación de la Comisión de Control de Juego; la cual estará integrada por una división para la aplicación del juego; una de previsión para el control, regulación y expedición de licencias (permisos) y por último una de monitoreo de los establecimientos de juego, en tierra firme o en barcos en caso de que también sean autorizados. Esta Comisión será la encargada de establecer junto con las entidades federales y sus representaciones, los derechos y obligaciones; previsiones para la asignación, rechazo, suspensión y revocación de licencias de juego; reglamentos para el control, regulación, expedición de licencias y monitoreo de industrias y ocupaciones asociadas con el juego y la manufactura de productos relacionados con él; disposición para imponer, coleccionar y disponer

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

de los juegos e ingresos obtenidos de los mismos, y prescribir penalidades criminales y reglamentos civiles.

Así también se recomienda establecer un marco legislativo apoyado por los centros turísticos con conocimiento de los problemas que trae consigo esta actividad; de ser posible se prohíba la actividad a gente de la localidad; que se fije un alto estándar de normatividad en su regulación; que cuente con operación profesional de compañías internacionales de probada reputación, y que cuente con la aprobación de las comunidades mas cercanas.

Hay cuestiones legales y sociales que considerar. Entre ellas, la complicidad o la involucración criminal en la propiedad y en la operación de casinos, la atracción de prostitutas, ladrones, estafadores profesionales, jugadores conflictivos que realicen actividades criminales, como fraude, robo, desfalco, evasión de impuestos.

Por tal razón el mundo del juego no se puede ver sólo por lo que respecta al renglón económico, sino también por lo que se refiere al impacto social. Debe evaluarse no únicamente lo que pudiera significar en materia de empleo, divisas, impulso al turismo, sino también por los efectos que pudiera tener en las comunidades, su relación con la droga, el lavado de dinero, el crimen y la prostitución.

Los residentes de Estados Unidos deben pagar impuestos sobre sus ganancias en los casinos nacionales y deben declarar las ganancias mayores a 10,000 usd en los casinos extranjeros. Se asume que México tendría políticas similares.

En México se realizan apuestas en funciones de box, hipódromos, en el beisbol, gallos o palenques, entre otros, estas pueden clasificarse como tradicionales en nuestro país, aún y cuando no están reguladas por la autoridad.

El juego en casinos es ajeno en México, a pesar de que algunas personas lo han practicado en paises extranjeros.

Para los habitantes que están ajenos a esta actividad de entretenimiento y además no tienen la intención de jugar, ésta representa un "atentado", en primer lugar moral, por la adversidad y las posibles consecuencias que se traerían alrededor el juego; y por otra la relación casi automática que se da entre juego-osciosidad-improductividad.

Casi todas las jurisdicciones exigen requisitos estrictos que rigen la operación de los casinos y restricciones especiales para los dueños, para quienes operan los casinos, y para el empleados que trabajan en ellos. Por ejemplo, siempre se les somete a una investigación policiaca previa. Hay una Comisión o Consejo que vigila y regula, aprueba y extiende licencias. Los casinos deben pagar impuestos sobre sus ganancias. El porcentaje y las modalidades difieren, según la jurisdicción.

Para la apertura de casinos en México se deben modificar:

- Ley Federal de Juegos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales: financiamiento de partidos políticos.
- Legislaciones Hacendarias del D.F. y Gobiernos de los Estados: pago de impuestos.
- Ley del I.V.A.: enajenación de bienes en que se omiten comprobantes expedidos por los casinos.
- Ley del I.S.R.: ingresos por obtención de premios no considerados; los obtenidos en casas de juego.
- Ley de ingresos de la Federación: para los ejercicios fiscales anuales.

En relación a las sumas que debe obtener la federación por la operación de casas de juego:

- Código Civil y Código de Gobierno del Estado: obligaciones derivadas de la operación de casinos.
- Código de Procedimientos Civiles: reglas para reclamar el pago de deudas contraídas por juego con el casino.
- Ley Federal del Trabajo: inclusión de un capítulo sobre los trabajadores en casas profesionales de juego.
- Ley del Seguro Social: garantías para los trabajadores de los casinos.
- Ley de Bienes Nacionales: en cuanto a dónde se instalen los casinos, los inmuebles y posibles concesiones del gobierno federal.

Esta alternativa a considerar, simula la derrama económica y requeriría analizar por separado las repercusiones sociales que en otros ámbitos traería las modificaciones legales requeridas.

LA INVERSION (en su operación)

La inversión deberá ser congruente con la vocación turística de cada destino específico.

Para asignar las autorizaciones de estos centros, se convocará a licitaciones públicas internacionales que inviten a la construcción y operación de instalaciones de diverso tipo, de acuerdo con lo que cada destino turístico requiera, a partir de su vocación y oferta actuales. La licitación incluirá, entre una de esas instalaciones, la de un casino. Para este propósito es necesario contar con el marco jurídico conveniente y apropiado.

La empresa que logre la concesión del casino pagaría una cuota inicial la cual establecerán las autoridades; su licencia de funcionamiento contemplaría una concesión de sus derechos por un plazo de 20 años, con opción a cancelación en una periodo de 10 años; la concesionaria pagaría un impuesto entre 15 y 25% sobre las ganancias anuales netas para los distintos niveles de gobierno.

Los casinos abren 24 horas al día, los siete días de la semana, todo el año. Hay que ser precavidos con los límites de crédito, esto en caso de que en un mediano plazo lo otorgue el casino. Altos niveles de crédito personal atraen a los grandes apostadores, pero son problemáticos para otros.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los topes bajos para las apuestas, por lo general, desaniman las conductas impulsivas e irracionales, pero los topes altos atraen a los jugadores serios y los animan a viajar desde lejos. Los límites en las apuestas quedan a discreción del casino, salvo en Ontario, Canadá, donde se requiere la aprobación del cuerpo regulador de los juegos.

La mayoría de los casinos ofrece servicios complementarios y generosos a los jugadores frecuentes, y muy generosos a los jugadores fuertes: comidas, bebidas y hospedaje gratuitos y, algunas veces, pasaje aéreo llega a ser gratuito o muy rebajado; entre otros servicios.

Cabe aclarar que la creación de los casinos no es sólo para uso del turista extranjero, sino también para el nacional, sin bien es cierto que no muchos podrán hacer uso de las instalaciones por cuestión de sus ingresos, sí lo podrán hacer aquellos que en lugar de irse fuera del país, ya sea a Las Vegas o a El Caribe, gasten su dinero aquí en México; aunque claro está, que si este turista mexicano quiere ir a ver una función boxística o ver un supershow, eso ya depende de las preferencias del consumidor.

El organismo regulador deberá tomar en cuenta algunas de las actividades que realiza la Lotería Nacional para la Asistencia Pública, con el fin de generar beneficios a la sociedad en general, tal como lo dice el artículo segundo de la ley orgánica de la Lotería Nacional: "El objeto del organismo es apoyar económicamente las actividades a cargo del Ejecutivo Federal en el campo de la asistencia pública, destinando a ese fin los recursos que obtenga mediante la celebración de sorteos con premios en efectivo.

Dichos recursos, una vez deducidos el monto de los premios, reintegros y gastos de administración, así como el importe que se asigne para formar e incrementar las reservas y garantías a que se refiere esta ley, serán entregados a la tesorería de la federación para el cumplimiento de su destino específico"¹⁶.

Estudios demuestran que alrededor de un 3% de los hombres caen en el juego patológico, pues creen haber ideado la forma de ganar (sistemas de juego), esto se genera después de que ya no toleran el perder más.

Debe existir un control de jugadores compulsivos y alcoholismo, ya que en relación a los juegos de azar existe una tendencia a estos desde tiempos antes de Cristo, ya que el jugar da un sentimiento de alegría, además de que el hombre supone no jugar contra otro hombre, sino contra un "dios". Por lo que debe existir un límite entre jugar y una obsesión (la cual hay que saber identificar a tiempo).

En Puerto Rico el juego está reglamentado por la Comisión de Turismo, quien controla las ganancias de los propietarios. Su primera ley enuncia:

¹⁶ Ley Orgánica de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública. 21 de Noviembre de 1984, México.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

"parte de las ganancias obtenidas por juego, en todo casino instalado en un hotel, están dirigidas hacia la asistencia pública; sus horarios de funcionamiento estarán limitados y queda prohibida la venta de bebidas alcohólicas dentro de la casa de juego".

Para el caso de México la inversión podría darse de forma tripartita, es decir, gobierno, iniciativa privada y extranjeros, por ejemplo:

- Capital extranjero: especialista de juego que genere tecnología de punta
- Capital mexicano: terrenos y permisos
- Gobierno (Lotería Nacional, SHCP o dependencia designada): para obtención de ingresos directos (15-20%).

De esta forma todos los sectores participarían y se beneficiarían de esta actividad, pudiendo haber un mejor control, supervisión y reparto de recursos; con lo que al final el más beneficiado sería el país, por contar con más recursos para más y mejores inversiones.

ANEXO

Cuadro 23
VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO 1990-1998

UNIDADES	VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO							
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	Promedio
NUMERO DE PERSONAS								
Visitantes Internacionales a México	82,099.7	80,130.7	84,060.3	83,016.0	82,844.0	85,019.0	82,879.6	
Turistas Internacionales	17,171.7	16,066.7	17,146.3	16,440.0	17,182.0	20,162.0	17,361.5	
Turismo Receptivo	6,392.7	6,371.7	6,352.3	6,625.0	7,135.0	7,784.0	6,776.8	
Turismo Fronterizo	10,779.0	9,695.0	10,794.0	9,815.0	10,047.0	12,378.0	10,584.7	
Excursionistas Internacionales	64,928.0	64,072.0	66,914.0	66,576.0	65,762.0	64,857.0	65,516.2	
Excursionistas Fronterizos	64,038.0	62,878.0	65,511.0	65,089.0	64,192.0	63,118.0	64,137.7	
Pasajeros en Crucero	890.0	1,194.0	1,403.0	1,487.0	1,570.0	1,739.0	1,390.5	
GASTO								
Visitantes Internacionales a México	5,526.4	5,959.0	6,084.8	6,167.0	6,365.0	6,164.0	6,044.0	
Turistas Internacionales	3,933.8	4,339.3	4,471.1	4,564.1	4,854.0	4,883.0	4,474.2	
Turismo Receptivo	3,400.9	3,783.7	3,867.8	4,019.3	4,254.0	4,051.0	3,896.1	
Turismo Fronterizo	532.9	555.6	603.3	544.8	600.0	632.0	578.1	
Excursionistas Internacionales	1,592.6	1,619.7	1,613.7	1,602.9	1,509.0	1,481.0	1,569.8	
Excursionistas Fronterizos	1,533.2	1,543.4	1,525.6	1,514.4	1,424.0	1,374.0	1,485.8	
Pasajeros en Crucero	59.4	76.3	88.1	88.5	85.0	107.0	84.1	
GASTO MEDIO								
Visitantes Internacionales a México	67.3	74.4	72.4	74.3	76.7	72.5	72.9	
Turistas Internacionales	229.1	270.1	260.8	277.6	282.6	232.3	258.7	
Turismo Receptivo	532.0	593.6	608.9	606.7	596.2	520.4	576.3	
Turismo Fronterizo	49.4	57.3	55.9	55.5	59.7	5.1	47.2	
Excursionistas Internacionales	24.5	25.3	24.1	24.1	22.9	22.8	24.0	
Excursionistas Fronterizos	23.9	24.4	23.3	23.3	22.2	21.8	23.1	
Pasajeros en Crucero	66.7	63.9	62.8	69.5	54.1	61.5	61.4	

FUENTE: Banco de México

Cuadro 23.1
VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO 1980-1986 (Porcentajes y Tasa Media de Crecimiento Anual)

Unidades	VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO						Promedio	TMCA
	1980	1981	1982	1983	1984	1986		
NUMERO DE PERSONAS								
Visitantes Internacionales a México	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	0.70%
Turistas Internacionales	20.82%	20.05%	20.40%	19.80%	20.72%	23.71%	20.93%	3.26%
Turismo Receptivo	7.79%	7.95%	7.56%	7.98%	8.60%	9.16%	8.17%	4.02%
Turismo Fronterizo	13.13%	12.10%	12.84%	11.82%	12.11%	14.56%	12.76%	2.81%
Excursionistas Internacionales	79.08%	79.95%	79.60%	80.20%	79.28%	76.29%	79.07%	-0.02%
Excursionistas Fronterizos	78.00%	78.46%	77.93%	78.41%	77.39%	74.24%	77.41%	-0.29%
Pasajeros en Crucero	1.08%	1.49%	1.67%	1.79%	1.89%	2.05%	1.65%	14.34%
GASTO								
Visitantes Internacionales a México	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	2.21%
Turistas Internacionales	71.18%	72.82%	73.48%	74.01%	78.28%	75.87%	73.96%	3.55%
Turismo Receptivo	61.54%	63.07%	63.56%	65.17%	66.86%	65.72%	64.39%	3.58%
Turismo Fronterizo	9.64%	9.32%	9.81%	8.83%	9.43%	10.25%	9.57%	3.47%
Excursionistas Internacionales	28.82%	27.18%	26.52%	25.99%	23.72%	24.03%	26.04%	-1.44%
Excursionistas Fronterizos	27.74%	25.90%	25.07%	24.56%	22.38%	22.29%	24.86%	-2.17%
Pasajeros en Crucero	1.07%	1.29%	1.45%	1.44%	1.34%	1.74%	1.38%	12.49%
GASTO MEDIO								
Visitantes Internacionales a México	67.3	74.4	72.4	74.3	76.7	72.5	72.9	
Turistas Internacionales	229.1	270.1	260.8	277.6	282.5	232.3	258.7	
Turismo Receptivo	532.0	593.8	608.9	606.7	596.2	520.4	576.3	
Turismo Fronterizo	48.4	57.3	55.9	55.5	59.7	5.1	47.2	
Excursionistas Internacionales	24.5	25.3	24.1	24.1	22.9	22.8	24.0	
Excursionistas Fronterizos	23.9	24.4	23.3	23.3	22.2	21.8	23.1	
Pasajeros en Crucero	66.7	63.9	62.8	59.5	54.1	61.5	61.4	

FUENTE: Cuadro 23

Cuadro 23.2

VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO 1996-2001 (Proyección)

Unidades	VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO						
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
NUMERO DE PERSONAS							
Visitantes Internacionales a México	Miles	85,815.20	86,215.6	86,820.2	87,429.0	88,042.1	88,659.5
Turistas Internacionales	Miles	20,819.85	21,459.2	22,200.7	22,825.0	23,673.0	24,445.4
Turismo Receptivo	Miles	8,098.67	8,421.9	8,760.2	9,112.1	9,476.1	9,853.8
Excursionistas Internacionales	Miles	64,842.81	64,828.6	64,814.4	64,800.3	64,786.1	64,771.9
Pasajeros en Crucero	Miles	1,968.30	2,273.3	2,599.2	2,971.9	3,397.9	3,855.0
GASTO							
Visitantes Internacionales a México	Miliones de USD	6,300.09	6,439.2	6,561.3	6,726.7	6,875.2	7,027.0
Turistas Internacionales	Miliones de USD	4,949.16	5,021.2	5,199.4	5,383.9	5,574.9	5,772.7
Turismo Receptivo	Miliones de USD	4,195.23	4,344.6	4,499.3	4,659.5	4,825.4	4,997.2
Excursionistas Internacionales	Miliones de USD	1,459.64	1,459.6	1,459.6	1,459.6	1,459.6	1,459.6
Pasajeros en Crucero	Miliones de USD	120.37	135.4	152.3	171.3	192.7	219.8
GASTO MEDIO							
Visitantes Internacionales a México	USD	72.50	72.5	72.5	72.5	72.5	72.5
Turistas Internacionales	USD	232.30	232.3	232.3	232.3	232.3	232.3
Turismo Receptivo	USD	520.40	520.4	520.4	520.4	520.4	520.4
Excursionistas Internacionales	USD	22.80	22.8	22.8	22.8	22.8	22.8
Pasajeros en Crucero	USD	61.50	61.5	61.5	61.5	61.5	61.5

FUENTE: Cuadro 23

Cuadro 23.3
VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO 2002-2007 (Proyección)

Unidades	VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
NUMERO DE PERSONAS						
Visitantes Internacionales a México	88,281.23	88,907.32	90,537.80	91,172.70	91,812.06	92,455.89
Turistas Internacionales	25,243.06	26,066.70	26,917.22	27,795.46	28,702.41	29,638.92
Turismo Reciproco	10,254.84	10,666.76	11,095.23	11,540.90	12,004.49	12,485.69
Excursionistas Internacionales	64,757.73	64,743.56	64,729.40	64,715.23	64,701.07	64,686.92
Pasajeros en Crucero	4,441.94	4,441.94	4,441.94	4,441.94	4,441.94	4,441.94
GASTO						
Visitantes Internacionales a México	7,182.09	7,340.86	7,502.73	7,668.37	7,837.68	8,010.72
Turistas Internacionales	5,977.52	6,189.81	6,409.23	6,636.63	6,872.11	7,115.95
Turismo Reciproco	5,175.09	5,359.34	5,550.16	5,747.77	5,952.41	6,164.34
Excursionistas Internacionales	1,438.58	1,417.83	1,397.38	1,377.22	1,357.35	1,337.77
Pasajeros en Crucero	243.90	274.37	308.64	347.20	390.57	439.36
GASTO MEDIO						
Visitantes Internacionales a México	72.50	72.50	72.50	72.50	72.50	72.50
Turistas Internacionales	232.30	232.30	232.30	232.30	232.30	232.30
Turismo Reciproco	520.40	520.40	520.40	520.40	520.40	520.40
Excursionistas Internacionales	22.80	22.80	22.80	22.80	22.80	22.80
Pasajeros en Crucero	61.50	61.50	61.50	61.50	61.50	61.50

