

24.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

"Proyecto de Preinversión para la Construcción y Operación de un Hotel Cinco Estrellas en Cancún, Quintana Roo"

T E S I S
Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN ECONOMIA
p r e s e n t a

MIGUEL ANGEL BAEZA VAZQUEZ



Director de Tesis: Ing. Javier Ruiz López

México, D. F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

265785



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

...QUISIERA COMENZAR RECORDANDO A MIS HERMANOS ANTONIO Y JOAQUÍN (Q.E.P.D.), NO SABEN COMO LOS EXTRAÑO...!

ALEJANDRA, MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO Y LA CONFIANZA QUE ME OTORGASTE PARA INICIAR Y CONCLUIR ESTE TRABAJO. A MIS HIJOS, MARCELA , "PRINCE" Y DANIEL.. YO NUNCA TUVE UN VERDADERO AMIGO... ! HASTA QUE NACIÓ EL DANIELÍN!

A MIS PADRES Y A MIS HERMANOS, CON MUCHO CARIÑO Y MUCHO ORGULLO COMPARTO ESTE LOGRO COMO SI FUERAMOS UNO MISMO.

... TAMPOCO LOS OLVIDO "BRAED", "JAMES", "KUKLY" Y POR SUPUESTO "LA LOCA".

ESTA HOJA CASI VACIA EXPRESA
SIMBÓLICAMENTE
EL INFINITO AGRADECIMIENTO A MI
DIRECTOR DE TESIS
ING. JAVIER RUÍZ LÓPEZ, POR SER
UNA PERSONA QUE
SIEMPRE TIENE LA MANO AMIGA
EXTENDIDA PARA QUIEN
LO NECESITA. ¡GRACIAS PROFESOR!

I N D I C E

JUSTIFICACIÓN	01
OBJETIVOS	02
GENERAL	
PARTICULARES	
CONCLUSIONES	03
PRESENTACIÓN	08
CAPÍTULO Y ESTUDIO DE MERCADO	
1.1. LUGAR DONDE CONVERGEN LA OFERTA Y LA DEMANDA	11
1.2. PERFIL GENERAL DE LOS TURISTAS	16
1.3. AFLUENCIA DE VISITANTES HACIA MÉXICO	19
1.4. AFLUENCIA DE TURISTAS HACIA CANCÚN	23
1.5. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	29
1.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	32
1.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA	35
1.8. INVENTARIO DE HOTELES LOCALES SIMILARES	39
1.9 CENTROS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS	41
1.10. BALANCE OFERTA-DEMANDA	44
1.11. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	46
1.12. PRECIOS Y TARIFAS	49
CAPÍTULO II. MACROLOCALIZACIÓN.	50
2.1. MICROLOCALIZACIÓN	52
2.2. DEMOGRAFÍA DEL MUNICIPIO DE BENITO JUÁREZ	56
CAPÍTULO III. ESTUDIO TÉCNICO.	
3.1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	57
3.1.2. DIMENSIONES	63
3.1.3. ÁREAS PÚBLICAS	64
3.1.4. ÁREAS ADMINISTRATIVAS	65
3.1.5. ÁREA DE CONCESIONES.	65
3.1.6. ÁREA DE SERVICIOS	66
3.1.7. ÁREAS RECREATIVAS	67

CAPÍTULO IV. DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS.	68
CAPÍTULO V. REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL.	68
5.1. INSUMOS Y SERVICIOS	68
5.2. MANO DE OBRA Y SUOERVISIÓN	68
CAPÍTULO VI PRESUPUESTO DE INVERSIONES.	
6.1. TERRENO	69
6.2. COSTO DE LA OBRA CIVIL	69
6.3. EQUIPO	69
6.4. MOBILIARIO	69
6.5. LENCERIA Y CRISTALERIA	70
6.6. DIFERIDOS	70
6.7. CAPITAL DE TRABAJO	70
CAPÍTULO VII. ESTUDIO FINANCIERO	71
-ESTRUCTURA DEL CAPITAL	
-DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	
-AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO REFACCIONARIO Y DE AVÍO	
-INGRESO ANUAL POR HOSPEDAJE	
-INGRESO ANUAL TOTAL	
-PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	
7.1. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	71
7.2. PUNTO DE EQUILIBRIO	75
7.3. CURVA DE APRENDIZAJE	80
CAPÍTULO VIII. EVALUACIÓN FINANCIERA.	83
8.1. VALOR ACTUAL NETO	83
8.2. TASA INTERNA DE RETORNO	86
8.3. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	88
BIBLIOGRAFIA	89

JUSTIFICACIÓN.