FUENTE: Cuadro 23

Cuadro 24

TURISMO RECEPTIVO, PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
NUMERO DE PERSONAS (MILES)							
Turismo Receptivo	6,392.7	6,371.7	6,352.3	6,625.0	7,135.0	7,783.9	6,776.8
Por lugar de Procedencia							
Estados Unidos	5,597.6	5,346.4	5,319.9	5,469.7	6,024.7	6,763.5	5,753.6
Canadá	293.8	259.9	275.6	236.6	213.2	196.7	246.0
Europa	188.7	327.7	361.5	472.6	411.9	338.6	350.2
América Latina	276.6	398.2	362.6	409.2	439.4	444.9	388.5
Otros	35.9	39.6	32.6	36.9	45.7	40.1	38.5
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia							
Extranjeros procedentes de:	4,921.6	4,921.6	4,758.9	4,872.6	5,260.8	5,914.8	5,108.4
Estados Unidos	4,144.0	3,935.5	3,764.4	3,763.3	4,190.1	4,922.2	4,119.9
Canadá	288.4	247.9	260.6	218.3	189.3	181.6	231.0
Europa	184.8	315.5	351.2	457.1	403.6	331.2	340.6
América Latina	270.1	384.0	350.9	397.8	432.7	440.2	379.3
Otros	34.3	38.7	31.9	36.1	45.1	39.7	37.6
Nacionales residentes en el							
Exterior procedentes de:	1,471.0	1,450.1	1,593.4	1,752.4	1,874.2	1,869.1	1,668.4
Estados Unidos	1,453.7	1,410.9	1,555.6	1,706.4	1,834.6	1,841.4	1,633.8
Canadá	5.4	12.0	15.1	18.3	23.9	15.1	15.0
Europa	3.9	12.2	10.3	15.5	8.4	7.4	9.6
América Latina	6.5	14.1	11.7	11.4	6.7	4.7	9.2
Otros	1.5	0.9	0.8	0.9	0.6	0.4	0.9
Por Motivo del Viaje							
Placer	4,178.2	4,454.4	4,516.9	4,416.8	4,617.2	4,687.5	4,478.8
Negocios	364.6	323.8	377.6	620.3	654.6	652.6	498.9
Estudio	21.3	42.7	40.1	43.4	38.1	47.3	38.8
Tránsito	61.2	79.0	56.9	37.5	25.2	14.5	45.7
Visita a Familiares	1,544.6	1,215.3	1,192.9	1,334.7	1,566.1	2,049.0	1,483.8
Visita a Amistades	151.1	140.9	163.1	121.7	140.2	245.2	160.4
Otros	71.7	115.6	31.8	48.6	93.7	67.8	74.9
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje							
Extranjeros por:	4,921.6	4,921.6	4,758.9	4,872.6	5,260.8	5,914.8	5,108.4
Placer	3,935.6	4,047.1	3,941.4	3,803.7	4,099.4	4,416.8	4,040.7
Negocios	342.5	304.6	345.4	578.2	628.0	621.1	470.0
Estudio	20.6	40.6	39.5	41.8	36.8	46.4	37.6
Tránsito	60.2	78.4	54.0	35.8	24.5	14.1	44.5
Visita a Familiares	380.0	253.2	240.9	269.1	271.9	532.8	324.7
Visita a Amistades	124.2	120.5	117.7	108.7	131.7	212.6	135.9
Otros	58.8	77.3	20.0	35.3	68.5	70.9	55.1
Nacionales residentes							
en el Exterior por:	1,471.0	1,450.1	1,593.4	1,752.4	1,874.2	1,869.1	1,668.4
Placer	242.6	407.2	575.5	615.1	517.8	270.6	438.1
Negocios	22.1	19.2	32.2	42.1	26.5	31.5	28.9
Estudio	0.7	2.1	0.8	1.6	1.4	0.8	1.2
Tránsito	1.0	0.7	2.8	1.7	0.7	0.4	1.2
Visita a Familiares	1,164.6	962.2	852.0	1,065.5	1,294.2	1,516.2	1,142.5
Visita a Amistades	26.9	20.4	18.5	13.1	8.5	32.7	20.0
Otros	13.2	38.3	11.8	13.3	25.2	16.8	19.8

FUENTE: Banco de México

Cuadro 24.1

TURISMO RECEPTIVO. PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995 (Porcts y Tasa.Medía de Crec.Anual)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TMCA
	NUMERO DE PERSONAS (MILES)							
Turismo Receptivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	4.02%
Por lugar de Procedencia								
Estados Unidos	87.56%	83.91%	83.75%	82.56%	84.44%	86.89%	84.85%	3.86%
Canadá	4.60%	4.08%	4.34%	3.57%	2.99%	2.53%	3.68%	-7.71%
Europa	2.95%	5.14%	5.69%	7.13%	5.77%	4.35%	5.17%	12.40%
América Latina	4.33%	6.25%	5.71%	6.18%	6.16%	5.72%	5.72%	9.97%
Otros	0.56%	0.62%	0.51%	0.56%	0.64%	0.52%	0.57%	2.24%
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia								
Extranjeros procedentes de:	76.99%	77.24%	74.92%	73.55%	73.73%	75.99%	75.40%	3.74%
Estados Unidos	84.20%	79.96%	79.10%	77.23%	79.65%	83.22%	80.56%	3.50%
Canadá	5.86%	5.04%	5.48%	4.48%	3.60%	3.07%	4.59%	-8.84%
Europa	3.75%	6.41%	7.38%	9.38%	7.67%	5.60%	6.70%	12.38%
América Latina	5.49%	7.60%	7.37%	8.16%	6.22%	7.44%	7.42%	10.26%
Otros	0.70%	0.79%	0.67%	0.74%	0.86%	0.67%	0.74%	2.97%
Nacionales residentes en el								
Exterior procedentes de:	23.01%	22.76%	25.08%	26.45%	26.27%	24.01%	24.60%	4.91%
Estados Unidos	98.82%	97.30%	97.63%	97.38%	97.69%	98.52%	97.92%	4.84%
Canadá	0.37%	0.83%	0.95%	1.04%	1.28%	0.81%	0.88%	22.83%
Europa	0.27%	0.84%	0.85%	0.88%	0.45%	0.40%	0.56%	13.87%
América Latina	0.44%	0.97%	0.73%	0.65%	0.36%	0.25%	0.57%	-6.28%
Otros	0.10%	0.06%	0.05%	0.05%	0.03%	0.02%	0.05%	-23.23%
Por Motivo del Viaje								
Placer	65.36%	69.91%	71.11%	66.70%	64.71%	60.22%	66.33%	2.33%
Negocios	5.70%	5.08%	5.94%	9.36%	9.17%	8.38%	7.28%	12.35%
Estudio	0.33%	0.67%	0.63%	0.66%	0.53%	0.61%	0.57%	17.30%
Tránsito	0.96%	1.24%	0.90%	0.57%	0.35%	0.19%	0.70%	-25.02%
Visita a Familiares	24.16%	19.07%	18.78%	20.15%	21.95%	26.32%	21.74%	5.81%
Visita a Amistades	2.36%	2.21%	2.57%	1.84%	1.96%	3.15%	2.35%	10.17%
Otros	1.12%	1.81%	0.50%	0.73%	1.31%	1.13%	1.10%	4.13%
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje								
Extranjeros por:	76.99%	77.24%	74.92%	73.55%	73.73%	75.99%	75.40%	3.74%
Placer	79.97%	82.23%	82.82%	78.06%	77.92%	74.67%	79.28%	2.33%
Negocios	6.96%	6.19%	7.26%	11.87%	11.94%	10.50%	9.12%	12.64%
Estudio	0.42%	0.82%	0.83%	0.86%	0.70%	0.78%	0.74%	17.63%
Tránsito	1.22%	1.59%	1.13%	0.73%	0.47%	0.24%	0.90%	-25.20%
Visita a Familiares	7.72%	5.14%	5.06%	5.52%	5.17%	9.01%	6.27%	6.99%
Visita a Amistades	2.52%	2.45%	2.47%	2.23%	2.50%	3.59%	2.63%	11.35%
Otros	1.19%	1.57%	0.42%	0.72%	1.30%	1.20%	1.07%	3.88%
Nacionales residentes								
en el Exterior por:	23.01%	22.76%	25.08%	26.45%	26.27%	24.01%	24.60%	4.91%
Placer	16.49%	28.08%	36.12%	35.10%	27.63%	14.48%	26.32%	2.21%
Negocios	1.50%	1.32%	2.02%	2.40%	1.41%	1.69%	1.72%	7.35%
Estudio	0.05%	0.14%	0.04%	0.09%	0.07%	0.04%	0.07%	2.71%
Tránsito	0.07%	0.05%	0.18%	0.10%	0.04%	0.02%	0.07%	-16.74%
Visita a Familiares	79.17%	66.35%	53.47%	60.80%	69.05%	81.12%	68.33%	5.42%
Visita a Amistades	1.83%	1.41%	1.16%	0.75%	0.45%	1.75%	1.22%	3.98%
Otros	0.90%	2.64%	0.74%	0.78%	1.34%	0.90%	1.21%	4.94%

FUENTE: Cuadro 24

Cuadro 25

GASTO DEL TURISMO RECEPTIVO. PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
MILLONES DE DOLARES							
Gasto del Turismo Receptivo	3,400.90	3,783.70	3,887.80	4,019.30	4,254.40	4,051.00	3,896.18
Por lugar de Procedencia							
Estados Unidos	2,782.5	2,927.7	2,984.5	2,966.6	3,264.8	3,265.0	3,031.85
Canadá	203.4	195.3	198.6	180.8	150.4	149.0	179.58
Europa	200.2	329.0	386.0	525.5	473.9	303.3	369.65
América Latina	175.7	285.0	269.5	303.3	316.5	294.7	274.12
Otros	39.0	16.7	29.3	43.1	48.9	39.1	36.02
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia							
Extranjeros Procedentes de:	2,876.6	3,131.6	3,044.3	3,164.7	3,343.2	3,337.4	3,149.63
Estados Unidos	2,271.2	2,307.3	2,184.5	2,138.6	2,374.0	2,584.1	2,306.62
Canadá	200.8	187.2	191.8	173.5	140.3	142.8	172.73
Europa	195.9	317.9	378.7	513.4	468.7	299.1	362.28
América Latina	171.4	273.6	260.9	296.7	312.5	292.7	267.97
Otros	37.2	45.6	28.5	42.5	47.7	38.5	40.00
Nacionales residentes en el							
Exterior Procedentes de:	524.3	652.1	823.4	854.5	911.2	713.7	748.53
Estados Unidos	511.3	620.4	800.0	828.0	890.8	700.9	725.23
Canadá	2.7	8.1	6.8	7.3	10.0	6.1	6.83
Europa	4.3	11.1	7.3	12.0	5.2	4.2	7.35
América Latina	4.2	11.4	8.5	6.6	3.9	2.0	6.10
Otros	1.8	1.1	0.8	0.7	1.2	0.5	1.02
Por Motivo del Viaje							
Placer	2,509.8	2,850.2	2,862.2	2,784.3	2,812.1	2,655.5	2,745.68
Negocios	239.2	202.0	288.3	479.8	528.4	443.9	363.77
Estudio	26.7	49.7	49.2	48.1	39.2	51.0	43.98
Tránsito	8.1	12.0	8.5	13.6	10.2	4.3	9.45
Visita a Familiares	505.7	517.0	580.0	614.2	740.3	461.7	569.82
Visita a Amistades	61.8	83.8	61.5	51.5	65.9	92.5	68.17
Otros	49.6	88.9	18.0	27.8	57.3	42.0	47.27
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje							
Extranjeros por:	2,876.6	3,131.6	3,044.3	3,164.7	3,343.2	3,337.3	3,149.62
Placer	2,388.5	2,658.0	2,558.0	2,487.0	2,555.0	2,598.4	2,539.15
Negocios	221.8	188.9	263.5	450.8	401.7	423.7	325.07
Estudio	25.8	47.6	48.5	46.9	38.5	53.2	43.42
Tránsito	8.0	11.8	7.8	13.1	9.8	7.8	9.72
Visita a Familiares	125.4	109.7	98.9	119.6	132.6	129.9	119.35
Visita a Amistades	53.4	57.6	54.5	46.9	62.6	74.2	58.20
Otros	43.7	57.9	13.1	20.3	43.1	50.1	38.03
Nacionales residentes							
en el Exterior por:	524.3	652.1	823.4	854.5	911.2	713.7	748.53
Placer	111.3	192.2	304.1	317.3	257.1	102.5	214.08
Negocios	17.4	13.1	24.8	29.0	27.7	14.4	21.07
Estudio	0.9	2.1	0.7	1.2	0.7	0.3	0.98
Tránsito	0.1	0.1	0.8	0.6	0.4	0.1	0.35
Visita a Familiares	380.3	407.3	481.1	494.5	607.8	579.5	491.75
Visita a Amistades	8.3	6.2	7.0	4.5	3.3	6.9	6.03
Otros	5.9	31.0	5.0	7.5	14.2	9.9	12.25

FUENTE: Banco de México

Cuadro 25.1

GASTO DEL TURISMO RECEPTIVO. PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TCMA
MILLONES DE DOLARES								
Gasto del Turismo Receptivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	3.56%
Por lugar de Procedencia								
Estados Unidos	81.82%	77.38%	77.16%	73.81%	76.74%	80.60%	77.92%	3.25%
Canadá	5.98%	5.16%	5.13%	4.50%	3.54%	3.68%	4.66%	-6.03%
Europa	5.89%	8.70%	9.98%	13.07%	11.14%	7.49%	9.38%	8.68%
América Latina	5.17%	7.53%	8.97%	7.55%	7.44%	7.27%	6.99%	10.90%
Otros	1.15%	0.44%	0.76%	1.07%	1.15%	0.97%	0.92%	0.05%
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia								
Extranjeros Procedentes de:								
Estados Unidos	84.58%	82.77%	78.71%	78.74%	78.58%	82.38%	80.96%	3.02%
Canadá	78.95%	73.68%	71.76%	67.58%	71.01%	78.83%	73.30%	2.46%
Europa	6.98%	5.98%	6.30%	5.48%	4.20%	4.28%	5.54%	-6.59%
América Latina	6.81%	10.15%	12.44%	16.22%	14.02%	8.96%	11.43%	8.83%
Otros	5.96%	8.74%	8.57%	9.38%	9.35%	8.77%	8.46%	11.30%
Nacionales residentes en el Exterior Procedentes de:								
Estados Unidos	15.42%	17.23%	21.29%	21.26%	21.42%	17.62%	19.04%	6.36%
Canadá	97.52%	95.14%	97.16%	96.90%	97.76%	98.21%	97.11%	6.51%
Europa	0.51%	1.24%	0.83%	0.85%	1.10%	0.85%	0.90%	17.70%
América Latina	0.82%	1.70%	0.89%	1.40%	0.57%	0.59%	1.00%	-0.47%
Otros	0.80%	1.75%	1.03%	0.77%	0.43%	0.28%	0.84%	-13.79%
Otros	0.34%	0.17%	0.10%	0.08%	0.13%	0.07%	0.15%	-22.60%
Por Motivo del Viaje								
Placer	73.80%	75.33%	74.00%	69.27%	66.10%	65.55%	70.68%	1.13%
Negocios	7.03%	5.34%	7.45%	11.94%	12.44%	10.96%	9.19%	13.16%
Estudio	0.79%	1.31%	1.27%	1.20%	0.92%	1.26%	1.12%	13.82%
Tránsito	0.24%	0.32%	0.22%	0.34%	0.24%	0.11%	0.24%	-11.90%
Visita a Familiares	14.87%	13.66%	15.00%	15.28%	17.40%	11.40%	14.60%	-1.80%
Visita a Amistades	1.82%	1.69%	1.59%	1.28%	1.56%	2.28%	1.70%	8.40%
Otros	1.46%	2.35%	0.47%	0.69%	1.35%	1.04%	1.22%	-3.27%
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje								
Extranjeros por:								
Placer	84.58%	82.77%	78.71%	78.74%	78.58%	82.38%	80.96%	3.02%
Negocios	83.38%	84.88%	84.03%	77.95%	76.42%	77.86%	80.75%	1.61%
Estudio	7.71%	6.03%	6.66%	14.24%	12.02%	12.70%	10.23%	13.62%
Tránsito	0.90%	1.52%	1.59%	1.48%	1.15%	1.59%	1.37%	15.57%
Visita a Familiares	0.28%	0.38%	0.26%	0.41%	0.29%	0.23%	0.31%	-0.51%
Visita a Amistades	4.36%	3.50%	3.25%	3.78%	3.97%	3.69%	3.79%	0.71%
Otros	1.86%	1.84%	1.79%	1.48%	1.87%	2.22%	1.84%	6.80%
Otros	1.52%	1.85%	0.43%	0.64%	1.29%	1.50%	1.21%	2.77%
Nacionales residentes en el Exterior por:								
Placer	15.42%	17.23%	21.29%	21.26%	21.42%	17.62%	19.04%	6.36%
Negocios	21.23%	29.47%	36.93%	37.13%	28.22%	14.36%	27.89%	-1.63%
Estudio	3.32%	2.01%	3.01%	3.39%	3.04%	2.02%	2.80%	-3.71%
Tránsito	0.17%	0.32%	0.09%	0.14%	0.08%	0.04%	0.14%	-19.73%
Visita a Familiares	0.02%	0.02%	0.10%	0.07%	0.04%	0.01%	0.04%	0.00%
Visita a Amistades	72.53%	62.46%	58.43%	57.87%	66.70%	81.20%	66.53%	8.79%
Otros	1.58%	0.95%	0.85%	0.53%	0.36%	0.97%	0.87%	-3.63%
Otros	1.13%	4.75%	0.61%	0.88%	1.56%	1.39%	1.72%	10.81%

FUENTE: Cuadro 25

Cuadro 25.2

GASTO DEL TURISMO RECEPTIVO. PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995 (Proyección)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
MILLONES DE DOLARES						
Gasto del Turismo Receptivo	4,195.23	4,344.60	4,499.28	4,659.47	4,825.37	4,997.17
Por lugar de Procedencia						
Estados Unidos	3,371.11	3,480.67	3,593.78	3,710.58	3,831.17	3,955.68
Canadá	140.01	131.56	123.62	116.16	109.15	102.56
Europa	329.57	358.13	389.15	422.86	459.49	499.30
América Latina	326.81	362.43	401.93	445.72	494.30	548.16
Otros	39.12	39.14	39.16	39.18	39.20	39.22
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia						
Extranjeros Procedentes de:						
Estados Unidos	2,627.07	2,691.58	2,757.67	2,825.39	2,894.77	2,965.86
Canadá	133.39	124.60	116.39	108.72	101.55	94.86
Europa	325.52	354.27	385.55	419.61	456.67	497.00
América Latina	325.77	362.57	403.52	449.11	499.84	556.31
Otros	38.77	39.03	39.30	39.57	39.85	40.12
Nacionales residentes en el						
Exterior Procedentes de:						
Estados Unidos	746.54	795.15	846.92	902.07	960.81	1,023.37
Canadá	7.18	8.45	9.96	11.71	13.78	16.22
Europa	4.18	4.18	4.18	4.18	4.18	4.18
América Latina	1.72	1.49	1.28	1.10	0.95	0.82
Otros	0.39	0.30	0.23	0.18	0.14	0.11
Por Motivo del Viaje						
Placer	2,685.64	2,716.12	2,746.95	2,778.13	2,809.66	2,841.55
Negocios	502.33	568.45	643.28	727.95	823.78	932.21
Estudio	58.05	66.07	75.20	85.59	97.42	110.88
Tránsito	3.79	3.79	3.79	3.79	3.79	3.79
Visita a Familiares	453.37	445.19	437.16	429.27	421.53	413.92
Visita a Amistades	100.27	108.69	117.62	127.72	138.45	150.08
Otros	40.83	39.30	38.01	36.77	35.56	34.40
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje						
Extranjeros por:						
Placer	2,640.34	2,682.95	2,726.25	2,770.25	2,814.96	2,860.39
Negocios	482.26	548.91	624.76	711.11	809.39	921.24
Estudio	61.49	71.06	82.13	94.92	109.70	126.76
Tránsito	7.76	7.72	7.68	7.64	7.61	7.57
Visita a Familiares	130.82	131.74	132.68	133.62	134.56	135.51
Visita a Amistades	79.25	84.63	90.39	96.54	103.10	110.11
Otros	51.49	52.92	54.38	55.89	57.44	59.03
Nacionales residentes						
en el Exterior por:						
Placer	100.83	99.18	97.56	95.96	94.40	92.85
Negocios	13.87	13.35	12.85	12.38	11.92	11.47
Estudio	0.24	0.19	0.16	0.12	0.10	0.08
Tránsito	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Visita a Familiares	630.43	685.84	746.12	811.70	883.04	960.65
Visita a Amistades	6.65	6.41	6.18	5.95	5.74	5.53
Otros	10.98	12.18	13.51	14.98	16.61	18.42