La realización de este trabajo de investigación se llevó a cabo en base a un deseo personal por obtener el título de Licenciado en Economía. Al haber cubierto el 100% del total de créditos requeridos para dar por terminada la licenciatura, a la vez de haber abandonado por completo mis estudios, me siento comprometido con mi familia y mi hijo a dar el último paso para realizar una actividad a nivel profesional.

La elección del tema se basó en la perspectiva de la rentabilidad y los beneficios socioeconómicos que conlleva para una comunidad la inversión económica que ahí se realiza. Cancún ha sido el Centro Integralmente Planeado más dinámico en los últimos años y esta situación la comprobé a lo largo de mi estancia en dicho lugar.

objetivos.

objetivo general.

El objetivo General es comprobar mediante una evaluación económica la viabilidad de la instalación y puesta en marcha de un hotel categoría cinco estrellas en la zona hotelera de Cancún, en el Estado de Quintana Roo.

Objetivos Particulares.

Al ser viable el Proyecto y posteriormente la puesta en marcha se impactará positivamente en los siguientes aspectos:

- a) La creación de fuentes de empleos, directos e indirectos, eventuales y permanentes en el Municipio de Benito Juárez.
- b) Se evitará la emigración de habitantes de la población en posición de desarrollar una actividad productiva, con lo cual se logra consolidar el núcleo familiar.
- c) Se logra incrementar la captación de divisas y por ende, incrementar la participación del País en el turismo mundial.
- d) Se continúa con la modernización y ampliación del servicio, evitando con ello el riesgo de que los flujos de viajeros internacionales pongan su atención hacia otros destinos turísticos, sobre todo los que se encuentran ubicados en la región del Caribe.

CONCLUSIONES.

El Estudio de Mercado y la evaluación económico financiera de este proyecto de preinversión, nos han revelado aspectos importantes del comportamiento de este mercado, inmerso desde hace mucho tiempo en la globalización mundial. Las conclusiones a que se llegaron fueron las siguientes:

1.- El turismo nace como una necesidad del hombre por dar paso al ocio y al descanso, pretendiendo ser tratado con especial atención aún cuando en su lugar de origen haya estado o no acostumbrado a este servicio. Para 1997 la derrama económica a nivel mundial por este concepto fue de 450 mil millones de dólares. Para que el turismo se de como tal se requiere que la persona que lo solicite devenga un ingreso económico y que dicho ingreso no sea obtenido en su lugar de descanso.

2.- El país con mayor captación de derrama económica, debido a su gran infraestructura turística y a las grandes cantidades de capital destinados a su promoción y difusión, es Estados Unidos (con un 36% del total mundial), y que el continente más visitado es el Europeo (58% de la corriente internacional para 1995).

3.- México ocupó en 1997, el noveno lugar a nivel mundial. Para América del Norte ocupó el lugar número 3; mientras que para América Latina ocupó el lugar número uno.

4.- En México, los centros turísticos se dividen en 5 grandes grupos clasificados de acuerdo a sus características y que, de éstos, son los centros turísticos Integralmente Planeados los que mayor desarrollo han tenido en los últimos años.

5.- Los centros turísticos integralmente planeados son por lo general para gente de altos ingresos económicos, por las características y servicios con los que se cuentan, y son visitados arriba de un 80% por turistas extranjeros. Debido al alto poder adquisitivo de los flujos de turistas, los hoteles más demandados son los categoría Gran Turismo y 5 estrellas.

6.- El centro turístico englobado dentro del grupo anterior con más presencia y desarrollo en los últimos 20 años es Cancún, en el Estado de Quintana Roo. Es precisamente en este lugar y más específicamente en la zona hotelera del Municipio de Benito Juárez, en donde se pretende la instalación del hotel 5 estrellas, ya que dicho lugar cuenta con excelentes playas caribeñas y esta inmerso en una extensa biodiversidad de flora y fauna, además de que no se puede dejar de mencionar la enorme riqueza arqueológica prehispánica de una de las culturas antiguas más importantes e influyentes como lo fue la Maya. Hay que mencionar que estas características son sólo algunas de las más importantes motivaciones para alentar a los flujos de turistas para visitar un lugar.

7.- La mayor afluencia extranjera hacia este destino turístico es la norteamericana, ya que su alto ingreso, las ventajas en el tipo de cambio y la forma en que se desplazan desde su lugar de origen, facilitan la llegada de esta corriente internacional. Los Estados norteamericanos con más participación de flujos son Denver, Washington, Dallas, Chicago, Los Angeles, Florida, entre otros.

8.- Debido a las características mencionadas en el punto anterior la estacionalidad de la demanda es más prolongada y por ende, los hoteles más demandados son los de más alta categoría y confort, como lo son los Gran Turismo y los Categoría 5 estrellas. Actualmente existe una oferta hotelera de 19 998 cuartos en total en Cancún, de los cuales el 65.8% pertenecen a estas categorías.

Los Gobiernos Estatal y Federal preveen un crecimiento para los próximos años de la oferta hotelera, hasta llegar a lo 25 mil cuartos, lo cual significa un crecimiento del 6.2% de la ya existente. También se espera que éste crecimiento se dé en las categorías Gran Turismo y 5 estrellas.

9.- La proyección de la demanda nos indica un crecimiento anual del 7.6% sostenido en la demanda por habitaciones, lo cual nos indica que de no crecer la oferta se perderan los flujos de turistas, sobre todo los internacionales, ya que casi a la misma distancia se encuentran otros centros turísticos en el Caribe, especializados en la prestación de este servicio.

10.- La comercialización no ha sido la más adecuada ya que se deja de lado al turista nacional y se abastece de un sólo mercado que es el norteamericano. Este hecho por sí mismo demuestra la fragilidad que en un momento dado pueda tener la manutención y el desarrollo de este servicio ya que una crisis o cualquier fenómeno económico y social que suceda en este país afectará de manera significativa la llegada de esta corriente turística como sucedió en 1988 con la aparición del Huracán "Gilberto".

También, el papel que juegan los medios de información masiva, locales, es de suma importancia, ya que en ocasiones se presenta a México como una zona de desastre, pretendiendo con ello evitar la salida del turista local beneficiando con ello a los centros turísticos internos.

Otro aspecto importante de mencionar es el significado y las consecuencias que atrean situaciones tan lamentables como lo sucedido en Chiápas o la inseguridad que se vive en las grandes ciudades, ya que de esta forma no se puede cuestionar la moralidad de las agencias informativas con respecto a informaciones, a nivel mundial, de este tipo.

11.- Los precios y tarifas a pesar de ser muy altos (y de que en Cancún el 66.6% de todo el año es temporada alta), las agencias de viaje juegan un papel muy importante al ofrecer al turista nacional, paquetes de viaje económicos con todo incluido (VTP). Además de que también los bancos han ofrecido programas de viaje con pagos diferidos, con lo cual hacen accesible el traslado y la estancia.

12.- Al ser viable este proyecto, se prevé de empleo temporal a casi 1200 personas, en su mayoría nativos de el Municipio. Una vez terminado el proyecto, los empleos permanentes llegarán a casi 185, sin contar con otros empleos generados por la reacción económica que se provoca con este hecho.

Se protege de esta manera el núcleo familiar al evitarse la emigración de la población, sobre todo la de jóvenes, ya que en este Municipio de cada 10 personas que trabajan, 7 de ellas se emplean en una actividad referente al turismo.

13.- Al incrementar su participación en el mercado mundial, se espera que México suba su captación de flujo externos, creciendo para el año 2000 entre un 3.3% hasta un 3.9%.

14.- En el estudio técnico se pretende construir en un terreno de poco más de un hectárea y dar las mismas características al hotel de los ya existentes en esta zona hotelera. Al respecto diremos que de antemano la instalación ya es viable al ofrecer el FONATUR, predios en dicha zona, frente a la Punta Nichupté y que son exprofeso para esta actividad económica.