FUENTE: Cuadro 25

Cuadro 25.3

GASTO DEL TURISMO RECEPTIVO. PROCEDENCIA Y MOTIVO DE VIAJE 1990-1995 (Proyección)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
MILLONES DE DOLARES						
Gasto del Turismo Receptivo	5,175.09	5,359.34	5,550.16	5,747.77	5,952.41	6,164.34
Por lugar de Procedencia						
Estados Unidos	4,084.23	4,216.97	4,354.01	4,495.51	4,641.61	4,792.46
Canadá	96.37	90.56	85.09	79.96	75.13	70.60
Europa	542.56	589.56	640.63	696.13	756.43	821.96
América Latina	607.90	674.15	747.61	829.08	919.43	1,019.62
Otros	39.24	39.26	39.28	39.30	39.32	39.34
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia						
Extranjeros Procedentes de:	4,109.12	4,233.06	4,360.74	4,492.27	4,627.77	4,767.35
Estados Unidos	3,038.69	3,113.31	3,189.76	3,268.09	3,348.34	3,430.57
Canadá	88.61	82.77	77.32	72.22	67.46	63.01
Europa	540.89	588.66	640.65	697.24	758.82	825.83
América Latina	619.16	689.10	766.94	853.58	950.01	1,057.33
Otros	40.40	40.68	40.96	41.24	41.52	41.81
Nacionales residentes en el						
Exterior Procedentes de:	1,099.07	1,169.00	1,243.37	1,322.47	1,406.61	1,496.10
Estados Unidos	1,090.00	1,160.98	1,236.58	1,317.09	1,402.85	1,494.20
Canadá	19.09	22.47	26.45	31.14	36.65	43.14
Europa	4.16	4.14	4.12	4.10	4.08	4.06
América Latina	0.71	0.61	0.53	0.45	0.39	0.34
Otros	0.08	0.06	0.05	0.04	0.03	0.02
Por Motivo del Viaje						
Placer	2,873.80	2,906.42	2,939.40	2,972.77	3,006.51	3,040.63
Negocios	1,054.92	1,193.76	1,350.92	1,526.74	1,729.97	1,957.68
Estudio	126.20	143.64	163.48	186.07	211.79	241.05
Tránsito	3.34	2.94	2.59	2.28	2.01	1.77
Visita a Familiares	406.48	399.12	391.92	384.85	377.91	371.09
Visita a Amistades	162.69	176.35	191.17	207.23	224.64	243.51
Otros	33.28	32.19	31.13	30.12	29.13	28.18
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje						
Extranjeros por:	4,108.82	4,232.73	4,360.37	4,491.87	4,627.32	4,766.87
Placer	2,906.56	2,953.47	3,001.13	3,049.57	3,098.79	3,148.80
Negocios	1,048.56	1,193.48	1,358.42	1,546.15	1,759.83	2,003.05
Estudio	146.53	169.35	195.72	226.20	261.43	302.14
Tránsito	7.53	7.49	7.45	7.41	7.38	7.34
Visita a Familiares	136.47	137.44	138.41	139.39	140.38	141.37
Visita a Amistades	117.60	125.60	134.14	143.26	153.00	163.41
Otros	60.66	60.66	60.66	60.66	60.66	60.66
Nacionales residentes						
en el Exterior por:	1,099.07	1,169.00	1,243.37	1,322.47	1,406.61	1,496.10
Placer	91.34	89.84	88.38	86.93	85.51	84.11
Negocios	11.05	10.84	10.24	9.86	9.50	9.14
Estudio	0.06	0.05	0.04	0.03	0.03	0.02
Tránsito	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10	0.10
Visita a Familiares	1,045.08	1,136.94	1,236.86	1,345.57	1,463.84	1,592.50
Visita a Amistades	5.33	5.13	4.95	4.77	4.60	4.43
Otros	20.43	22.66	25.13	27.87	30.91	34.29

FUENTE: Cuadro 25

Cuadro 28

GASTO MEDIO, GASTO MEDIO DIARIO, PERMANENCIA PROMEDIO Y PASAJES INTERNACIONALES DEL TURISMO RECEPTIVO 1990-1995

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
MILLONES DE DOLARES							
Gasto Medio del Turismo Receptivo	532.0	593.8	608.9	606.7	598.3	520.4	576.4
Por lugar de Procedencia							
Estados Unidos	497.1	547.6	561.0	542.4	541.9	482.7	528.8
Canadá	692.4	751.4	720.4	762.2	705.1	757.3	731.5
Europa	1,060.7	1,004.0	1,067.7	1,111.9	1,150.5	895.7	1,048.4
América Latina	635.1	715.7	743.2	741.1	720.1	662.3	702.9
Otros	1,068.8	1,179.8	897.1	1,167.8	1,068.9	974.7	1,062.9
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia							
Extranjeros Procedentes de:							
Estados Unidos	584.5	636.3	639.7	649.5	635.5	564.2	618.3
Canadá	548.1	586.3	580.3	568.3	566.6	520.9	561.8
Europa	696.1	755.2	738.0	795.0	741.4	786.6	751.7
América Latina	1,060.0	1,007.7	1,078.2	1,123.3	1,161.4	903.2	1,055.6
Otros	634.8	712.3	743.5	745.8	722.2	665.0	703.9
Otros	1,084.9	1,177.2	893.9	1,176.8	1,057.8	971.3	1,060.3
Nacionales residentes en el Exterior Procedentes de:							
Estados Unidos	3,556.4	449.7	516.8	487.6	486.2	381.8	979.8
Canadá	351.7	439.7	514.3	485.2	485.6	380.6	442.9
Europa	493.9	672.5	451.4	396.9	418.9	405.9	473.3
América Latina	1,096.2	908.4	7,107.0	777.3	627.9	559.1	1,845.5
Otros	646.9	808.5	732.7	576.9	586.5	412.5	627.3
Otros	1,177.2	1,299.1	1,030.1	791.7	1,839.8	1,307.1	1,240.3
Por Motivo del Viaje							
Placer	600.7	639.9	633.7	630.1	609.0	566.5	613.3
Negocios	656.0	623.9	763.5	773.5	808.8	680.3	717.7
Estudio	1,255.1	1,163.5	1,227.4	1,108.5	1,028.4	1,078.6	1,143.6
Tránsito	132.9	151.8	150.0	362.8	405.4	297.7	250.1
Visita a Familiares	327.4	425.4	486.2	460.2	472.7	371.8	424.0
Visita a Amistades	408.7	452.9	451.7	422.8	470.1	377.2	430.6
Otros	691.9	769.3	566.4	571.8	611.6	479.1	615.0
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje							
Extranjeros por:							
Placer	584.5	636.3	639.7	649.5	635.5	684.9	638.4
Negocios	609.4	656.8	649.0	648.6	623.3	601.2	631.4
Estudio	647.6	620.0	762.9	779.6	796.8	714.7	720.6
Tránsito	1,250.3	1,173.3	1,228.3	1,121.9	1,046.7	1,098.0	1,153.1
Visita a Familiares	132.9	151.1	143.7	364.9	401.3	306.7	250.1
Visita a Amistades	329.9	433.2	410.7	444.6	487.6	1,429.6	589.3
Otros	430.3	478.1	483.1	431.9	475.2	435.2	452.3
Otros	476.6	479.1	651.8	578.2	629.3	592.8	567.6
Nacionales residentes en el Exterior por:							
Placer	356.4	449.7	516.8	487.6	486.2	381.8	448.4
Negocios	458.9	471.9	528.5	515.8	496.5	378.9	475.1
Estudio	786.8	684.8	769.4	688.9	1,046.0	457.9	739.0
Tránsito	1,404.5	978.5	1,171.2	754.1	539.1	405.3	875.5
Visita a Familiares	135.6	206.5	269.7	319.9	551.3	325.5	301.4
Visita a Amistades	326.5	423.3	505.3	464.1	469.6	382.2	428.5
Otros	309.0	304.2	379.6	348.5	291.5	210.5	306.9
Otros	448.3	810.2	421.1	559.8	563.6	587.2	565.0
GASTO MEDIO DIARIO (USD)	52.3	56.5	56.2	53.7	52.0	48.6	53.2
Permanencia Promedio (Días)	10.8	10.5	10.8	11.3	11.0	11.0	10.9
Pasajes Internacionales. (Millones USD)	448.0	446.0	499.0	455.0	619.0	676.0	523.8

FUENTE: Banco de México

Cuadro 26.1

GASTO MEDIO, GASTO MEDIO DIARIO, PERMANENCIA PROMEDIO Y PASAJES INTERNACIONALES DEL TURISMO RECEPTIVO (Porcentos y Tasa Media de Crec. Anual)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TMCA
MILLONES DE DOLARES								
Gasto Medio del Turismo Receptivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-0.44%
Por lugar de Procedencia								
Estados Unidos	93.44%	92.22%	92.13%	89.40%	90.88%	92.78%	91.80%	-0.59%
Canadá	130.15%	126.54%	118.31%	125.63%	118.25%	145.52%	127.40%	1.81%
Europa	199.38%	169.08%	175.35%	183.27%	192.94%	172.12%	182.02%	-3.33%
América Latina	119.38%	120.53%	122.06%	122.15%	120.76%	127.27%	122.02%	0.84%
Otros	204.66%	198.69%	147.33%	192.48%	179.26%	187.30%	184.95%	-2.19%
Por Calidad Migratoria y Lugar de Procedencia								
Extranjeros Procedentes de:								
Estados Unidos	109.87%	107.16%	105.06%	107.05%	106.57%	108.42%	107.35%	-0.70%
Estados Unidos	93.77%	92.14%	90.71%	87.50%	89.16%	92.33%	90.94%	-1.01%
Canadá	119.09%	118.69%	115.05%	122.40%	118.68%	139.42%	121.89%	2.47%
Europa	181.35%	158.37%	168.55%	172.95%	182.75%	160.09%	170.68%	-3.15%
América Latina	108.61%	111.94%	118.23%	114.83%	113.64%	117.87%	113.85%	0.93%
Otros	185.61%	185.01%	139.74%	181.19%	166.45%	172.16%	171.69%	-2.19%
Nacionales residentes en el								
Exterior Procedentes de:								
Estados Unidos	968.50%	75.73%	84.87%	80.37%	81.54%	73.37%	177.40%	-36.00%
Estados Unidos	9.89%	97.78%	99.52%	99.51%	99.88%	99.69%	84.38%	1.59%
Canadá	13.89%	149.54%	87.35%	81.40%	86.16%	106.31%	87.44%	-3.85%
Europa	30.80%	201.56%	1375.19%	159.41%	129.14%	148.44%	340.42%	-12.58%
América Latina	18.19%	179.79%	141.78%	118.31%	120.63%	108.04%	114.46%	-8.61%
Otros	33.10%	288.21%	199.32%	162.37%	378.40%	342.35%	233.96%	2.12%
Por Motivo del Viaje								
Placer	112.91%	107.76%	104.07%	103.66%	102.13%	108.66%	106.80%	-1.17%
Negocios	123.31%	105.07%	125.39%	127.49%	135.64%	130.73%	124.60%	0.73%
Estudio	235.92%	195.94%	201.58%	182.71%	172.46%	207.26%	199.31%	-2.99%
Tránsito	24.98%	25.53%	24.63%	58.80%	67.99%	57.21%	43.38%	17.50%
Visita a Familiares	61.54%	71.84%	79.85%	75.85%	79.27%	71.45%	73.27%	2.58%
Visita a Amistades	76.82%	76.27%	74.18%	69.69%	78.84%	72.48%	74.71%	-1.59%
Otros	130.06%	129.58%	93.02%	94.25%	102.57%	92.06%	106.92%	-7.09%
Por Calidad Migratoria y Motivo del Viaje								
Extranjeros por:								
Placer	104.26%	103.22%	101.45%	99.86%	98.08%	87.78%	99.11%	-0.27%
Negocios	110.80%	97.44%	119.26%	120.03%	125.70%	104.35%	112.93%	1.99%
Estudio	213.91%	184.39%	192.01%	172.73%	164.70%	160.32%	181.34%	-2.56%
Tránsito	22.74%	23.75%	22.46%	56.18%	63.15%	44.78%	38.84%	18.21%
Visita a Familiares	56.44%	68.08%	64.20%	68.45%	76.73%	208.73%	90.44%	34.08%
Visita a Amistades	73.62%	75.14%	72.39%	66.50%	74.78%	63.54%	70.99%	0.23%
Otros	81.54%	75.29%	101.89%	68.71%	99.02%	86.55%	88.84%	4.46%
Nacionales residentes en el Exterior por:								
Placer	68.99%	75.73%	84.87%	80.37%	81.54%	73.37%	77.15%	1.39%
Placer	128.76%	104.94%	102.26%	105.78%	102.12%	99.24%	107.18%	-3.78%
Negocios	220.76%	152.28%	148.88%	141.28%	215.14%	119.93%	168.38%	-10.26%
Estudio	394.06%	217.59%	228.63%	154.66%	110.88%	106.16%	201.66%	-22.01%
Tránsito	38.05%	45.92%	52.19%	65.61%	113.39%	85.25%	66.73%	19.14%
Visita a Familiares	91.61%	94.13%	97.77%	95.18%	96.59%	100.10%	95.90%	3.20%
Visita a Amistades	86.70%	67.65%	73.45%	71.06%	59.95%	55.13%	68.99%	-7.39%
Otros	125.79%	180.16%	81.48%	114.81%	115.92%	153.80%	128.66%	5.55%
Gasto Medio Diario (USD)	52.3	56.5	56.2	53.7	52.0	48.6	53.2	-1.46%
Permanencia Promedio (Días)	10.8	10.5	10.8	11.3	11.0	11.0	10.9	0.37%
Pasajes Internales. (Millones USD)	448.0	446.0	499.0	455.0	619.0	676.0	523.8	8.58%

FUENTE: Cuadro 26

Cuadro 27
VISITANTES INTERNACIONALES DE MEXICO AL EXTERIOR, 1980-1986

Unidades		1980	1981	1982	1983	1984	1985	Promedio
VISITANTES INTERNACIONALES DE MEXICO AL EXTERIOR								
NUMERO DE PERSONAS								
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miles	98,851.2	100,024.9	114,035.0	115,178.8	114,097.0	102,257.0	107,407.3
Turistas Internales	Miles	7,357.2	7,712.9	11,226.0	10,184.8	12,029.0	8,419.0	9,488.2
Turismo Egresivo	Miles	4,321.2	4,172.9	4,878.0	4,777.8	5,047.0	3,703.0	4,450.0
Turismo Fronterizo	Miles	3,036.0	3,540.0	6,548.0	5,407.0	6,982.0	4,716.0	5,038.2
Excursionistas Internales	Miles	91,494.0	92,312.0	102,809.0	104,994.0	102,068.0	93,838.0	97,919.2
Excursionistas Fronterizos	Miles	91,494.0	92,312.0	102,809.0	104,994.0	102,068.0	93,838.0	97,919.2
GASTO								
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miliones de USD	5,518.7	5,812.4	6,107.4	5,561.8	5,338.0	3,153.0	5,248.6
Turistas Internales	Miliones de USD	2,171.5	2,149.5	2,541.6	2,416.6	2,445.0	1,298.0	2,160.0
Turismo Egresivo	Miliones de USD	1,836.5	1,878.5	2,078.4	2,071.9	1,950.0	1,024.0	1,823.4
Turismo Fronterizo	Miliones de USD	235.0	271.0	462.2	344.7	495.0	213.0	336.8
Excursionistas Internales	Miliones de USD	3,347.2	3,662.9	3,565.8	3,145.2	2,893.0	1,917.0	3,088.5
Excursionistas Fronterizos	Miliones de USD	3,347.2	3,662.9	3,565.8	3,145.2	2,893.0	1,917.0	3,088.5
GASTO MEDIO								
Visitantes Internacionales de México al Exterior	USD	55.8	58.1	53.6	48.3	46.8	30.8	48.9
Turistas Internales	USD	295.1	278.7	226.4	237.3	203.3	146.8	231.3
Turismo Egresivo	USD	448.1	450.2	444.5	433.6	386.4	278.5	406.6
Turismo Fronterizo	USD	77.4	76.8	70.8	63.8	70.8	45.2	67.4
Excursionistas Internales	USD	36.6	39.7	34.7	30.0	28.3	20.4	31.8
Excursionistas Fronterizos	USD	36.6	39.7	34.7	30.0	28.3	20.4	31.8

FUENTE: Banco de México

Cuadro 27.1
VISITANTES INTERNACIONALES DE MEXICO AL EXTERIOR 1980-1996 (Porcentajes y Tasa Media de Crec. Anual)

Unidades	VISITANTES INTERNACIONALES DE MEXICO AL EXTERIOR						Promedio	TMCA	
	1980	1981	1982	1983	1984	1986			
NUMERO DE PERSONAS									
Visitantes Internacionales de México al Exterior	-	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	0.66%
Turistas Internacionales	-	7.44%	7.71%	9.84%	8.84%	8.23%	8.23%	8.77%	2.73%
Turismo Egresivo	-	4.37%	4.17%	4.10%	4.16%	4.42%	3.82%	4.14%	-3.04%
Turismo Fronterizo	-	3.07%	3.54%	5.74%	4.69%	6.12%	4.81%	4.83%	9.21%
Excursionistas Internacionales	-	92.56%	92.29%	90.16%	91.16%	89.46%	91.77%	91.23%	0.51%
Excursionistas Fronterizos	-	92.56%	92.29%	90.16%	91.16%	89.46%	91.77%	91.23%	0.51%
GASTO									
Visitantes Internacionales de México al Exterior	-	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-10.59%
Turistas Internacionales	-	39.35%	36.98%	41.82%	43.45%	45.80%	39.20%	41.07%	-10.66%
Turismo Egresivo	-	35.09%	32.32%	34.05%	37.25%	36.53%	32.48%	34.82%	-11.96%
Turismo Fronterizo	-	4.26%	4.66%	7.57%	6.20%	9.27%	6.76%	6.45%	-1.95%
Excursionistas Internacionales	-	60.65%	63.02%	58.38%	56.55%	54.20%	60.80%	58.93%	-10.55%
Excursionistas Fronterizos	-	60.65%	63.02%	58.38%	56.55%	54.20%	60.80%	58.93%	-10.55%
GASTO MEDIO									
Visitantes Internacionales de México al Exterior	-	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-11.21%
Turistas Internacionales	-	528.85%	479.69%	422.39%	491.30%	434.40%	476.82%	472.21%	-13.03%
Turismo Egresivo	-	803.05%	774.87%	829.29%	887.72%	825.64%	887.73%	838.05%	-8.20%
Turismo Fronterizo	-	138.71%	131.84%	131.72%	132.09%	151.50%	148.75%	138.77%	-10.20%
Excursionistas Internacionales	-	65.69%	68.33%	64.74%	62.11%	60.47%	66.23%	64.58%	-11.03%
Excursionistas Fronterizos	-	65.69%	68.33%	64.74%	62.11%	60.47%	66.23%	64.58%	-11.03%

FUENTE: Cuadro 27

Cuadro 28
TURISMO EGRESIVO

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
NUMERO DE PERSONAS (MILES)							
Turismo Egresivo	4,321.2	4,172.9	4,678.0	4,777.8	5,047.3	3,703.1	4,450.1
Por Lugar de Destino							
Estados Unidos	4,004.7	3,868.3	4,324.2	4,417.1	4,668.0	3,440.6	4,120.2
Canadá	16.5	15.8	18.0	18.6	19.9	13.7	17.1
América Central	59.5	60.2	73.2	71.5	70.3	49.1	64.0
América del Sur	28.1	26.9	30.7	31.8	33.8	23.3	29.1
Europa	175.6	168.3	191.6	197.5	211.0	145.7	181.6
Asia	11.4	11.0	12.5	12.9	13.8	9.5	11.9
Otros	25.4	24.4	27.8	28.8	30.8	21.1	26.3
Por Motivo del Viaje							
Placer	1,435.1	1,529.5	1,713.9	1,240.3	1,350.1	761.1	1,338.3
Negocios	381.9	255.6	222.0	385.8	333.4	377.5	326.0
Estudio	31.2	21.5	30.8	46.1	46.2	37.4	35.9
Visita a Familiares	1,595.7	1,561.2	2,052.7	2,595.7	2,467.2	1,758.4	2,005.2
Visita a Amistades	204.8	173.4	141.3	72.0	71.0	179.0	140.3
Atención Médica	128.8	122.4	95.4	84.9	88.2	101.1	103.5
Compras	491.3	458.8	358.9	327.1	551.6	385.8	428.9
Otros	52.5	50.4	63.0	24.0	139.7	102.7	72.1

FUENTE: Banco de México

Cuadro 28.1
TURISMO EGRESIVO

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TMCA
NUMERO DE PERSONAS (MILES)								
Turismo Egresivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-3.04%
Por Lugar de Destino								
Estados Unidos	92.68%	92.65%	92.44%	92.45%	92.49%	92.91%	92.60%	-2.99%
Canadá	0.38%	0.38%	0.38%	0.39%	0.39%	0.37%	0.38%	-3.65%
América Central	1.38%	1.44%	1.56%	1.50%	1.39%	1.33%	1.43%	-3.77%
América del Sur	0.65%	0.64%	0.66%	0.66%	0.67%	0.63%	0.65%	-3.68%
Europa	4.06%	4.03%	4.10%	4.13%	4.18%	3.93%	4.07%	-3.66%
Asia	0.26%	0.26%	0.27%	0.27%	0.27%	0.26%	0.27%	-3.58%
Otros	0.59%	0.58%	0.59%	0.60%	0.61%	0.57%	0.59%	-3.64%
Por Motivo del Viaje								
Placer	33.21%	36.65%	36.64%	25.96%	26.75%	20.55%	29.96%	-11.91%
Negocios	8.84%	6.13%	4.75%	8.07%	6.61%	10.19%	7.43%	-0.23%
Estudio	0.72%	0.52%	0.66%	1.01%	0.92%	1.01%	0.80%	3.69%
Visita a Familiares	36.93%	37.41%	43.88%	54.33%	48.68%	47.48%	44.82%	1.96%
Visita a Amistades	4.74%	4.16%	3.02%	1.51%	1.41%	4.83%	3.28%	-2.66%
Atención Médica	2.98%	2.93%	2.04%	1.78%	1.75%	2.73%	2.37%	-4.73%
Compras	11.37%	10.99%	7.67%	6.85%	10.93%	10.42%	9.70%	-4.72%
Otros	1.21%	1.21%	1.35%	0.50%	2.77%	2.77%	1.64%	14.36%

FUENTE: Cuadro 28

Cuadro 29

GASTO DEL TURISMO EGRESIVO

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
	MILLONES DE DOLARES						
Turismo Egresivo	1,836.5	1,876.5	2,079.4	2,071.9	1,949.6	1,023.3	1,823.2
Por Lugar de Destino							
Estados Unidos	1,525.5	1,504.9	1,667.5	1,629.2	1,478.2	726.4	1,422.0
Canadá	21.2	16.4	16.7	21.6	20.0	9.6	17.6
América Central	35.1	40.8	47.1	39.2	29.0	18.6	35.0
América del Sur	29.4	25.7	28.2	29.9	29.1	14.7	26.2
Europa	282.9	245.6	274.1	291.7	328.3	222.3	274.2
Asia	20.2	16.4	17.9	24.5	26.5	13.2	19.8
Otros	22.1	28.7	27.9	35.7	38.5	18.5	28.6
Por Motivo del Viaje							
Placer	868.4	832.2	1,011.8	796.3	762.8	364.6	789.4
Negocios	363.5	206.8	164.5	334.5	251.9	236.0	259.5
Estudio	38.2	37.9	43.1	70.7	54.6	34.8	48.6
Visita a Familiares	290.7	329.5	570.6	704.7	591.0	228.4	452.5
Visita a Amistades	60.0	61.2	62.5	27.7	25.3	25.4	43.7
Atención Médica	73.1	78.2	57.8	38.4	35.0	19.4	50.3
Compras	197.6	187.2	115.7	91.3	152.8	72.2	136.1
Otros	45.0	45.6	53.6	8.2	76.2	42.6	45.2

FUENTE: Banco de México

Cuadro 29.1

GASTO DEL TURISMO EGRESIVO

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TMCA
	MILLONES DE DOLARES							
Turismo Egresivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-11.98%
Por Lugar de Destino								
Estados Unidos	78.78%	80.11%	80.19%	78.63%	75.82%	70.99%	77.42%	-13.79%
Canadá	1.09%	0.87%	0.80%	1.04%	1.03%	0.94%	0.96%	-14.65%
América Central	1.81%	2.17%	2.27%	1.89%	1.49%	1.82%	1.91%	-11.93%
América del Sur	1.52%	1.37%	1.36%	1.44%	1.49%	1.44%	1.44%	-12.94%
Europa	14.81%	13.07%	13.18%	14.08%	16.84%	21.72%	15.58%	-4.71%
Asia	1.04%	0.87%	0.86%	1.18%	1.36%	1.29%	1.10%	-8.16%
Otros	1.14%	1.53%	1.34%	1.72%	1.97%	1.81%	1.59%	-3.49%
Por Motivo del Viaje								
Placer	44.84%	49.62%	48.66%	38.43%	39.13%	35.63%	42.72%	-15.93%
Negocios	18.77%	11.01%	7.91%	16.14%	12.92%	23.06%	14.97%	-8.28%
Estudio	1.97%	2.02%	2.07%	3.41%	2.80%	3.40%	2.61%	-1.85%
Visita a Familiares	15.01%	17.54%	27.44%	34.01%	30.31%	22.32%	24.44%	-4.71%
Visita a Amistades	3.10%	3.26%	3.01%	1.34%	1.30%	2.48%	2.41%	-15.80%
Atención Médica	3.77%	4.16%	2.78%	1.85%	1.80%	1.90%	2.71%	-23.30%
Compras	10.20%	9.97%	5.56%	4.41%	7.84%	7.06%	7.51%	-18.24%
Otros	2.32%	2.43%	2.58%	0.40%	3.91%	4.16%	2.63%	-1.09%

FUENTE: Cuadro 29

Cuadro 30
GASTO MEDIO, GASTO MEDIO DIARIO, PERMANENCIA PROMEDIO Y PASAJES
INTERNACIONALES DEL TURISMO EGRESIVO

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
DOLARES							
Turismo Egresivo	448.1	450.2	444.5	433.6	386.3	276.3	406.5
Por Lugar de Destino							
Estados Unidos	380.9	389.2	385.6	368.8	316.7	211.1	342.1
Canadá	1,282.1	1,035.0	928.1	1,161.4	1,005.5	698.2	1,018.4
América Central	590.0	677.0	643.2	548.4	412.2	378.6	541.6
América del Sur	1,045.9	963.2	920.0	946.8	860.7	631.3	893.0
Europa	1,611.4	1,459.7	1,430.4	1,476.8	1,555.9	1,526.2	1,510.1
Asia	1,767.7	1,493.9	1,434.3	1,904.8	1,927.2	1,389.6	1,652.9
Otros	868.9	1,178.4	1,005.7	1,246.5	1,256.0	876.8	1,072.4
Por Motivo del Viaje							
Placer	605.1	609.5	590.3	642.0	565.0	479.1	581.8
Negocios	951.9	808.9	740.9	867.1	755.4	625.2	791.6
Estudio	1,222.7	1,759.3	1,396.7	1,468.8	1,181.6	928.7	1,326.3
Visita a Familiares	182.2	211.1	278.0	271.5	239.6	129.9	218.7
Visita a Amistades	292.8	352.8	442.4	385.3	357.0	141.7	328.7
Atención Médica	567.3	638.6	606.2	452.4	396.5	191.5	475.4
Compras	402.3	406.0	322.3	279.3	277.0	187.2	312.7
Otros	857.4	903.3	850.1	339.5	545.3	414.4	651.7
Gasto Medio Diario (USD)	60.4	62.6	56.4	53.9	49.2	39.0	53.6
Permanencia Promedio (Días)	7.4	7.2	7.4	8.0	7.9	7.1	7.5
Pasajes Internales. (Millones de	473.0	514.0	525.0	492.0	542.0	378.0	487.3

FUENTE: Banco de México

Cuadro 30.1
GASTO MEDIO, GASTO MEDIO DIARIO, PERMANENCIA PROMEDIO Y PASAJES
INTERNACIONALES DEL TURISMO EGRESIVO (Porcientos y Tasa Media de Crecimiento Anual)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio	TMCA
DOLARES								
Turismo Egresivo	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	-9.22%
Por Lugar de Destino								
Estados Unidos	85.00%	88.45%	86.75%	85.06%	81.98%	76.40%	83.61%	-11.13%
Canadá	286.12%	229.90%	208.80%	267.85%	280.29%	252.70%	250.94%	-11.45%
América Central	131.67%	150.38%	144.70%	128.48%	106.70%	137.02%	132.63%	-8.49%
América del Sur	233.41%	211.73%	206.97%	218.36%	222.81%	228.48%	220.29%	-9.60%
Europa	359.61%	324.23%	321.80%	340.59%	402.77%	552.37%	383.56%	-1.08%
Asia	394.49%	331.83%	322.68%	439.30%	498.89%	502.93%	415.02%	-4.70%
Otros	193.91%	261.75%	226.25%	267.48%	325.65%	317.34%	268.73%	0.18%
Por Motivo del Viaje								
Placer	135.04%	135.38%	132.80%	148.06%	146.26%	173.40%	145.16%	-4.56%
Negocios	212.43%	179.68%	166.68%	199.98%	195.55%	226.28%	196.76%	-8.06%
Estudio	272.86%	390.78%	314.22%	338.75%	305.88%	336.12%	326.43%	-5.35%
Visita a Familiares	40.66%	46.89%	62.54%	62.62%	62.02%	47.01%	53.62%	-6.54%
Visita a Amistades	65.34%	78.37%	99.53%	88.86%	92.42%	51.28%	79.30%	-13.51%
Atención Médica	126.60%	141.85%	136.38%	104.34%	102.64%	69.31%	113.52%	-19.52%
Compras	89.78%	90.63%	72.51%	64.41%	71.71%	67.75%	76.13%	-14.19%
Otros	191.34%	200.64%	191.25%	78.30%	141.16%	149.98%	158.78%	-13.53%
Gasto Medio Diario (USD)	60.4	62.6	56.4	53.9	49.2	39.0	53.6	-8.37%
Permanencia Promedio (Días)	7.4	7.2	7.4	8.0	7.9	7.1	7.5	-0.82%
Pasajes Internales. (MDD)	473.0	514.0	525.0	492.0	542.0	378.0	487.3	-4.38%

FUENTE: Cuadro 30

Cuadro 31
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS (1988-1998)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
TOTAL											
Cuartos 1/	131,225	135,673	140,879	147,679	154,900	156,567	157,964	159,250	162,519	166,425	153,284
% de ocupación	54.85	57.41	54.11	53.93	54.08	53.92	52.95	51.33	50.40	51.06	53.40
Llegada de Turistas	19,920,959	21,280,000	20,602,496	21,377,443	22,259,812	22,402,966	22,167,595	21,976,036	22,077,216	27,358,040	22,184,227
Nacionales	16,111,357	16,469,190	16,267,436	16,839,414	17,294,853	17,271,871	17,177,864	16,802,304	16,918,125	20,690,066	17,186,231
Extranjeros	3,809,602	4,790,810	4,335,060	4,538,029	4,964,759	5,131,096	5,009,841	5,173,732	5,159,091	6,667,944	4,977,996
Turistas de Noche	48,923,418	53,181,404	52,337,778	53,384,408	56,358,888	57,460,343	57,079,621	55,138,532	55,134,904	65,431,608	55,443,090
Nacionales	33,687,525	34,223,405	34,256,920	35,049,082	36,633,884	37,436,569	37,283,775	36,250,080	35,241,397	40,715,259	35,974,781
Extranjeros	15,235,893	18,957,999	18,080,858	18,335,314	19,725,004	20,023,774	19,825,846	19,883,452	19,893,507	24,716,349	19,468,300
Densidad	1.90	1.91	1.87	1.88	1.89	1.89	1.87	1.85	1.86	1.89	1.88
1. Centros de Playa											
Cuartos 1/	62,954	55,677	59,164	65,343	71,060	71,697	72,323	72,895	75,000	72,362	66,850
% de ocupación	54.82	60.82	53.79	52.85	53.02	53.56	53.82	53.2	52.48	55.33	54.37
Llegada de Turistas	5,871,110	6,362,453	5,832,130	6,241,991	6,880,314	7,468,940	7,760,327	7,901,235	8,216,717	8,444,555	7,100,277
Nacionales	3,731,374	3,655,758	3,414,933	3,670,281	4,062,228	4,516,870	4,712,421	4,852,948	5,090,300	4,923,416	4,263,033
Extranjeros	2,139,736	2,706,695	2,417,197	2,571,710	2,798,086	2,972,270	3,067,906	3,048,287	3,126,417	3,521,139	2,837,245
Turistas de Noche	21,870,003	24,886,698	23,051,685	24,740,549	27,397,170	29,077,439	29,659,242	29,716,281	29,737,499	30,668,872	27,112,444
Nacionales	10,958,846	10,901,153	10,456,494	11,046,789	12,459,803	13,900,890	14,362,538	14,154,862	14,074,487	12,842,488	12,515,717
Extranjeros	10,911,157	14,085,545	12,595,191	13,694,760	14,937,367	15,176,549	15,296,706	15,561,419	15,663,002	17,846,374	14,596,727
Densidad	2.11	2.11	2.10	2.09	2.10	2.11	2.11	2.10	2.10	2.10	2.10
1) Integralmente Planeados 2/											
Cuartos 1/	12,626	14,469	16,396	23,204	25,935	26,502	26,486	26,946	28,656	28,925	23,216
% de ocupación	67.09	73.39	55.15	53.63	60.94	64.10	65.69	63.57	62.77	67.94	63.43
Llegada de Turistas	1,340,254	1,463,197	1,295,895	1,691,146	2,219,167	2,675,694	2,833,304	2,778,063	2,831,484	3,144,873	2,230,318
Nacionales	453,747	434,907	373,078	531,497	675,437	833,859	909,855	910,072	915,856	905,887	694,421
Extranjeros	886,507	1,028,290	922,817	1,159,648	1,543,730	1,841,835	1,923,439	1,867,991	1,915,638	2,239,066	1,535,897
Turistas de Noche	6,012,863	6,943,941	6,187,933	6,076,380	10,839,412	12,386,807	13,218,163	13,144,301	13,595,875	15,187,777	10,559,445
Nacionales	1,582,053	1,534,205	1,384,758	2,061,712	2,602,369	3,093,681	3,445,812	3,517,088	3,842,395	3,621,307	2,847,548
Extranjeros	4,430,810	5,409,736	4,803,175	6,014,668	8,237,043	9,303,126	9,773,251	9,627,213	9,853,480	11,566,470	7,911,887
Densidad	2.02	2.04	2.05	2.04	2.06	2.06	2.09	2.13	2.13	2.15	2.07
2) Tradicionales de Playa											
Cuartos 1/	40,328	41,168	40,769	42,139	45,125	45,195	45,837	45,949	46,344	43,437	43,633
% de ocupación	51.04	56.90	53.29	52.07	48.73	47.81	46.95	47.11	46.25	47.12	49.71
Llegada de Turistas	4,530,896	4,869,256	4,536,235	4,850,846	4,841,174	4,813,256	4,847,023	5,123,172	5,386,223	5,299,562	4,869,962
Nacionales	3,277,627	3,220,851	3,041,855	3,138,784	3,398,769	3,692,811	3,802,559	3,942,878	4,174,444	4,017,529	3,568,612
Extranjeros	1,253,229	1,648,405	1,494,380	1,412,062	1,254,385	1,130,445	1,144,467	1,180,298	1,213,779	1,282,053	1,301,350
Turistas de Noche	15,857,140	16,042,757	16,863,752	16,864,160	16,557,758	16,690,632	16,639,079	16,571,980	16,141,624	15,501,095	16,552,968
Nacionales	9,376,793	9,368,948	9,071,736	8,984,068	8,857,234	10,817,209	10,916,624	10,637,774	10,433,102	9,221,191	9,868,168
Extranjeros	6,480,347	6,675,809	7,792,016	7,880,092	6,700,524	5,873,423	5,722,455	5,934,208	5,709,522	6,279,904	6,684,800
Densidad	2.15	2.13	2.12	2.11	2.13	2.13	2.13	2.10	2.08	2.06	2.11

Cuadro 31
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS (1888-1995)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Segunda Parte Promedio
II. Grandes Ciudades											
Cuartos /	33,549	34,056	34,780	34,988	35,218	35,839	35,997	35,393	36,284	56,265	37,195
% de ocupación	57.67	58.61	56.78	57.06	58.96	59.07	58.63	53.86	51.65	56.88	56.70
Llegada de Turistas	4,957,397	5,293,711	5,179,519	5,148,975	5,525,821	5,341,348	4,894,976	4,774,367	4,892,674	9,958,824	5,606,763
Nacionales	3,704,188	3,645,306	3,685,139	3,736,913	4,271,463	4,210,903	3,750,599	3,594,091	3,778,895	8,676,771	4,305,416
Estranjeros	1,253,229	1,648,405	1,494,380	1,412,062	1,254,358	1,130,445	1,144,467	1,180,296	1,213,779	1,292,053	1,301,347
Turistas de Noche	11,537,040	11,978,439	12,903,751	11,993,619	12,403,945	12,251,448	11,326,665	10,237,604	10,668,447	19,902,309	12,520,147
Nacionales	8,781,041	8,994,514	9,333,362	9,223,301	9,438,844	9,438,844	8,859,517	7,767,678	8,116,051	15,249,700	9,532,778
Estranjeros	2,755,999	2,983,925	3,570,389	2,770,318	2,840,188	2,812,602	2,467,348	2,469,925	2,550,396	4,652,609	2,987,368
Densidad	1.66	1.61	1.61	1.65	1.64	1.60	1.53	1.47	1.49	1.74	1.61
III. Centros Turísticos del Interior											
Cuartos /	44,722	45,840	46,915	47,348	48,382	48,031	50,044	50,962	51,255	57,798	49,240
% de ocupación	52.77	52.54	52.29	53.39	51.99	50.69	49.05	46.86	44.44	40.36	49.44
Llegada de Turistas	9,092,452	9,623,836	9,790,847	9,896,477	9,873,477	9,572,678	9,512,202	9,300,414	8,864,825	8,964,651	9,457,167
Nacionales	8,286,382	8,561,908	8,729,136	8,834,517	8,754,978	8,429,015	8,433,803	8,181,628	7,908,407	7,713,478	8,396,223
Estranjeros	797,080	1,061,928	1,061,711	1,061,960	1,118,499	1,143,663	1,078,399	1,118,786	956,418	1,241,183	1,060,964
Turistas de Noche	15,516,375	16,216,267	16,392,342	16,650,238	16,557,773	16,131,458	15,894,514	15,184,647	14,730,958	14,840,427	15,810,500
Nacionales	13,947,838	14,327,738	14,467,044	14,780,002	14,610,524	14,098,635	14,031,722	13,327,539	13,050,849	12,623,061	13,926,295
Estranjeros	1,568,737	1,888,529	1,915,298	1,870,236	1,947,249	2,034,823	1,862,792	1,857,108	1,680,109	2,217,366	1,884,205
Densidad	1.83	1.85	1.84	1.81	1.81	1.79	1.77	1.76	1.78	1.74	1.80