15.- Para fines puramente académicos, dividimos la inversión total en un 80% con recursos propios y un 20% con préstamos externos, todo ello con el fin de no castigar el ejercicio con gastos financieros, con lo cual se puede ver afectado el proyecto hasta el grado de llegar a ser inviable. Debido a esta decisión se obtuvo un balance positivo al generar suficientes recursos para la aceptación de esta evaluación financiera. Dicha información nos hizo producir sistemática y estructuradamente información cuantitativa de las operaciones realizadas y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que en un momento dado la pudieran afectar. La información contable obtenida tiene, además, impuesta en su función, per se, la toma de decisiones.

Así tenemos que se obtuvo un Valor Neto a una tasa del 19%, superior a cero con lo cual se nos indica que el proyecto es viable. No obstante, con una tasa del 70%, el saldo es negativo, con lo cual el proyecto se rechaza. El VAN nos indica el ingreso neto que obtendrá la empresa a valores actualizados. Las tasa de interés arriba mencionadas se calcularon en base al costo oportunidad del capital.

Para el caso de la Tasa Interna de Retorno (TIR), la cual nos va a indicar los rendimientos de los fondos invertidos, se obtuvo un 68% de ganancias de capital no amortizado. Para el punto de equilibrio, se obtuvo una cantidad de 18 520 144 dólares, con lo cual ha partir de que el hotel genere estos ingresos se cubre con ellos los costos, fijos y variables. Para la evaluación de la rentabilidad contable se obtuvo un resultado de .9% por cada peso invertido para todo el período. Finalmente, el período de recuperación de la inversión se calculó en 1 año y tres meses, con lo cual queda comprobada la viabilidad económico-social del proyecto.

PRESENTACIÓN.

Con el desarrollo de los medios de transporte a principios del siglo XIX, y con el aumento de la Demanda Efectiva y por ende, del ingreso de la población de los países desarrollados, primeramente, surge la posibilidad de viajar y disfrutar únicamente del descanso y del ocio, ya sea en lugares apropiados en su País de origen, o en otros lugares del extranjero, en donde el servicio y la infraestructura propia para este servicio era incipiente.

Si bien es cierto que antiguamente las civilizaciones que dominaban el "Mundo" se desplazaban de un lugar a otro, también es cierto que la mayoría de las veces era con el propósito de conquistar y agrandar sus dominios. Se sabe que sólo los Zares y Emperadores, sobre todo los Romanos, gozaban de el placer, la atención, el descanso y el ocio en lugares lejanos de su origen. Pudo darse de esta manera el principio de lo que hoy en día conocemos como "turismo".

Hoy en día, conocemos como "turista" a aquella persona que, devengando un ingreso y teniendo el tiempo disponible necesario, visite un lugar que sea de interés para su persona, y que en base a su ingreso obtenido en su lugar de origen, lo emplee para obtener satisfactores como el descanso y el ocio. En contraparte, encontramos como definición de "destino turístico" a aquél lugar que cuenta con la infraestructura adecuada para recibir a los flujos de turistas nacionales y extranjeros, que van en busca de lugares de su interés personal, la mayoría de las veces tangibles.

Habremos de destacar que los flujos de turistas se desplazan en base a lugares que conocen, es decir, de aquellos en los que la difusión se ha hecho externa y por lo tanto despiertan un especial interés en las personas. La comercialización se hace indispensable para dar cabida a este fenómeno económico.

A partir de que este fenómeno económico se da, muchas economías, sobre todo las que cuentan con bellezas y recursos naturales, se especializan en la prestación de este servicio y basan su política económica en el Sector Servicios. Para el año de 1997, la derrama a nivel Mundial que dejan los flujos de turistas es de 450 mil millones de dólares y ante este contexto, México está en condiciones de aumentar el turismo receptivo.