FUENTE: Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Oficinas Estatales de Turismo, Secretaría de Turismo

Cuadro 32
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS (1986-1995)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Promedio
Acapulco, Gro.											
Cuartos /	16,747	16,729	16,607	16,649	17,001	16,659	17,202	17,139	17,649	15,574	16,796
% de ocupación	50.26	50.26	50.55	52.02	49.53	48.93	46.71	46.86	43.14	42.71	47.90
Llegada de Turistas	1,845,598	1,786,121	1,611,045	1,561,356	1,468,324	1,580,656	1,763,921	1,901,511	1,930,063	1,761,763	1,704,638
Nacionales	1,130,833	1,103,781	972,602	845,674	1,046,194	1,251,615	1,415,601	1,592,212	1,617,017	1,406,368	1,248,290
Extranjeros	514,763	682,340	638,443	617,682	417,130	329,041	368,320	309,299	313,066	375,396	456,546
Turistas de Noche	8,627,539	7,345,230	6,561,232	6,360,779	5,947,197	6,026,540	6,206,578	6,177,739	5,914,146	5,215,591	6,238,157
Nacionales	3,834,633	3,706,866	3,347,375	2,879,432	3,536,743	4,256,904	4,410,306	4,671,252	4,407,268	3,615,466	3,866,647
Extranjeros	2,792,706	3,638,264	3,213,857	3,481,347	2,410,454	1,770,736	1,796,272	1,506,487	1,506,858	1,800,125	2,371,811
Densidad	2.18	2.18	2.14	2.06	2.12	2.15	2.15	2.13	2.16	2.10	2.14
Bahías de Huasteco, Oax.											
Cuartos /	74	592	1,242	1,310	1,464	1,464	1,624	1,791	1,766	1,848	1,301
% de ocupación	61.09	44.62	55.75	53.29	56.95	55.57	48.50	53.92	53.92	50.65	55.62
Llegada de Turistas	11,192	23,379	82,083	119,034	140,173	166,921	181,346	169,921	169,921	153,452	116,391
Nacionales	10,727	18,510	52,786	77,291	107,715	134,776	149,890	124,915	124,915	115,915	88,037
Extranjeros	465	4,869	29,295	41,743	32,458	32,143	31,673	45,006	45,006	37,537	28,354
Turistas de Noche	36,521	93,023	334,318	509,569	567,587	621,815	631,355	725,792	725,792	702,977	469,217
Nacionales	35,828	84,661	177,844	276,766	392,071	442,540	445,355	447,590	449,251	449,251	303,558
Extranjeros	693	26,362	156,474	232,803	175,516	179,275	166,000	276,202	276,202	253,726	165,661
Densidad	1.74	1.78	1.94	2.03	1.95	1.99	2.07	2.07	2.07	2.06	1.90
Cancún, Q. Roo											
Cuartos /	7,028	8,810	11,881	15,310	17,470	17,466	17,424	17,838	18,859	18,891	15,109
% de ocupación	81.12	63.40	57.88	57.05	67.91	69.46	74.50	72.30	69.11	75.77	70.85
Llegada de Turistas	852,982	944,213	804,866	1,141,329	1,566,005	1,903,556	2,005,983	1,973,517	1,950,065	2,154,608	1,533,472
Nacionales	213,898	188,070	183,004	293,013	389,348	474,918	482,410	484,528	512,901	496,789	371,086
Extranjeros	638,684	756,143	621,862	848,316	1,176,657	1,428,638	1,553,573	1,488,989	1,445,164	1,665,839	1,162,387
Turistas de Noche	4,133,094	4,642,011	4,087,026	5,741,601	8,229,314	10,078,364	9,978,575	9,994,053	11,275,326	7,428,848	7,428,848
Nacionales	798,248	725,822	759,369	1,240,813	1,536,211	1,766,775	1,965,146	2,110,207	2,253,759	2,206,286	1,544,546
Extranjeros	3,334,846	3,916,389	3,327,657	4,500,788	6,694,864	7,429,539	8,113,236	4,988,368	7,740,294	9,089,040	5,884,302
Densidad	2.07	2.10	2.12	2.07	2.09	2.09	2.11	2.12	2.15	2.16	2.11
Coxzumel, Q. Roo											
Cuartos /	1,941	2,183	1,877	2,462	2,875	3,034	3,060	3,350	3,350	3,332	2,749
% de ocupación	69.77	65.17	62.86	44.13	50.60	47.16	47.16	54.42	60.43	59.69	54.14
Llegada de Turistas	191,609	213,263	187,699	172,545	218,275	206,536	232,528	271,400	321,047	310,302	230,742
Nacionales	50,382	43,426	39,464	42,461	47,942	56,080	64,756	63,527	66,518	66,644	55,944
Extranjeros	141,427	169,857	129,235	130,094	170,293	152,456	167,772	207,873	236,529	243,458	174,798
Turistas de Noche	835,501	961,223	736,557	713,152	965,342	882,689	1,040,756	1,307,784	1,449,798	1,432,264	1,047,447
Nacionales	144,149	132,323	105,429	114,260	136,159	160,106	174,546	184,768	206,612	206,512	162,489
Extranjeros	691,352	848,900	631,128	598,922	859,183	821,983	866,208	1,122,996	1,183,186	1,225,752	884,949
Densidad	1.99	1.95	1.92	1.92	1.95	2.00	1.96	1.97	1.98	1.96	1.96

Cuadro 32
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURÍSTICOS SELECCIONADOS (1986-1995)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Conclusión Promedio
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.											
Cuartos 1/	3,940	3,814	3,827	4,007	4,169	4,271	3,905	3,998	4,136	4,097	4,016
% de ocupación	46.59	53.45	54.84	48.95	46.05	49.22	44.90	42.46	45.40	47.64	48.55
Llegada de Turistas Nacionales	305,331	337,518	288,231	275,455	272,009	301,203	315,757	289,482	307,881	352,116	304,496
Nacionales	196,563	194,141	132,125	149,342	169,087	193,870	224,809	201,332	215,853	230,408	190,715
Extranjeros	108,740	143,377	156,106	128,113	102,922	107,533	90,948	88,150	92,208	113,708	113,781
Turistas de Noche Nacionales	1,228,164	1,564,494	1,409,904	1,310,924	1,248,152	1,320,171	1,342,426	1,281,492	1,342,581	1,468,352	1,349,276
Nacionales	647,610	650,938	457,804	534,469	621,281	704,046	807,026	717,793	745,727	768,491	685,518
Extranjeros	580,554	915,556	952,100	776,455	624,871	618,125	535,400	543,699	596,954	697,851	683,750
Densidad	1.92	1.94	1.95	1.98	1.99	2.04	2.04	2.05	2.05	2.06	2.00
Mazatlán, Sñ											
Cuartos 1/	6,677	7,190	7,468	7,734	7,935	7,997	7,831	7,882	7,992	6,587	7,526
% de ocupación	51.19	64.34	66.50	53.79	51.91	49.80	47.50	44.27	44.99	42.32	49.66
Llegada de Turistas Nacionales	802,295	816,180	868,640	852,108	878,084	869,059	810,572	829,414	868,349	702,955	831,365
Nacionales	602,455	545,213	583,147	590,285	639,800	604,407	616,623	674,743	674,743	543,649	603,249
Extranjeros	199,840	270,967	285,693	261,821	243,916	229,259	206,165	212,781	211,606	159,306	228,136
Turistas de Noche Nacionales	1,805,161	2,577,352	2,958,931	3,402,336	3,284,327	3,243,298	3,148,916	2,929,887	2,795,525	2,221,343	2,991,351
Nacionales	851,191	1,877,393	1,878,281	2,007,066	1,969,579	2,044,828	2,039,859	1,921,574	1,831,465	1,324,286	1,833,944
Extranjeros	951,191	1,261,598	1,473,445	1,395,270	1,295,748	1,198,460	1,108,957	1,008,313	964,060	897,057	1,157,407
Densidad	2.27	2.12	2.17	2.23	2.21	2.24	2.24	2.28	2.14	2.18	2.21
Puerto Vallarta, Jal											
Cuartos 1/	6,804	6,858	7,035	7,271	6,646	6,646	6,233	6,893	6,855	6,363	6,101
% de ocupación	56.79	68.50	59.65	54.09	50.01	46.90	46.48	49.77	50.30	59.00	54.15
Llegada de Turistas Nacionales	623,933	724,825	508,509	611,708	687,877	785,712	797,636	841,167	897,544	829,409	727,632
Nacionales	328,134	329,021	275,086	321,509	380,805	448,997	495,050	500,404	549,000	467,866	409,390
Extranjeros	295,799	395,804	231,423	290,199	307,072	308,715	302,586	340,763	348,541	361,523	318,243
Turistas de Noche Nacionales	2,756,918	3,431,788	2,935,944	2,812,268	2,932,563	3,069,807	3,129,650	3,377,871	3,214,301	3,571,670	3,123,178
Nacionales	1,077,332	1,076,002	863,295	1,054,873	1,254,187	1,385,640	1,518,496	1,457,618	1,463,871	1,392,206	1,263,452
Extranjeros	1,679,587	2,365,786	1,982,649	1,757,393	1,678,376	1,683,167	1,610,154	1,920,253	1,750,430	2,179,464	1,859,726
Densidad	1.85	2.02	1.96	2.00	2.01	2.03	2.03	2.04	1.98	2.00	2.00
Veracruz, Ver											
Cuartos 1/	4,127	4,186	4,141	4,173	4,269	4,227	4,213	4,250	4,186	5,562	4,333
% de ocupación	42.73	47.60	47.23	51.05	50.81	51.82	49.81	47.43	50.07	44.60	48.32
Llegada de Turistas Nacionales	736,928	793,250	735,761	800,870	829,470	853,934	747,554	737,193	856,152	1,153,096	824,413
Nacionales	718,029	773,582	715,822	781,717	809,859	838,985	730,178	711,289	828,804	1,120,889	802,513
Extranjeros	19,500	19,668	19,959	19,153	19,811	19,849	17,376	29,924	29,348	32,407	21,900
Turistas de Noche Nacionales	1,357,102	1,581,193	1,516,515	1,666,449	1,593,552	1,620,772	1,518,405	1,397,726	1,491,034	1,649,048	1,539,181
Nacionales	1,309,885	1,538,577	1,470,192	1,620,448	1,543,082	1,578,878	1,481,561	1,346,704	1,433,355	1,576,473	1,489,714
Extranjeros	47,217	44,616	46,323	46,001	50,490	41,894	38,844	51,022	57,688	72,575	49,467
Densidad	2.10	2.11	2.15	2.15	2.05	2.01	1.97	1.91	1.95	1.90	2.03

FUENTE: Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Oficinas Estatales de Turismo, Secretaría de Turismo

Cuadro 33
OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1992

Estados	Clase Especial		Gran Turismo		5°		4°		Otros 2/		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	28	3,887	41	15,121	157	35,594	457	49,204	7,805	251,383	8,488	355,189
Guerrero	6	1,705	2	1,131	19	5,930	35	4,568	511	16,312	573	29,646
Jalisco	1	53	6	1,639	17	5,504	40	5,934	621	22,006	685	35,136
Oaxaca	1	91	1	354	1	310	8	817	261	7,150	272	8,722
Quintana Roo	-	-	24	8,405	21	4,462	32	3,907	265	11,519	342	28,293
Sinaloa	-	-	-	-	5	1,597	27	3,472	243	8,775	275	13,844
Veracruz	1	23	-	-	5	761	10	1,018	792	22,118	808	23,920

Cuadro 33
OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1993

Estados	Clase Especial		Gran Turismo		5°		4°		Otros 2/		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	28	3,887	44	15,884	160	35,804	471	50,071	8,050	260,777	8,753	366,423
Guerrero	6	4,705	2	1,131	19	5,930	36	4,616	623	13,648	586	30,032
Jalisco	1	53	7	1,919	17	5,504	40	5,934	644	22,747	709	36,157
Oaxaca	1	91	2	489	1	310	8	817	284	7,731	296	9,438
Quintana Roo	-	-	24	8,405	21	4,462	33	4,079	283	13,393	361	30,339
Sinaloa	-	-	-	-	5	1,597	27	3,472	244	8,799	276	13,868
Veracruz	1	23	-	-	5	761	10	1,018	832	23,619	848	25,421

Cuadro 33
OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1994

Estados	5° 1/		4°		Otros 2/		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	277	59,201	551	55,579	7,916	248,799	8,744	363,579
Guerrero	28	8,426	35	4,227	484	13,938	527	26,591
Jalisco	27	7,027	38	4,834	578	20,295	643	32,156
Oaxaca	8	1,683	12	1,042	427	9,597	447	12,322
Quintana Roo	33	9,632	32	4,628	245	13,905	310	28,165
Sinaloa	5	1,784	23	2,864	233	7,751	261	12,399
Veracruz	10	1,378	13	11,054	943	16,493	966	28,925

Cuadro 33
OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1995

Estados	5° 1/		4°		Otros 2/		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	373	75,118	714	66,462	7,733	228,718	8,820	370,298
Guerrero	30	8,638	46	6,388	408	10,338	484	25,364
Jalisco	38	8,424	49	5,900	561	18,531	646	32,855
Oaxaca	9	1,724	19	1,465	427	9,330	455	12,519
Quintana Roo	66	17,977	41	4,541	244	8,963	351	31,481
Sinaloa	10	2,456	31	3,299	227	6,939	268	12,694
Veracruz	15	2,100	33	2,399	879	23,421	927	27,920

FUENTE: Sistema Nacional de Información Turística, Secretaría de Turismo

1/ Incluye las categorías anteriormente llamadas Gran Turismo y Clase Especial

2/ Incluye 3°, 2°, 1°, sin categoría, villas, apartamentos, casas de huéspedes, posadas, bungalows, cuartos amueblados, campamentos, cabañas, suites y condominios

Cuadro 33.1

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1992 (Porcientos)

Estados	Clase Especial		Gran Turismo		5°		4°		Otros		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	21.43%	43.86%	4.88%	7.48%	12.10%	16.66%	7.66%	9.28%	6.55%	6.49%	6.75%	8.35%
Jalisco	3.57%	1.36%	14.63%	10.84%	10.83%	15.46%	8.75%	12.06%	7.96%	8.75%	8.07%	9.89%
Oaxaca	3.57%	2.34%	2.44%	2.34%	0.64%	0.87%	1.75%	1.66%	3.34%	2.84%	3.20%	2.46%
Quintana Roo	0.00%	0.00%	58.54%	55.58%	13.38%	12.54%	7.00%	7.94%	3.40%	4.58%	4.03%	7.97%
Sinaloa	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.18%	4.48%	5.91%	7.06%	3.11%	3.49%	3.24%	3.90%
Veracruz	3.57%	0.59%	0.00%	0.00%	3.18%	2.14%	2.19%	2.07%	10.15%	8.80%	9.52%	6.73%

Cuadro 33.1

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1993 (Porcientos)

Estados	Clase Especial		Gran Turismo		5°		4°		Otros		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	21.43%	121.04%	4.55%	7.12%	11.88%	16.56%	7.64%	9.22%	6.50%	5.23%	6.69%	8.20%
Jalisco	3.57%	1.36%	15.91%	12.08%	10.63%	15.37%	8.49%	11.85%	8.00%	8.72%	8.10%	9.67%
Oaxaca	3.57%	2.34%	4.55%	3.08%	0.63%	0.87%	1.70%	1.63%	3.53%	2.96%	3.38%	2.58%
Quintana Roo	0.00%	0.00%	54.55%	52.91%	13.13%	12.46%	7.01%	8.15%	3.52%	5.14%	4.12%	8.28%
Sinaloa	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.13%	4.46%	5.73%	6.93%	3.03%	3.37%	3.15%	3.78%
Veracruz	3.57%	0.59%	0.00%	0.00%	3.13%	2.13%	2.12%	2.03%	10.34%	9.06%	9.69%	6.94%

Cuadro 33.1

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1994 (Porcientos) c

Estados	5°		4°		Otros		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	10.11%	14.23%	6.35%	7.61%	5.88%	5.60%	6.03%	7.31%
Jalisco	9.75%	11.87%	6.90%	8.70%	7.30%	8.16%	7.35%	8.84%
Oaxaca	2.89%	2.84%	2.18%	1.87%	5.39%	3.86%	5.11%	3.99%
Quintana Roo	11.91%	18.27%	5.81%	8.33%	3.09%	5.59%	3.55%	7.75%
Sinaloa	1.81%	3.01%	4.17%	5.15%	2.94%	3.12%	2.98%	3.41%
Veracruz	3.61%	2.33%	2.36%	19.89%	11.91%	6.63%	11.05%	7.96%

Cuadro 33.1

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1995 (Porcientos) d

Estados	5°		4°		Otros		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	8.04%	11.50%	6.44%	9.61%	5.28%	4.52%	5.49%	6.65%
Jalisco	9.65%	11.21%	6.86%	8.88%	7.25%	8.10%	7.32%	8.87%
Oaxaca	2.41%	2.30%	2.66%	2.20%	5.52%	4.08%	5.16%	3.38%
Quintana Roo	17.69%	23.83%	5.74%	6.83%	3.16%	3.92%	3.98%	8.50%
Sinaloa	2.68%	3.27%	4.34%	4.96%	2.94%	3.03%	3.04%	3.43%
Veracruz	4.02%	2.80%	4.62%	3.61%	11.37%	10.24%	10.51%	7.54%

FUENTE: Cuadros 33 a, b, c, d.

Cuadro 33.2

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR ESTADO, SEGUN CATEGORIA 1986 (TMCA)

Estados	5°		4°		Otros		Total	
	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.	Estab.	Ctos.
Total	18.18%	11.22%	16.04%	10.54%	-0.31%	-3.10%	1.29%	1.40%
Guerrero	3.57%	-0.49%	9.54%	11.83%	-7.23%	-14.10%	-5.47%	-5.07%
Jalisco	14.47%	5.39%	7.00%	-0.19%	-3.33%	-5.57%	-1.94%	-2.21%
Oaxaca	44.22%	31.68%	33.42%	21.48%	17.83%	9.28%	18.71%	12.80%
Quintana Roo	13.62%	11.79%	8.61%	5.14%	-2.71%	-8.02%	0.67%	3.62%
Sinaloa	25.99%	15.43%	4.71%	-1.69%	-2.24%	-7.53%	-0.86%	-2.85%
Veracruz	35.72%	38.88%	48.88%	33.07%	3.54%	1.93%	4.69%	5.29%

FUENTE: Cuadros 33 a, b, c, d.

Cuadro 34
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS, POR CATEGORIA 1985

	Cuartos 1/	% Ocupación	Llegada de Turistas			Turistas Noche			Estadia			Densidad
			Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	
TOTAL	186,425	51.06	27,385,040	20,690,096	6,687,944	65,431,610	40,715,259	24,716,351	1,97	3,71	1.89	
5 Estrellas	63,281	61.12	7,907,817	4,065,126	3,842,691	27,097,858	11,019,339	16,078,517	3.43	2.71	1.95	
4 Estrellas	42,850	48.92	5,488,396	4,050,202	1,438,196	14,293,307	9,275,535	5,017,772	2.60	2.29	1.89	
Otros	80,294	44.34	13,988,825	12,574,768	1,387,057	24,040,447	20,420,385	3,020,062	1.68	1.63	2.16	
I. Centros de Playa	72,362	55.33	8,444,555	4,923,416	3,521,139	30,638,872	12,842,488	17,846,374	3.63	2.61	2.10	
5 Estrellas	36,838	67.17	4,105,090	1,564,892	2,540,398	18,940,855	5,816,495	13,124,360	4.81	3.72	2.12	
4 Estrellas	10,512	50.14	1,775,029	1,136,094	638,935	6,463,328	3,216,560	3,266,768	3.65	2.83	2.16	
Otros	18,012	35.70	2,564,435	2,221,730	342,676	5,284,669	3,809,443	1,455,246	1.90	1.64	1.95	
1) Integralmente Planeados	28,925	67.94	3,144,973	905,887	2,239,086	15,187,777	3,621,307	11,566,470	4.83	4.00	2.15	
5 Estrellas	19,549	73.27	2,210,730	533,968	1,676,762	11,272,038	2,394,466	8,877,570	5.10	4.48	2.20	
4 Estrellas	5,763	57.91	584,775	184,885	379,790	2,459,780	640,417	1,819,363	4.36	3.46	2.03	
Otros	3,613	46.52	369,468	188,934	182,534	1,455,961	586,424	869,537	3.25	6.49	1.95	
2) Tradicionales de Playa	43,437	47.12	5,299,582	4,017,529	1,282,053	15,501,095	9,221,191	6,279,904	2.92	2.30	2.06	
5 Estrellas	17,290	60.37	1,894,360	1,030,724	863,636	7,668,819	3,422,029	4,246,790	4.05	3.32	2.02	
4 Estrellas	10,749	45.97	1,210,254	952,009	258,245	4,023,548	2,578,143	1,447,405	3.32	2.71	2.25	
Otros	15,398	32.92	2,194,968	2,034,796	160,172	3,808,728	3,223,018	585,709	1.67	1.55	1.25	
II. Grandes Ciudades	56,265	58.68	9,958,824	8,053,202	1,905,622	19,902,309	15,249,700	4,652,609	2.00	1.89	1.74	
5 Estrellas	15,243	58.19	2,312,062	1,381,540	950,255	5,251,265	3,011,648	2,239,617	2.27	2.21	1.66	
4 Estrellas	12,343	54.09	1,644,450	1,210,594	433,853	4,081,352	2,951,025	1,140,327	2.49	2.44	1.74	
Otros	28,679	57.10	6,002,312	5,481,068	521,514	10,569,892	9,287,021	1,272,865	1.93	1.91	1.77	
III. Centros Turs. del Int.	57,796	40.38	8,964,681	7,713,478	1,241,163	14,840,429	12,623,061	2,217,368	1.64	1.64	1.74	
5 Estrellas	11,200	45.27	1,490,665	1,138,894	351,771	2,905,736	2,191,196	714,540	1.95	1.92	1.57	
4 Estrellas	13,995	43.14	2,068,919	1,702,614	366,305	3,718,627	3,107,950	610,677	1.80	1.83	1.66	
Otros	32,603	37.10	5,395,077	4,871,970	523,107	8,216,066	7,323,915	892,151	1.51	1.79	1.84	

FUENTE: Oficinas Estatales de Turismo. Secretaría de Turismo

Cuadro 34.1
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS, POR CATEGORIA 1986

	Cuartos		% Ocupación		Llegada de Turistas			Turistas Noche			
	1/	100.00%	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros
TOTAL		100.00%	51.06	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	33.94%		61.12	28.88%	19.65%	57.63%	41.41%	27.06%	65.05%	20.30%	22.78%
4 Estrellas	22.96%		48.92	20.04%	19.58%	21.57%	21.84%	22.78%	14.65%	50.15%	14.65%
Otros	43.07%		44.34	51.08%	60.78%	20.80%	36.74%	50.15%	72.20%	31.54%	73.54%
I. Centros de Playa	38.82%		55.33	30.84%	23.80%	52.81%	46.80%	45.29%	18.30%	25.05%	18.30%
5 Estrellas	50.81%		67.17	48.61%	31.78%	72.15%	61.72%	20.66%	64.81%	68.12%	76.75%
4 Estrellas	22.82%		50.14	21.02%	23.09%	18.12%	21.13%	16.19%	15.73%	7.52%	7.52%
Otros	26.27%		35.70	30.37%	45.13%	9.73%	17.16%	16.95%	15.73%	15.73%	15.73%
1) Integralmente Planneados	39.97%		67.94	37.24%	18.40%	63.59%	49.49%	28.20%	64.81%	68.12%	76.75%
5 Estrellas	67.59%		73.27	70.29%	58.94%	74.89%	74.22%	68.12%	68.12%	68.12%	76.75%
4 Estrellas	19.92%		57.91	17.98%	20.42%	16.96%	16.20%	17.68%	15.73%	15.73%	15.73%
Otros	12.49%		48.52	11.75%	20.64%	8.15%	9.59%	16.19%	7.52%	7.52%	7.52%
2) Tradicionales de Playa	60.03%		47.12	62.76%	81.60%	36.41%	50.51%	71.80%	35.19%	35.19%	35.19%
5 Estrellas	39.80%		60.37	35.75%	25.66%	67.36%	49.47%	37.11%	67.63%	23.05%	23.05%
4 Estrellas	24.75%		45.97	22.84%	23.70%	20.14%	25.96%	27.94%	34.95%	9.33%	9.33%
Otros	35.45%		32.92	41.42%	50.65%	12.49%	24.57%	34.95%	34.95%	34.95%	34.95%
II. Grandes Ciudades	30.18%		56.68	36.37%	38.92%	28.58%	30.42%	37.45%	18.82%	18.82%	18.82%
5 Estrellas	27.09%		58.19	23.22%	16.91%	49.87%	26.39%	19.75%	48.14%	48.14%	48.14%
4 Estrellas	21.84%		54.09	16.51%	15.03%	22.77%	20.56%	19.35%	24.51%	24.51%	24.51%
Otros	50.97%		57.10	60.27%	68.06%	27.37%	53.06%	60.90%	27.35%	27.35%	27.35%
III. Centros Turs. del Int.	31.00%		40.36	32.70%	37.29%	18.61%	22.68%	31.00%	8.97%	8.97%	8.97%
5 Estrellas	19.38%		45.27	16.65%	14.76%	28.34%	19.58%	17.36%	32.22%	32.22%	32.22%
4 Estrellas	24.21%		43.14	23.10%	22.07%	29.51%	25.06%	24.62%	24.62%	24.62%	24.62%
Otros	56.41%		37.10	60.25%	63.16%	42.15%	55.36%	58.02%	40.23%	40.23%	40.23%

FUENTE: Cuadro 34

Cuadro 35
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS, POR CATEGORIA 1996

	Cuartos 1/	%	Llegada de Turistas			Turistas Noche			Estadia			Densidad
			Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros	
Acapulco, Gro.	15,574	42.71	1,781,763	1,408,368	375,395	5,215,591	3,615,466	1,600,125	2,57	4.26	2.10	
5 Estrellas	5,805	56.95	802,531	538,432	284,499	2,557,598	1,597,676	959,972	3.19	2.87	3.63	
4 Estrellas	4,675	47.67	547,732	467,040	80,692	1,719,576	1,230,085	489,481	3.40	2.63	2.21	
Otros	5,094	19.40	431,100	400,896	30,204	938,417	787,755	150,662	1.89	1.86	3.34	
Bahías de Huasteco, Oax	1,846	50.85	153,452	115,915	37,537	702,877	449,251	253,726	4.58	3.88	2.08	
5 Estrellas	943	57.60	78	62,112	15,399	411,869	300,883	110,986	5.31	4.84	7.21	
4 Estrellas	779	43	55,939	34,412	21,527	248,771	107,523	141,248	4.45	3.12	2.03	
Otros			97,435	19,391	611	42,337	40,845	1,492	1.36	1.50	1.62	
Cancún, Q. Roo	18,891	75.77	2,154,608	488,769	1,665,839	11,275,326	2,206,286	9,069,040	5.23	4.51	5.44	
5 Estrellas	13,015	80.40	1,532,387	280,599	1,241,788	6,474,039	1,459,862	6,964,177	5.50	5.02	5.61	
4 Estrellas	3,132	69.77	351,519	74,107	277,412	1,632,116	298,128	1,333,988	4.64	4.02	2.04	
Otros	2,744	53.99	270,722	124,063	146,659	1,219,171	448,296	770,875	3.60	3.35	3.52	
Cozumel, Q. Roo	3,332	69.69	310,302	66,844	243,458	1,432,264	206,512	1,228,752	4.62	3.09	5.03	
5 Estrellas	2,019	71.24	203,940	21,809	182,131	1,038,583	89,763	948,820	5.09	4.12	5.21	
4 Estrellas	368	44.28	34,289	9,171	25,108	130,064	23,068	107,296	3.80	2.51	4.27	
Otros	945	39.31	72,073	35,664	36,219	263,317	93,661	172,636	3.43	2.81	3.96	
Itepa Zihuatánigo, Gro.	4,097	47.64	352,116	230,408	151,708	1,466,352	768,491	697,861	4.16	3.34	5.73	
5 Estrellas	2,517	54.64	239,837	144,732	95,105	1,038,768	517,823	520,965	4.33	3.58	5.48	
4 Estrellas	1,160	38.93	79,938	59,422	20,516	333,860	187,179	146,681	4.18	3.15	7.15	
Otros	420	29.98	32,341	26,254	36,087	93,704	63,489	30,215	3.07	2.48	4.75	
Mazatlán, Sin	6,587	42.32	702,955	543,649	159,306	2,221,343	1,324,286	897,057	3.16	2.44	5.63	
5 Estrellas	2,062	56.48	195,667	96,479	99,088	939,694	349,039	590,645	4.80	3.62	5.96	
4 Estrellas	2,252	36.22	218,724	173,784	44,940	896,867	448,548	248,319	3.19	2.58	5.53	
Otros	2,273	35.61	288,664	273,386	15,278	594,792	528,699	58,093	2.08	2.00	2.67	
Puerto Vallarta, Jal.	8,363	59.00	829,409	467,886	361,523	3,571,670	1,392,208	2,179,464	4.31	2.88	6.03	
5 Estrellas	5,057	63.68	454,579	207,064	247,518	2,371,027	800,519	1,570,508	5.22	3.87	6.35	
4 Estrellas	1,321	68.58	139,977	70,195	69,782	646,598	189,992	456,606	4.62	2.71	6.54	
Otros	1,985	51.77	234,853	190,627	44,223	554,045	401,695	152,350	2.38	2.12	3.42	
Veracruz, Ver	5,582	44.60	1,153,096	1,120,689	32,407	1,649,048	1,576,473	72,575	1.45	1.41	2.24	
5 Estrellas	1,399	53.54	112,196	97,189	15,007	387,393	345,640	41,753	3.45	33.56	2.78	
4 Estrellas	597	47.32	101,137	93,720	7,417	192,328	176,000	18,328	1.90	1.88	2.20	
Otros	3,566	41.05	939,763	929,760	9,983	1,069,327	1,084,833	14,494	1.13	1.13	1.22	

FUENTE: Oficinas Estatales de Turismo, Secretaría de Turismo

Cuadro 35.1
ACTIVIDAD HOTELERA EN CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS, POR CATEGORIA 1986

	Cuartos		Ocupación %		Llegada de Turistas			Turistas Noche		
	/	%	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros		
									Nacionales	Extranjeros
Acapulco Gro.	100.00%	42.71	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	37.27%	56.96	45.06%	38.28%	70.46%	48.04%	44.19%	59.89%	44.19%	59.89%
4 Estrellas	30.02%	47.87	30.74%	33.21%	21.50%	32.97%	34.02%	30.89%	34.02%	30.89%
Otros	32.71%	19.40	24.20%	29.51%	8.05%	17.99%	21.79%	9.42%	21.79%	9.42%
Bahías de Huastlúco, Oax	100.00%	50.68	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	51.08%	57.80	0.05%	53.58%	41.02%	58.59%	68.97%	43.74%	68.97%	43.74%
4 Estrellas	42.20%	43	36.45%	29.69%	57.35%	36.39%	23.83%	55.67%	23.83%	55.67%
Otros	6.72%	34.55	63.50%	16.73%	1.63%	6.02%	9.09%	0.59%	9.09%	0.59%
Cancún, Q. Roo	100.00%	75.77	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	68.90%	80.40	71.12%	59.46%	74.54%	74.71%	66.17%	76.79%	66.17%	76.79%
4 Estrellas	16.58%	69.77	16.31%	15.16%	16.65%	14.48%	13.51%	14.71%	13.51%	14.71%
Otros	14.53%	53.99	12.56%	25.39%	8.80%	10.81%	20.32%	8.50%	20.32%	8.50%
Cozumel, Q. Roo	100.00%	59.69	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	60.59%	71.24	65.72%	32.83%	74.81%	72.51%	43.47%	77.22%	43.47%	77.22%
4 Estrellas	11.04%	44.28	11.05%	13.72%	10.31%	9.10%	11.17%	8.73%	11.17%	8.73%
Otros	28.36%	39.31	23.23%	53.65%	14.88%	18.36%	45.36%	14.05%	45.36%	14.05%
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	100.00%	47.84	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	61.44%	54.64	68.11%	62.82%	62.69%	70.84%	67.38%	74.65%	67.38%	74.65%
4 Estrellas	28.31%	38.93	22.70%	25.79%	13.52%	22.77%	24.36%	21.02%	24.36%	21.02%
Otros	10.25%	29.98	9.18%	11.39%	23.79%	6.39%	8.26%	4.33%	8.26%	4.33%
Mazatlán, Sin	100.00%	42.32	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	31.30%	56.48	27.82%	17.75%	62.20%	42.30%	26.36%	85.84%	26.36%	85.84%
4 Estrellas	34.19%	38.22	31.11%	31.97%	28.21%	31.37%	33.87%	27.68%	33.87%	27.68%
Otros	34.51%	35.61	41.06%	50.29%	9.59%	26.33%	39.77%	6.48%	39.77%	6.48%
Puerto Vallarta, Jal.	100.00%	59.00	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	60.47%	63.68	54.81%	44.26%	68.47%	66.38%	57.50%	72.06%	57.50%	72.06%
4 Estrellas	15.80%	65.58	16.66%	15.00%	19.30%	18.10%	13.85%	20.95%	13.85%	20.95%
Otros	23.74%	51.77	28.32%	40.74%	12.23%	15.51%	28.65%	6.99%	28.65%	6.99%
Veracruz, Ver	100.00%	44.60	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5 Estrellas	25.15%	53.54	8.73%	8.67%	46.31%	23.48%	21.92%	57.53%	21.92%	57.53%
4 Estrellas	10.73%	47.32	8.77%	8.36%	22.89%	11.66%	11.16%	22.50%	11.16%	22.50%
Otros	64.11%	41.05	81.50%	82.97%	30.81%	64.65%	66.91%	19.97%	66.91%	19.97%

FUENTE: Cuadro 35

Cuadro 36
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 1994

Estado	Restaurantes Según Tipo de Cocina										Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas																			
	Regional		Mexicana		Mariscos		Ital.		Japones.		China		Españ.		Steak House		Argentina y Otros		Bares		Centros Nocturnos		Discotecas de Baile		Salones		Otros		Total	
	Internal	Regional	Mexicana	Mariscos	Ital.	Japones.	China	Españ.	Steak House	Argentina y Otros	Total	Bares	Centros Nocturnos	Discotecas de Baile	Salones	Otros	Total	Otros	Total	Salones	Otros	Total	Otros	Total	Otros	Total	Otros	Total		
Total	3,094	1,812	2,286	1,007	383	88	186	73	207	3,008	12,598	1,912	218	556	121	90	2,905	15,503	556	121	90	2,905	15,503	556	121	90	2,905	15,503		
Guerrero	207	2	127	127	16	4	1	3	-	119	608	102	18	28	9	-	157	765	28	9	-	157	765	28	9	-	157	765		
Jalisco	68	39	115	28	13	8	6	2	10	82	371	40	14	17	-	-	71	442	17	-	-	71	442	17	-	-	71	442		
Oaxaca	104	502	-	51	25	2	3	1	2	200	890	78	1	19	5	-	103	993	19	5	-	103	993	19	5	-	103	993		
Quintana Roo	123	23	77	87	23	1	9	1	15	124	483	68	8	10	5	-	91	574	10	5	-	91	574	10	5	-	91	574		
Sinaloa	78	144	44	10	19	2	10	2	2	58	369	75	20	11	20	2	128	497	11	20	2	128	497	11	20	2	128	497		
Veracruz	383	108	173	132	7	1	7	-	1	718	1,510	210	17	44	-	-	271	1,781	44	-	-	271	1,781	44	-	-	271	1,781		

Cuadro 36
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 1995

Estado	Restaurantes Según Tipo de Cocina										Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas																			
	Regional		Mexicana		Mariscos		Ital.		Japones.		China		Españ.		Steak House		Argentina y Otros		Bares		Centros Nocturnos		Discotecas de Baile		Salones		Otros		Total	
	Internal	Regional	Mexicana	Mariscos	Ital.	Japones.	China	Españ.	Steak House	Argentina y Otros	Total	Bares	Centros Nocturnos	Discotecas de Baile	Salones	Otros	Total	Otros	Total	Salones	Otros	Total	Otros	Total	Otros	Total	Otros	Total		
Total	2,824	1,835	2,974	1,190	408	92	207	85	220	3,252	13,187	2,041	225	629	138	44	3,077	16,264	629	138	44	3,077	16,264	629	138	44	3,077	16,264		
Guerrero	196	4	133	126	18	4	1	3	-	120	605	105	19	29	9	-	162	767	29	9	-	162	767	29	9	-	162	767		
Jalisco	85	50	133	34	15	9	9	5	13	102	455	72	16	23	4	-	115	570	23	4	-	115	570	23	4	-	115	570		
Oaxaca	110	516	-	52	27	2	3	1	2	250	963	82	1	19	5	-	107	1,070	19	5	-	107	1,070	19	5	-	107	1,070		
Quintana Roo	140	21	67	76	28	1	9	-	10	113	465	100	4	10	3	-	117	582	10	3	-	117	582	10	3	-	117	582		
Sinaloa	79	125	45	23	20	2	11	2	2	58	367	78	20	11	21	2	132	49	11	21	2	132	49	11	21	2	132	49		
Veracruz	338	228	231	181	7	2	7	-	7	882	1,681	219	17	48	-	-	284	1,965	48	-	-	284	1,965	48	-	-	284	1,965		