Se ha estimado que para el año 2000 el volúmen de turistas mundiales se encontrará en el rango de 595 a 621 millones de personas, lo que representa tasas de crecimiento del 3.4% y 3.9% respectivamente. En el cuadro número uno se presentan los escenarios de crecimiento en base a una estimación que realizó la Organización Mundial del Turismo. Una regla importante que es preciso señalar y que mantendremos por todo lo largo de este Estudio de Preinversión es el hecho de que a partir de este momento las cifras que manejaremos serán en miles de dólares, evitando así el efecto de la devaluación, por lo que nuestras cifras se pudieran alterar en el período comprendido entre el inicio y el final del mismo.

CUADRO NÚM 1
 ESCENARIO DE CRECIMIENTO DEL TURISMO MUNDIAL
 (MILLONES DE PERSONAS)

AÑO	ESCENARIO BAJO		ESCENARIO ALTO	
	TURISMO MUNDIAL	T. M. C.A.*	TURISMO MIUNDIAL	T.M.C.A*.
1991	428.00		431.00	
1992	447.00		450.00	
1993	463.00		470.00	
1994	481.00	3.3%	490.00	3.7%
1995	499.00		511.00	
1996	518.00		532.00	
1997	536.00		554.00	
1998	556.00		576.00	
1999	575.00		598.00	
2000	595.00	3.6%	621.00	4.0%
2010	815.00	3.2%	879.00	3.5%

Fuente: Organización Mundial del Turismo.

* Tasa Media de Crecimiento Anual.

Bajo estos supuestos y de acuerdo a las perspectivas de la actividad turística en México, el País se encuentra en posición de incrementar su participación en el mercado norteamericano hacia el que esta dirigida, fundamentalmente, la estrategia comercial, por ser éste el de mayor ingreso y de mayor estadía en los centros vacacionales. De lograr mayor captación en el turismo receptivo se aumentará la participación de nuestro País en el turismo Mundial, pasando del 1.6% en 1996 al 4.1% en el año 2000.

En el estudio de mercado se pretende determinar bajo qué condiciones se podría efectuar la venta del servicio que se propone ofrecer así como la estimación prevista del mismo y los factores que en un momento dado podrían modificar la estructura comercial del servicio. Los resultados finales de este estudio de mercado permitirán fijar con cierto grado de aproximación la capacidad máxima y mínima con la que en un momento dado pueda permitirle seguir operando al hotel, así como las necesidades de futuras ampliaciones, además de hacer referencia a un factor que frecuentemente influye de manera significativa en un proyecto como lo es la ubicación del mismo.

La proyección de la demanda probable resulta fundamental para el servicio ya que es uno de los primeros factores asociados a la viabilidad del mismo. Los resultados finales deberán ser producto de proyecciones y datos lo más realistas y confiables, de tal manera que hagan posible que el inversionista esté dispuesto a apoyar el proyecto y de que los técnicos encargados de elaborar el proceso de construcción y operación, establezcan los métodos más apropiados para garantizar la buena operación y maximización de los recursos. De no ser así se estaría conduciendo a una cuantificación errónea y a una estimación inadecuada del volumen del servicio que se pretende dar, lo que daría como resultado el fracaso económico del proyecto una vez puesto en funcionamiento.

1.1. LUGAR DONDE CONVERGEN LA OFERTA Y LA DEMANDA.

Con el desarrollo de los medios de transporte como el terrestre y el marítimo a principios del Siglo XIX, y con el aumento del ingreso sobre todo en los países industrializados, surge la posibilidad de encontrarse con culturas y bellezas naturales de otras regiones del mundo. Si bien es cierto que antiguamente grandes civilizaciones se desplazaban frecuentemente de un lugar a otro, esta actividad la realizaban con el propósito de conquistar y agrandar los imperios, es decir, no los movían necesidades de descanso y de ocio. Sólo se sabe que gozaban de este privilegio algunos romanos privilegiados, pudiendo darse así el fenómeno del "turismo". Sin embargo, a principios del Siglo XIX cuando en muchas economías en donde el proceso de industrialización, no se había dado todavía o bien era de muy lento crecimiento, aprovechan este nuevo factor económico para acrecentar su producto interno y su balanza comercial. En el transcurso del Siglo XX, con las descolonizaciones e independencias, sobre todo de las pequeñas islas, éstas, al no ofrecer al Mundo mayor riqueza que la biodiversidad de sus pequeñas tierras, en pocos años se especializan en ofrecer al viajero extranjero un excelente servicio turístico.