FUENTE: Sistema Nacional de Información Turística, Secretaría de Turismo

Cuadro 36.1
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 1984 (Porcientos)

Estado	Restaurantes Según Tipo de Cocina										Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas											
	Regional		Mexicana		Mariscos		Ital.		Japones.		China		Españ.		Argentina y Steak House		Otros		Salones de Baile		Total	
	Internal	Regional	Mexicana	Mariscos	Ital.	Japones.	China	Españ.	Argentina y Steak House	Otros	Total	Bares	Centros Nocturnos	Discotecas	Otros	Total	Salones de Baile	Otros	Total			
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	6.7%	0.1%	5.6%	12.6%	4.6%	4.5%	0.5%	4.1%	0.0%	4.0%	4.8%	5.3%	8.3%	5.0%	7.4%	0.0%	0.0%	0.0%	5.4%	4.8%	2.8%	2.9%
Jalisco	2.2%	2.2%	5.0%	2.6%	3.3%	9.1%	3.2%	2.7%	4.8%	2.7%	2.9%	2.1%	6.5%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.8%	6.4%	6.4%
Oaxaca	3.4%	27.7%	0.0%	5.1%	6.4%	2.3%	1.4%	1.4%	1.0%	6.7%	7.1%	4.1%	0.5%	3.4%	4.1%	0.0%	0.0%	3.1%	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%
Quintana Ro	4.0%	1.3%	3.4%	8.6%	5.9%	1.1%	4.6%	1.4%	7.2%	4.1%	3.8%	3.6%	3.7%	1.8%	4.1%	0.0%	0.0%	3.1%	3.2%	3.2%	3.2%	3.2%
Sinaloa	2.5%	7.9%	1.9%	1.0%	4.8%	2.3%	5.4%	2.7%	1.0%	1.9%	2.9%	3.9%	9.3%	2.0%	18.5%	2.2%	4.4%	4.4%	4.4%	4.4%	4.4%	4.4%
Veracruz	11.7%	6.0%	7.6%	13.1%	1.8%	1.1%	3.9%	0.0%	0.5%	23.9%	12.0%	11.0%	7.9%	7.9%	0.0%	0.0%	9.3%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%	11.5%

Cuadro 36.1
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 1985

Estado	Restaurantes Según Tipo de Cocina										Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas											
	Regional		Mexicana		Mariscos		Ital.		Japones.		China		Españ.		Argentina y Steak House		Otros		Salones de Baile		Total	
	Internal	Regional	Mexicana	Mariscos	Ital.	Japones.	China	Españ.	Argentina y Steak House	Otros	Total	Bares	Centros Nocturnos	Discotecas	Otros	Total	Salones de Baile	Otros	Total			
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Guerrero	6.9%	0.2%	4.5%	10.6%	4.4%	4.3%	0.5%	3.5%	0.0%	3.7%	4.6%	5.1%	8.4%	4.6%	6.5%	0.0%	0.0%	5.3%	4.7%	3.5%	3.5%	3.5%
Jalisco	3.0%	2.6%	4.5%	2.8%	3.7%	9.8%	4.3%	5.9%	5.9%	3.1%	3.5%	3.5%	7.1%	3.7%	2.9%	0.0%	0.0%	3.7%	3.5%	6.6%	6.6%	6.6%
Oaxaca	3.9%	26.7%	0.0%	4.4%	6.6%	2.2%	1.4%	1.2%	0.9%	7.7%	7.3%	4.0%	0.4%	3.0%	3.6%	0.0%	0.0%	3.5%	3.6%	3.6%	3.6%	3.6%
Quintana Ro	5.0%	1.1%	2.3%	5.4%	6.9%	1.1%	4.3%	0.0%	4.5%	3.5%	3.5%	4.9%	1.8%	1.6%	2.2%	0.0%	0.0%	3.8%	3.6%	3.6%	3.6%	3.6%
Sinaloa	2.8%	6.5%	1.5%	1.9%	4.9%	2.2%	5.3%	2.4%	0.9%	1.8%	2.8%	3.8%	8.9%	1.7%	15.2%	4.5%	4.3%	4.3%	4.3%	4.3%	4.3%	4.3%
Veracruz	12.0%	11.7%	7.8%	15.2%	1.7%	2.2%	3.4%	0.0%	3.2%	21.0%	12.7%	10.7%	7.6%	7.6%	0.0%	0.0%	9.2%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%	12.1%

Cuadro 36.1
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (Tasa de Crecimiento Media Anual)

Estado	Restaurantes Según Tipo de Cocina										Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas											
	Regional		Mexicana		Mariscos		Ital.		Japones.		China		Españ.		Argentina y Steak House		Otros		Salones de Baile		Total	
	Internal	Regional	Mexicana	Mariscos	Ital.	Japones.	China	Españ.	Argentina y Steak House	Otros	Total	Bares	Centros Nocturnos	Discotecas	Otros	Total	Salones de Baile	Otros	Total			
Total	-6.73%	6.78%	30.10%	18.17%	3.82%	4.55%	11.29%	16.44%	6.28%	6.18%	4.68%	6.75%	4.17%	13.13%	14.05%	-51.11%	5.92%	4.91%	4.91%	4.91%	4.91%	4.91%
Guerrero	-5.31%	100.00%	4.72%	-0.79%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.84%	-0.49%	2.94%	5.68%	3.57%	0.00%	0.00%	3.18%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%	0.26%
Jalisco	25.00%	28.21%	15.65%	21.43%	15.36%	12.50%	0.00%	0.00%	30.00%	24.39%	22.64%	80.00%	14.29%	35.29%	0.00%	0.00%	61.97%	28.96%	28.96%	28.96%	28.96%	28.96%
Oaxaca	5.77%	2.79%	-12.98%	1.96%	8.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	8.20%	5.13%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.88%	7.75%	7.75%	7.75%	7.75%	7.75%
Quintana Ro	13.82%	-8.70%	-12.64%	21.74%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	-33.33%	-8.87%	-3.73%	47.06%	-50.00%	0.00%	-40.00%	0.00%	26.57%	1.39%	1.39%	1.39%	1.39%	1.39%
Sinaloa	1.28%	-13.19%	2.27%	130.00%	5.26%	0.00%	10.00%	0.00%	0.00%	0.00%	-0.54%	4.00%	0.00%	0.00%	5.00%	0.00%	3.13%	90.14%	90.14%	90.14%	90.14%	90.14%
Veracruz	-6.89%	109.26%	33.53%	37.12%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	600.00%	-5.01%	11.32%	4.29%	0.00%	9.09%	0.00%	0.00%	4.80%	10.35%	10.35%	10.35%	10.35%	10.35%

FUENTE: Cuadros 36 a. b.

Cuadro 37
OFERTA DE OTROS SERVICIOS TURISTICOS 1986

Estados	Sin Clasificar	Operadoras		Agencias de Viajes		Subagencias	Total	Guías de Arrendadoras de Autos		Centros de Convenciones		Campos de Golf		Total
		Mayoristas	Minoristas	Mayoristas	Minoristas			Turistas	de Autos	Convencciones	9	18	27	
Total	461	562	2,345	276	3,734	1,003	529	34	61	67	1	129		
Guerrero	118	21	39	10	188	348	40	2	2	5	7			
Jalisco	-	49	331	54	434	153	57	1	2	5	7			
Oaxaca	-	24	34	15	73	108	12	-	1	1	2			
Quintana Roo	116	39	57	10	222	-	24	1	1	3	4			
Sinaloa	-	12	83	16	111	76	18	1	3	1	4			
Veracruz	13	9	89	2	113	25	23	-	7		7			

FUENTE: Oficinas Estatales de Turismo

Cuadro 37.1
OFERTA DE OTROS SERVICIOS TURISTICOS 1986

Estados	Sin Clasificar	Operadoras		Agencias de Viajes		Subagencias	Total	Guías de Arrendadoras de Autos		Centros de Convenciones		Campos de Golf		Total
		Mayoristas	Minoristas	Mayoristas	Minoristas			Turistas	de Autos	Convencciones	9	18	27	
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
Guerrero	25.6%	3.7%	1.7%	3.6%	5.0%	34.7%	7.6%	3.3%	7.5%	0.0%	0.0%	5.4%	5.4%	
Jalisco	0.0%	8.7%	14.1%	19.6%	11.8%	15.3%	10.8%	2.9%	3.3%	7.5%	0.0%	5.4%	5.4%	
Oaxaca	0.0%	4.3%	1.4%	5.4%	2.0%	10.8%	2.3%	0.0%	1.6%	1.5%	0.0%	1.6%	1.6%	
Quintana Roo	25.2%	6.9%	2.4%	3.6%	5.9%	0.0%	4.5%	2.9%	1.6%	4.5%	0.0%	3.1%	3.1%	
Sinaloa	0.0%	2.1%	3.5%	5.8%	3.0%	7.6%	3.4%	2.9%	4.9%	1.5%	0.0%	3.1%	3.1%	
Veracruz	2.8%	1.6%	3.8%	0.7%	3.0%	2.5%	4.3%	0.0%	11.5%	0.0%	0.0%	5.4%	5.4%	

FUENTE: Cuadro 37

Cuadro 38
OFERTA DE OTROS SERVICIOS TURISTICOS 1996

Estados	Marinas en Proyecto		Espacios de Atrache		Marinas Secas en Proyecto		Espacios Operando		
	Unidades	Marinas en Proyecto	Proyecto	Construcción	Operando	Unidades	Marinas Secas en Proyecto	Proyecto	Operando
Total	37	5	8,744	250	4,399	3	2	1,815	845
Guerrero	4	1	1,489	-	394	-	2	550	-
Jalisco	2	-	883	-	663	-	-	-	-
Oaxaca	1	2	250	-	70	-	-	20	-
Quintana Roo	9	-	1,010	-	660	1	-	31	31
Sinaloa	2	-	1,600	-	280	-	-	-	-
Venezuz	3	2	n.d.	-	n.d.	n.d.	-	n.d.	n.d.

FUENTE: Oficinas Estatales de Turismo

Cuadro 38.1
OFERTA DE OTROS SERVICIOS TURISTICOS 1996

Estados	Marinas en Proyecto		Espacios de Atrache		Marinas Secas en Proyecto		Espacios Operando		
	Unidades	Marinas en Proyecto	Proyecto	Construcción	Operando	Unidades	Marinas Secas en Proyecto	Proyecto	Operando
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Guerrero	10.81%	20.00%	17.03%	0.00%	8.66%	0.00%	100.00%	34.06%	0.00%
Jalisco	5.41%	0.00%	10.10%	0.00%	15.07%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Oaxaca	2.70%	40.00%	2.86%	0.00%	1.59%	0.00%	0.00%	1.24%	0.00%
Quintana Roo	24.32%	0.00%	11.55%	0.00%	15.00%	33.33%	0.00%	1.92%	3.67%
Sinaloa	5.41%	0.00%	18.30%	0.00%	6.59%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Venezuz	8.11%	40.00%	n.d.	0.00%	n.d.	n.d.	0.00%	n.d.	n.d.

FUENTE: Cuadro 38

Cuadro 38

ENCUESTA DE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS TURISTICOS EN CENTROS SELECCIONADOS (Enero-Diciembre 1993)

Destino	Tarifa Hotelera Promedio 1/				Alimentos 2/				Bebidas 2/				Renta de Autos		Primera Parte	
	Gran Turismo	5*	4*	Desayuno	Carne Asada	Filete Huach	Cerveza	Refresco	Cuba Libre	Tequila Libre	V.W.	Topaz	Taxi (6 kms.)	Derecho de Mesa	Discoteca	
															Recorrido	Derecho
Bahías de Huatulco, Oax. 4/	393.24	491.95	355.64	23.23	32.80	35.22	6.55	4.90	10.78	11.06	187.92	-	14.36	30.08		
Cancún, Q. Roo	563.29	469.54	269.58	25.32	29.30	33.78	7.55	4.87	10.14	10.14	160.18	-	12.38	32.82		
Cozumel, Q. Roo	-	372.63	223.12	29.01	31.73	35.98	7.90	5.74	9.73	9.62	166.63	-	15.00	15.28		
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	505.92	445.41	278.79	30.28	35.08	40.83	6.73	5.83	11.12	12.02	228.53	359.11	10.50	32.05		
Mazatlán, Sln.	-	284.51	183.35	16.40	28.76	31.38	5.78	3.74	8.01	7.65	127.19	-	15.50	31.75		
Puerto Vallarta, Jal.	344.78	297.39	159.45	18.34	29.70	34.41	5.52	3.77	8.10	7.89	185.52	300.02	14.71	33.33		
Veracruz, Ver.	-	308.18	236.16	17.57	34.47	28.86	5.28	3.52	7.92	7.09	137.46	286.07	5.75	17.50		

Cuadro 39

ENCUESTA DE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS TURISTICOS EN CENTROS SELECCIONADOS (Enero-Diciembre 1994)

Destino	Tarifa Hotelera Promedio				Alimentos				Bebidas				Renta de Autos		Segunda Parte	
	Gran Turismo	5*	4*	Desayuno	Carne Asada	Filete Huach	Cerveza	Refresco	Cuba Libre	Tequila Libre	V.W.	Topaz	Taxi (6 kms.)	Derecho de Mesa	Discoteca	
															Recorrido	Derecho
Acapulco, Gro. 3/	-	568.69	230.62	25.7	38.13	37.3	9.35	5.82	12.00	11.92	211.44	370.22	10.00	61.67		
Bahías de Huatulco, Oax. 4/	336.56	429.50	289.05	21.85	35.62	31.10	6.89	4.19	12.00	10.47	187.50	295.00	25.33	30.00		
Cancún, Q. Roo	650.16	528.24	324.85	28.70	35.02	31.00	7.86	5.60	10.17	10.17	187.07	-	15.00	37.43		
Cozumel, Q. Roo	-	485.22	240.19	30.49	34.40	31.03	8.40	6.03	11.40	11.40	164.14	-	18.33	17.50		
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	535.88	487.50	255.06	28.31	37.92	38.65	8.15	5.98	10.85	11.11	207.44	403.76	10.00	31.91		
Mazatlán, Sln.	-	281.21	196.28	16.54	32.04	30.10	5.80	3.79	8.18	8.83	106.16	282.39	15.00	23.33		

Cuadro 39

ENCUESTA DE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS TURISTICOS EN CENTROS SELECCIONADOS (Enero-Diciembre 1995)

Destino	Tarifa Hotelera Promedio				Alimentos				Bebidas				Renta de Autos		Tercera Parte	
	Gran Turismo	5*	4*	Desayuno	Carne Asada	Filete Huach	Cerveza	Refresco	Cuba Libre	Tequila Libre	V.W.	Topaz	Taxi (6 kms.)	Derecho de Mesa	Discoteca	
															Recorrido	Derecho
Acapulco, Gro. 3/	0.00	820.49	304.72	28.65	42.44	40.83	10.28	6.89	14.81	14.89	237.4	295.25	10	59.27		
Mazatlán, Sln.	-	387.34	236.19	19.19	39.44	39.80	7.53	4.71	9.88	10.78	124.19	286.21	n.d.	11.25		
Puerto Vallarta, Jal.	490.87	390.35	261.24	30.75	44.75	41.40	7.51	4.66	11.63	11.63	269.28	412.14	17.86	38.57		

Cuadro 39
ENCUESTA DE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN CENTROS SELECCIONADOS (Junio de 1986)

Destino	Tarifa Hotelera Promedio				Alimentos				Bebidas				Renta de Autos		Recorrido Taxi (6 kms.)	Derecho de Mesa	Conclusión	
	Gran Turismo	5*	4*	3*	Desayuno	Carne Asada	Filete Huach	Cerveza	Refresco	Cuba Libre	Tequila	V.W.	Topaz	Recorrido Taxi (6 kms.)				Derecho de Mesa
	1,172.68	353.68	353.68	35.60	45.00	53.80	13.40	8.60	17.80	17.80	17.80	271.67	385.00	10.00				72.50
Acapulco, Gro. 3/	-	596.32	200.66	53.09	48.75	48.66	12.21	7.70	16.68	16.50	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	42.50			
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	-	668.29	306.91	22.25	46.25	41.50	9.60	6.40	12.50	11.90	214.83	n.d.	n.d.	n.d.	16.33			
Mazatlán, Sln.	-	724.49	349.05	34.25	51.67	45.00	10.40	5.90	13.60	14.00	410.63	700.00	25.00	40.00				
Puerto Vallarta, Jal.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			

n.d. No disponible.

1/ Tarifa en Habitación doble, ponderada por el número de cuartos.

2/ Consumo en restaurantes y Bares dentro de hoteles.

3/ La categoría 5 estrellas agrupa a los establecimientos hoteleros que anteriormente se clasificaban en Gran Turismo y Clase Especial, como parte de las medidas de reclasificación iniciadas en estos destinos.

4/ La Tarifa Hotelera de algunos establecimientos de hospedaje de algunas categorías incluye alimentos.

FUENTE: Sistema Nacional de Información Turística, Secretaría de Turismo.

Cuadro 39.1

ENCUESTA DE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN CENTROS SELECCIONADOS (Tasa de Crecimiento Media Anual)

Destino	Tarifa Hotelera Promedio				Alimentos				Bebidas				Renta de Autos		Recorrido Taxi (6 kms.)	Derecho de Mesa	
	Gran Turismo	5*	4*	3*	Desayuno	Carne Asada	Filete Huach	Cerveza	Refresco	Cuba Libre	Tequila	V.W.	Topaz	Recorrido Taxi (6 kms.)			Derecho de Mesa
	0.00%	43.80%	23.87%	17.70%	8.64%	20.10%	19.71%	21.56%	21.79%	22.20%	13.35%	-2.08%	0.00%	0.00%			8.43%
Acapulco, Gro. 3/	-14.41%	-12.69%	-18.72%	-8.60%	8.60%	-11.70%	5.19%	-15.86%	11.32%	-5.33%	0.00%	-0.22%	0.00%	76.39%	-0.27%		
Bahías de Huatulco, Oax. 4/	15.42%	7.50%	20.50%	13.35%	19.52%	-8.23%	4.11%	14.99%	0.30%	0.30%	16.79%	0.00%	0.00%	21.16%	14.05%		
Cancún, Q. Roo	0.00%	24.65%	7.65%	5.10%	8.41%	-13.71%	6.33%	5.05%	17.16%	18.50%	-1.49%	0.00%	0.00%	22.20%	14.53%		
Cozumel, Q. Roo	-100.00%	10.21%	-10.17%	20.61%	11.59%	6.02%	11.83%	9.41%	14.47%	11.14%	5.50%	0.00%	0.00%	0.00%	9.88%		
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	0.00%	32.93%	18.73%	10.70%	17.16%	9.77%	18.43%	19.61%	15.89%	15.87%	19.09%	0.00%	0.00%	0.00%	-16.73%		
Mazatlán, Sln.	29.53%	34.56%	29.64%	23.15%	20.27%	9.36%	23.51%	16.10%	19.88%	21.07%	34.32%	32.63%	19.34%	6.27%			
Puerto Vallarta, Jal.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Veracruz, Ver.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		

FUENTE: Cuadros 39 primera, segunda, tercera y cuarta parts.

Cuadro 40
CALCULO DEL FINANCIAMIENTO

CONCEPTO	VALORES USD
INVERSION TOTAL	
Inversión fija total	6,205,575.00
Capital de Trabajo	1,295,300.00
Total de la inversión	7,500,875.00
APORTACION DE CAPITAL (100%)	7,500,875.00
Para inversión fija	6,205,575.00
Para capital de trabajo	1,295,300.00
FINANCIAMIENTO	
Crédito reafianzamiento	-
TOTAL DE FINANCIAMIENTO	-

FUENTE: Cálculos realizados en base a porcentajes destinados a cada concepto

Cuadro 41

CALENDARIO DE PAGOS E INTERESES DEL CREDITO

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SALDO DEL CREDITO INICIAL AL FINAL DEL PERIODO										
Reafianzamiento
AMORTIZACION										
Reafianzamiento
INTERESES										
Reafianzamiento 25%

FUENTE: Cálculos propios

ANEXO

Cuadro 42

BALANCE GENERAL, PROYECCION A DIEZ AÑOS (Con préstamo)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVO CIRCULANTE											
Caja	445,875.00	1,249,319.46	2,968,820.03	5,243,491.28	8,063,489.81	10,690,850.65	13,583,780.50	17,011,218.54	20,519,378.46	24,606,959.78	29,094,540.06
Bancos	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00	849,625.00
Inventarios	-	445,875.00	467,958.75	467,958.75	538,152.56	538,152.56	538,152.56	618,875.45	618,875.45	618,875.45	618,875.45
SUBTOTAL	849,625.00	1,295,300.00	1,317,583.75	1,317,583.75	1,387,777.56	1,387,777.56	1,387,777.56	1,468,500.44	1,468,500.44	1,468,500.44	1,468,500.44
TOTAL	1,295,300.00	2,544,619.46	4,286,203.78	6,561,075.03	9,451,277.37	12,078,728.21	14,971,558.08	18,479,718.99	21,987,879.92	26,275,460.22	30,583,040.52
ACTIVO FIJO											
Activo fijo	6,206,575.00	6,205,575.00	5,831,906.00	5,458,237.00	5,084,568.00	4,973,650.50	4,599,881.50	4,221,535.20	3,843,086.90	3,464,642.60	3,086,196.30
Depreciación	-	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	378,446.30	378,446.30	378,446.30	378,446.30
TOTAL	6,206,575.00	5,831,906.00	5,458,237.00	5,084,568.00	4,710,899.00	4,599,881.50	4,221,535.20	3,843,086.90	3,464,642.60	3,086,196.30	2,707,750.00
SUBTOTAL ACTIVO	7,055,200.00	7,127,206.00	6,775,820.75	6,402,151.75	6,098,676.56	5,967,759.06	5,609,312.76	5,311,569.34	4,933,143.04	4,554,696.74	4,176,250.44
TOTAL ACTIVO	7,500,875.00	8,376,525.45	9,744,440.78	11,645,843.03	14,162,176.37	16,678,709.71	19,193,083.26	22,322,807.89	25,452,522.52	29,361,656.52	33,270,790.52
PASIVO CORTO PLAZO											
Proveedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Acreedores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASIVO LARGO PLAZO											
Pasivo largo plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAPITAL CONTABLE											
Capital social	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00	7,500,875.00
Utilidad del ejercicio	-	831,887.93	1,289,519.55	1,806,142.14	2,390,706.67	2,390,706.67	2,388,684.37	2,873,228.80	2,973,228.90	3,713,677.30	3,713,677.30
Ejercicio anterior	-	-	875,650.46	2,243,565.76	4,144,768.03	6,661,301.37	9,177,834.71	11,692,216.26	14,821,832.89	17,951,647.52	21,860,781.52
Reservas sobre utilidades (5%)	-	43,782.52	68,395.77	95,060.11	125,828.67	125,828.67	125,719.18	156,485.73	156,485.73	195,458.70	195,458.70
TOTAL	7,500,875.00	8,376,525.45	9,744,440.78	11,645,843.03	14,162,176.37	16,678,709.71	19,193,083.26	22,322,807.89	25,452,522.52	29,361,656.52	33,270,790.52
SUBTOTAL PASIVO+CAPITAL	7,500,875.00	8,376,525.45	9,744,440.78	11,645,843.03	14,162,176.37	16,678,709.71	19,193,083.26	22,322,807.89	25,452,522.52	29,361,656.52	33,270,790.52
TOTAL PASIVO+CAPITAL	7,500,875.00	8,376,525.45	9,744,440.78	11,645,843.03	14,162,176.37	16,678,709.71	19,193,083.26	22,322,807.89	25,452,522.52	29,361,656.52	33,270,790.52

FUENTE: Cálculos propios

Cuadro 43

ESTADO DE RESULTADOS, PROYECCION A DIEZ AÑOS (Con préstamo)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	-	3,646,408.40	4,740,328.32	5,925,410.40	7,292,812.80	7,292,812.80	7,292,812.80	8,660,215.20	8,660,215.20	10,392,258.24	10,392,258.24
Glos. operativos	-	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00	413,400.00
Glos. de venta	-	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00	434,985.00
Glos. de administración	-	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50	478,462.50
Costo de operación	-	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50
Utilidad operativa	-	2,319,558.90	3,413,480.82	4,598,562.90	5,965,965.30	5,965,965.30	5,965,965.30	7,333,367.70	7,333,367.70	9,065,410.74	9,065,410.74
Gastos Financieros	-	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	373,669.00	378,446.30	378,446.30	378,446.30	378,446.30
Depreciación	-	1,945,689.90	3,039,811.82	4,224,893.90	5,592,296.30	5,592,296.30	5,587,519.00	6,954,921.40	6,954,921.40	8,686,964.44	8,686,964.44
Utilidad bruta	-	875,650.46	1,387,915.32	1,901,202.26	2,516,533.34	2,516,533.34	2,514,383.65	3,129,714.63	3,129,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
ISR (45%)	-	194,588.99	303,981.18	422,489.39	559,229.63	559,229.63	559,751.90	696,492.14	696,492.14	868,696.44	868,696.44
PTU (10%)	-	87,565.04	1,387,915.32	1,901,202.26	2,516,533.34	2,516,533.34	2,514,383.55	3,129,714.63	3,129,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
Utilidad neta	-	43,782.52	68,395.77	96,060.11	125,828.67	125,828.67	125,719.18	156,485.73	156,485.73	195,456.70	195,456.70
Reserva sobre utilidades (5%)	-	831,867.93	1,209,519.55	1,806,142.14	2,390,706.67	2,390,706.67	2,388,664.37	2,973,228.90	2,973,228.90	3,713,677.30	3,713,677.30
Utilidad neta menos reservas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

FUENTE: Cálculos propios

Cuadro 44
FLUJO DE CAJA (Con préstamo)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ingresos	-	3,646,406.40	4,740,328.32	5,925,410.40	7,292,612.80	7,292,612.80	7,292,612.80	7,292,612.80	8,660,215.20	8,660,215.20	10,392,258.24	10,392,258.24
Gastos	6,205,575.00	2,842,761.94	3,021,027.75	3,650,539.14	4,472,804.26	4,665,361.96	4,399,852.95	5,232,777.15	5,152,054.27	6,104,677.94	6,104,677.94	6,104,677.94
Pago de bienes de capital	-	1,772,522.50	1,349,131.25	1,326,847.50	1,397,041.31	1,326,847.50	1,326,847.50	1,407,570.38	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50	1,326,847.50
ISR (45%)	6,205,575.00	-	875,650.46	1,367,915.32	1,801,202.26	2,516,533.34	2,516,533.34	2,514,383.55	3,129,714.63	3,129,714.63	3,909,134.00	3,909,134.00
PTU (10%)	-	194,536.99	303,981.18	422,489.39	559,229.63	559,229.63	559,229.63	558,751.90	695,492.14	695,492.14	868,695.44	868,695.44
Valor de rescate	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCB	(8,205,575.00)	803,644.46	1,719,300.57	2,274,871.26	2,820,008.52	2,827,450.84	2,892,829.85	3,427,036.05	3,509,160.93	4,287,560.30	4,176,220.00	8,463,800.30
Créditos recibidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Largo plazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Disponible inicial	1,295,300.00	2,098,944.45	3,818,245.03	6,093,116.28	8,913,124.81	8,913,124.81	11,540,575.84	14,433,405.50	17,860,843.54	21,369,004.47	25,656,584.77	25,656,584.77
Disponible final	1,295,300.00	2,098,944.45	3,818,245.03	6,093,116.28	8,913,124.81	11,540,575.84	14,433,405.50	17,860,843.54	21,369,004.47	25,656,584.77	-	-
FCI	(7,500,875.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34,120,365.07

FUENTE: Cálculos propios

Cuadro 45

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Capital propio) VAN POSITIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR		FLUJO	
			ACTUALIZACION	DESCONTADO		
INICIAL	0	(6,205,575.00)		1.0000	(6,205,575.00)	
1999	1	803,644.46		0.7692	618,188.04	
2000	2	1,719,300.57		0.5917	1,017,337.62	
2001	3	2,274,871.26		0.4552	1,035,444.36	
2002	4	2,820,008.52		0.3501	987,363.37	
2003	5	2,627,450.84		0.2693	707,648.90	
2004	6	2,892,829.85		0.2072	599,325.53	
2005	7	3,427,438.05		0.1594	546,218.18	
2006	8	3,508,160.93		0.1226	430,063.60	
2007	9	4,287,580.30		0.0943	404,317.09	
2008	10	8,463,800.30		0.0725	613,948.42	Sumatoria de beneficios
				VAN 1	754,280.10	6,959,855.10

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.12

Cuadro 45.1

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Capital propio) VAN NEGATIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR		FLUJO	
			ACTUALIZACION	DESCONTADO		
INICIAL	0	(6,205,575.00)		1.0000	(6,205,575.00)	
1999	1	803,644.46		0.7407	595,292.19	
2000	2	1,719,300.57		0.5487	943,374.80	
2001	3	2,274,871.26		0.4064	924,603.47	
2002	4	2,820,008.52		0.3011	849,014.97	
2003	5	2,627,450.84		0.2230	585,957.01	
2004	6	2,892,829.85		0.1652	477,881.57	
2005	7	3,427,438.05		0.1224	419,404.64	
2006	8	3,508,160.93		0.0906	317,987.00	
2007	9	4,287,580.30		0.0671	287,877.92	
2008	10	8,463,800.30		0.0497	420,947.29	Sumatoria de beneficios
				VAN 2	(383,234.15)	5,822,340.85

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 0.94

Cuadro 46

ANEXO

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Capital propio) VAN POSITIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZACION 16.00%	FLUJO DESCONTADO
INICIAL	0	(7,500,875.00)	1.0000	(7,500,875.00)
1999	1	-	0.8696	-
2000	2	-	0.7561	-
2001	3	-	0.6575	-
2002	4	-	0.5718	-
2003	5	-	0.4972	-
2004	6	-	0.4323	-
2005	7	-	0.3759	-
2006	8	-	0.3269	-
2007	9	-	0.2843	-
2008	10	34,120,385.07	0.2472	8,434,037.36
			VAN 1	933,162.36

Sumatoria de beneficios
8,434,037.36

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.12

Cuadro 46.1

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Capital propio) VAN NEGATIVO

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZACION 20.00%	FLUJO DESCONTADO
INICIAL	0	(7,500,875.00)	1.0000	(7,500,875.00)
1999	1	-	0.8333	-
2000	2	-	0.6944	-
2001	3	-	0.5787	-
2002	4	-	0.4823	-
2003	5	-	0.4019	-
2004	6	-	0.3349	-
2005	7	-	0.2791	-
2006	8	-	0.2326	-
2007	9	-	0.1938	-
2008	10	34,120,385.07	0.1615	5,510,632.68
			VAN 2	(1,990,242.32)

Sumatoria de beneficios
5,510,632.68

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 0.73

Cuadro 47

ANEXO

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (Capital propio) TIR

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZ. (TIR)	FLUJO
			33.15815%	DESCONTADO
INICIAL	0	(6,205,575.00)	1.0000	(6,205,575.00)
1999	1	803,644.46	0.7510	603,526.30
2000	2	1,719,300.57	0.5640	969,652.89
2001	3	2,274,871.26	0.4235	963,504.07
2002	4	2,820,008.52	0.3181	896,973.05
2003	5	2,627,450.84	0.2389	627,618.62
2004	6	2,892,829.85	0.1794	518,939.05
2005	7	3,427,438.05	0.1347	461,737.69
2006	8	3,508,160.93	0.1012	354,925.71
2007	9	4,287,580.30	0.0760	325,763.53
2008	10	8,463,800.30	0.0571	482,834.07
			VAN 3	(0.02)

Sumatoria de
beneficios
6,205,574.98

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.00

Cuadro 47.1

FLUJO NETO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA (Capital propio) TIR

AÑO	PERIODO	FNE	FACTOR	
			ACTUALIZ. (TIR)	FLUJO
			18.36%	DESCONTADO
INICIAL	0	(7,500,875.00)	1.0000	(7,500,875.00)
1999	1	-	0.8594	-
2000	2	-	0.7386	-
2001	3	-	0.6348	-
2002	4	-	0.5456	-
2003	5	-	0.4689	-
2004	6	-	0.4030	-
2005	7	-	0.3453	-
2006	8	-	0.2976	-
2007	9	-	0.2558	-
2008	10	34,120,385.07	0.2188	7,500,874.70
			VAN 3	(0.30)

Sumatoria de
beneficios
7,500,874.70

FUENTE: Cálculos propios

B/C = 1.00

Cuadro 48

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

(Capital propio)

PERIODO	FNE	FA
0	(6,205,575.00)	(6,205,575.00)
1	803,644.46	(5,401,930.54)
2	1,719,300.57	(3,682,629.97)
3	2,274,871.26	(1,407,758.72)
4	2,820,006.52	1,412,249.81
5	2,827,450.84	4,039,700.65
6	2,892,829.85	6,932,530.50
7	3,427,438.05	10,359,968.54
8	3,508,160.93	13,868,129.48
9	4,287,580.30	18,155,709.78
10	8,463,800.30	26,619,510.08

FUENTE: Cálculos propios

N= 4

FA = (1,407,758.72)

FN = 2,274,871.26

PRI = 3.61

3 años, 7 meses; es el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial total

Cuadro 49

PUNTO DE EQUILIBRIO (Capital propio)

AÑO	Saldos y Gastos		Gastos FIJOS		COSTOS VARIABLES				PUNTO DE EQUILIBRIO		CLIENTES
	Salarios	Financieros	Total	Gastos Generales	Gastos de Vendas	Total	Ingresos por ventas	1-(C/V)/V	USD	TIEMPO	
1	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	3,646,406.40	0.942	890,088.81	meses 28 dias	113,751
2	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	4,746,328.32	0.878	853,022.68	2 meses 5 dias	83,857
3	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	5,825,410.40	0.902	829,080.78	1 mes 20 dias	65,273
4	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	7,292,812.80	0.921	813,500.04	1 mes 10 dias	51,981
5	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	7,292,812.80	0.921	813,500.04	1 mes 10 dias	51,981
6	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	8,660,215.20	0.933	802,595.81	1 mes 3 dias	43,187
7	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	8,660,215.20	0.933	802,595.81	1 mes 3 dias	43,187
8	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	10,392,258.24	0.944	793,145.67	27 dias	35,566
9	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	10,392,258.24	0.944	793,145.67	27 dias	35,566
10	749,047.50	-	749,047.50	339,300.00	238,500.00	577,800.00	10,392,258.24	0.944	793,145.67	27 dias	35,566

FUENTE: Cálculos propios

BIBLIOGRAFIA

Baca Urbina, Gabriel

Evaluación de proyectos: análisis y administración del riesgo.
México, 1990, MacGraw Hill.

Banamex

Indicadores turísticos, noviembre de 1990.
México, 1990.

Banco Interamericano de Desarrollo

Proyectos de desarrollo; planificación, implementación y control.
México, 1981, Limusa.

Brojt, David

Como mejorar la rentabilidad empresarial y ganar competitividad.
Buenos Aires, Argentina, 1992, Macchi.

Cámara Trejo, María de los Angeles

Proyecto de preinversión caso: Hotel gran turismo en Cancún.
México, 1989, Facultad de Economía.

Centre for Tourism Studies

The Status Report on Global Casino Issues.
Toronto, Canadá, Agosto 1996, Universidad Ryerson.

Dahda Faour, Jorge A.

La publicidad, su fuerza sicosocioeconómica y la actividad turística.
México, 1984, Universidad Hispanoamericana.

Department of Internal Affairs

Gaming, Racing and Censorship Policy Section.
Nueva Zelanda, 1997.

Escamilla Velasco, Patricia

Análisis de proyectos de inversión en la industria hotelera.
México, 1980, ESDAI.

García Pérez, Felipe

Desarrollo de la oferta y fomento de la demanda por servicios turísticos 1982-1992 y perspectivas 1989-1994.
México, 1989, Instituto Politécnico Nacional.

BIBLIOGRAFIA

García Segura, Jorge

Efectos socio-económicos de la actividad turística en el puerto de Acapulco.
México, 1985, Universidad de Acapulco.

Giacoman Abarao, María Emilia

Organización y desarrollo de un hotel de lujo.
México, 1973, Universidad Autónoma de Guadalajara.

Hernández Barba, Roman

El turismo, la hotelería y sus fuentes de financiamiento.
México, 1978, UNAM.

Hernández Díaz, Edgar

Lineamientos para la formulación y evaluación de proyectos turísticos.
México, 1982, Facultad de Economía.

Hernández Díaz, Edgar

Proyectos turísticos: formulación y evaluación.
México, 1983, Trillas.

Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas, IMIT

Turismo y hotelería, historia, sistema azteca de hoteles.
México.

León Treviño, Santiago de J.

Aproximación a una metodología para la evaluación de proyectos en el sector turístico.
México, 1973, Facultad de Economía.

Lucas de Palacios

Ventas y mesones de la Nueva España.
México, 1944, Ed. Bolívar.

Mac Donald Escobedo, Eugenio

Evolución de la hotelería mexicana de 1519 a nuestros días.
México, 1964, IMIT.

Organización Mundial de Turismo, OMT

Compendio de estadísticas de turismo.
Madrid, 1987.

Pannell Kerr, Foster

Tendencias en la hotelería mexicana.
México, 1992.

BIBLIOGRAFIA

Rojas, Betsy

Apuntes de tecnología de hospedaje I.

México, 1988, Escuela Panamericana de Hotelería.

Sapag Chain, Nassir

Criterios de evaluación de proyectos.

México, 1993, MacGraw Hill.

Sectur

Ley Federal de Turismo.

México, Porrúa. 1997

Sectur

Modelo de turismo, Banamex.

México, 1986, Cestur

Seminario

Situación actual del mercado norteamericano hacia México.

México, 1993, Cestur.

The Evans Group

A Study of the Economic Impact of the Gaming Industry Through 2005.

Estados Unidos, Septiembre de 1996.

Undurraga Correa, Joaquín

Formulación y evaluación de proyectos.

Universidad Simón Bolívar, 1982, Caracas, Venezuela.

University of Nevada, Las Vegas, Hospitality Reserach and Development Center

1997 Las Vegas Casino/Hotel Wage Survey Participants.

UNLV, Las Vegas, USA., 1997.

Zetina Gutierrez, Andres

Un análisis de la demanda externa en México.

México, 1989, UNITEC