Debemos decir que para que el fenómeno del turismo se de como tal, es necesario que el individuo que realiza esta actividad lo haga por el simple hecho de disfrutar del ocio y que sus ingresos sean necesariamente obtenidos en su lugar de origen, y el gasto del mismo sea en el centro turístico en cuestión.

También no podemos dejar de señalar que en la actualidad se realizan en los centros turísticos actos de trabajo, pues se sabe que se hace con el propósito de impulsar y dar a conocer el centro turístico al mundo entero, de esta forma el Gobierno Federal y Estatal a la par con la iniciativa privada participan en el proceso de comercialización. Por su parte, los empresarios a la par que realizan actividades de negocios, de esta forma incentivan a sus empleados. Pero se remarca que este hecho no es la amplia mayoría del fenómeno turístico.

Una vez que el viajero este en condiciones de desplazarse deberá de encontrar en su destino de descanso al menos las condiciones mínimas de seguridad y confort que ha dejado en su lugar de origen, además de que dicho lugar sea de su interés personal. Esto implica que se de la presencia de una demanda masiva de servicios turísticos altamente especializados y permanentes, cuya misión específica sea la de proporcionar los satisfactores que demanda la corriente turística en forma eficazmente adecuada. A esta red de servicios podemos definirla como estructura de servicios turísticos, cuyos elementos y factores deben ser específicamente determinados y clasificados en forma sistemática para obtener un conocimiento objetivo del fenómeno turístico.

De este conjunto de hechos sociales que de una forma directa o indirecta se relacionan para constituir el fenómeno turístico y que le proporciona sus características particulares y específicas se le considera como los factores del turismo*.

Estos factores que en sus aspectos más generales se han determinado como extrínsecos e intrínsecos. Los primeros se clasifican en factores extrínsecos estructurales y dinámicos del turismo y los segundos en factores intrínsecos del turismo y factores intrínsecos dinámicos.

Los primeros corresponden al conjunto de actos, procesos o relaciones económicas, culturales e institucionales, que se desarrollan conforme a una organización determinada de la comunidad ya sea esta nacional, regional o local, proporcionando la posibilidad de construir la base para la realización de la actividad turística. Esta base es, por una parte estrictamente económica, incluyendo la organización de las finanzas, comunicaciones y transportes, industrias conexas y servicios públicos. Y por la otra, institucional, es decir configurante de la conducta, integrada y organizada, mediante la cual se ejerce un control social y se satisfacen deseos, intereses y necesidades del turismo.

Por su parte, los factores intrínsecos dinámicos están constituidos por la corriente turística potencial. Esta corriente turística nace gracias a un desarrollo socioeconómico en el lugar en donde se origina y hace posible que un número determinado de personas puedan disponer de medios económicos y tiempo necesario para viajar. Esa potencialidad estará dada por el mayor o menor grado de desarrollo alcanzado en la sociedad en donde se origina.

Esta corriente turística potencial influye de manera decisiva en el desarrollo de la actividad turística, según que las personas que la forman tengan el hábito o el deseo de viajar, o por el contrario, no haya roto todavía en la estructura de su actividad cotidiana. En tal caso si tiene las condiciones necesarias para viajar, es preciso influir en ellas para que lo hagan, mediante la comercialización y difusión del centro de descanso en cuestión. Determinar lo anterior es indispensable para planear adecuadamente la promoción.

Encontramos aquí una interdependencia entre ambos factores que condicionan el turismo. Los recursos turísticos se limitan a motivar el viaje por el goce o el disfrute, entonces no hay que perder de vista que ese goce o disfrute constituye en el fondo un ejercicio de ocio. Por ello, el turista lleva también la intención general de vivir cómoda y plácidamente unos días fuera del sitio habitual de residencia, alejado de su ocupación habitual.

De estos períodos vacacionales la mayor afluencia de turistas al extranjero a nivel mundial, Europa es el mayor receptor al recibir el 58% de la corriente internacional y concentrar el 51.3% de los ingresos por turismo. Pero no perdamos de vista que esta posición que ocupa la preferencia del turismo es a nivel acumulado, es decir, de Europa en su conjunto, porque si habláramos por países únicamente, es Estados Unidos el país que ha venido a ocupar en los últimos 5 años el primer lugar de preferencia por encima de países como Francia, España e Italia. Sin embargo, en éste mismo período Austria y otros países Asiáticos han tenido un repunte fabuloso, todo lo anterior se puede observar en el cuadro número uno que a continuación se expone.

CUADRO NÚM. 2
 PRINCIPALES DESTINOS EN FUNCIÓN DE SUS INGRESOS
 POR CONCEPTO DEL TURISMO.
 (MILLONES DE DÓLARES)

PAIS Y POSICION	1992	1993	1994	1995
(1) ESTADOS UNIDOS	53861	56470	60406	58575
(2) FRANCIA	25000	23570	24678	27429
(3) ESPAÑA	22181	19575	21853	25081
(4) ITALIA	21577	15164	23977	22433
(5) REINO UNIDO	13683	10672	15190	18805
(6) AUSTRIA	13250	12256	13160	12290
(7) ALEMANIA	10982	10762	10585	9604
(8) SUIZA	7652	7732	7570	7250
(9) MEXICO	7085	6167	6363*	6154

FUENTE: SECRETARIA DE TURISMO. *INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA 1997, T. 1 Y 2.

*De los países asiáticos que tuvieron un gran auge como destinos de recreo fueron Honk Kong, que en el año de 1994 ocupó el lugar número 9; China con el lugar número 10 y también Singapur con el lugar número 11, con lo cual se colocaron por encima de México.

Dentro de las posibles causas que pudieron motivar este descenso dentro de la clasificación mundial, podemos mencionar la desinformación de que son objeto los viajeros, sobre todo los extranjeros, por parte de los medios informativos dentro del País de origen al presentar a México como una zona de desastre al sufrir los daños que pudieran ocasionar, sobre todo, en épocas de Huracanes y Ciclones. También, desastres naturales como temblores, y por qué no decirlo, alzamientos armados en las sierras de Guerrero, Oaxaca y Chiapas. Para las zonas urbanas, los problemas de inseguridad y el mal servicio que se ofrece debido a la proliferación de los servicios hoteleros.

1.2 . PERFIL GENERAL DE LOS TURISTAS.

Cuando un viajero desea visitar algún sitio lo hace porque quiere conocer, disfrutar y gozar de algo que sea de su interés que sólo existe en ese sitio en particular, lo cual va a permitir que ese viajero ocupe su tiempo durante su estancia en el lugar elegido. Pero debido a la complejidad del ser humano se entiende que no sólo el interés personal lo motiva a realizar esos viajes sino que también existen factores psicológicos y sociales radicados en la personalidad del viajero por lo que su interés por salir del su lugar de origen es múltiple y variado. Surge entonces que por la peculiar motivación de viajar las necesidades superfluas cobran una importancia, y dentro del mismo viaje puede decirse que subjetivamente son consideradas por el turista como primordiales. Lo que en la vida cotidiana ocupa un lugar secundario, se convierte en cosa primordial, debido a que precisamente el viaje es en gran parte motivado por el deseo de abandonar las situaciones normales o habituales de existencia.

Este goce o disfrute de un tiempo libre constituye en el fondo un ejercicio de ocio, por lo que el turista lleva también la intención de vivir cómoda y plácidamente de unos días fuera de su sitio habitual de residencia, a la vez que se aleja de su ocupación cotidiana.

El perfil que presentan los vacacionistas y lo que los motiva a permanecer determinado tiempo en sus viajes de recreo, así como su inclinación por determinados centros turísticos son los siguientes:

- 1).- **CONSIDERACIONES DEMOGRAFICAS.** Se ha revelado en los estudios de viaje que las variaciones en la situación financiera en diferentes etapas del ciclo de vida de una familia, tienen una marcada influencia en el montó que se gasta en su viaje.
- 2).- **FACTORES EDUCACIONALES.** Se refieren principalmente a lo que las familias por cuestiones culturales tienden a aprovechar los momentos de esparcimiento para acrecentar su acervo cultural y conocer más de la grandeza histórica de las diferentes razas y culturas en general, así como de las bondades de nuestra madre naturaleza.
- 3).- **HABITOS SOCIALES.** Hablamos aquí básicamente del nivel económico de las familias y del rocé social de estas en determinados centros de recreación, como pueden ser memberships y clubes de playa.
- 4).- **EL TRABAJO Y EL OCIO.** Se ha visto que el trabajo en equipo (llamémosle convenciones), se realiza de una manera mas despejada, si se llevan a cabo en un lugar diferente al habitual y conbinada con un tiempo más largo destinado al ocio.
- 5).- **VIAJERO ACTUAL Y POTENCIAL.** La circulación de este tipo de personas a través del mundo provocan el nacimiento estable y continuo de una corriente de viajeros (actual) o está en posibilidades de integrarla (potencial). Este desplazamiento se realiza en forma transitoria.

Estos vacacionistas, ya sean extranjeros o nacionales dividen por períodos del año sus momentos para vacacionar. Así por ejemplo, en el lugar en el que habrémos de poner nuestra atención y que será Cancún en el Estado de Quintana Roo, la época de mayor afluencia turística extranjera se situa en los meses de noviembre, diciembre, enero, febrero, marzo y abril. Por su parte las mayores afluencias nacionales hacia este destino se registran en los meses de abril, julio, agosto y diciembre, que es cuando se producen vacaciones de semana santa, escolares y de fin de año respectivamente.

CUADRO NÚM. 4
FINANCIAMIENTO DEL BANCOMEX A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.
(MILLONES DE DÓLARES)

ESTADOS	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
DISTRITO FEDERAL*	0	6883	52419	79204	193694	116730	55301
GUANAJUATO	0	0	520	10482	116	12753	0
GUERRERO	2842	7379	2806	19631	32477	90577	9729
QUINTANA ROO	66041	92850	46399	48090	101340	142329	22483
TAMAULIPAS	0	0	0	829	3317	1631	0

FUENTE: BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR.
ELABORACIÓN PROPIA.

*EL DISTRITO FEDERAL NO ES ESTADO.

Según se puede observar en el cuadro anterior, es al Distrito Federal y el Estado de Quintana Roo a los que más fondos se hicieron llegar por parte de BANCOMEX, siendo 1993 el año en que el D.F. captó la mayor cantidad con 193, 694 millones de dólares; mientras que 1994 lo fué para Quintana Roo con 142,329 millones de dólares. Sin embargo, los flujos de capital disminuyeron en 1995 para todos los destinos, esto debido a la crisis económica sufrida en diciembre de 1994

No obstante, el estado de Quintana Roo cuenta con un sinnúmero de lugares propios para explotar el turismo, sin embargo, es sólo Cancún el destino turístico con más desarrollo y, por lo tanto, con más flujos de capitales, externos e internos (en ese orden), los que lo han convertido en los últimos años, como la zona más dinámica en cuanto al sector servicios se refiere.

1.3. AFLUENCIA DE VISITANTES HACIA MÉXICO.

Antes de mencionar la cantidad de visitantes que llegan a nuestro país con motivo de los períodos vacacionales en los diferentes centros turísticos, debemos de mencionar como se clasifican tales centros turísticos y la nacionalidad de los turistas que los visitan, ya que esto nos permitirá detectar fallas en el proceso de comercialización y a la vez de no depender de un sólo mercado de turistas, ya que cualquier problema económico o social en su lugar de origen afectaría directamente la demanda del servicio turístico en nuestro país. Tales centros turísticos se clasifican de la siguiente manera:

1) CENTROS TURÍSTICOS INTEGRALMENTE PLANEADOS. Su objetivo es desarrollar bastas extensiones de territorio con atractivos naturales sobresalientes. Normalmente, estos proyectos requieren financiamientos muy importantes porque es necesario establecer infraestructura básica como carreteras, aeropuertos, redes de distribución de agua y drenaje, etcétera, además de ser conceptos turísticos similares a los desarrollados por la iniciativa privada en extensiones de terreno con un mínimo de hectáreas donde se construyen hoteles, condohoteles, condominios, marinas, centros comerciales, clubs de golf y de yates, canchas de tenis, restaurantes y otras instalaciones de apoyos y servicios relacionados. La mayoría de los turistas que se hospedan en estos centros son por lo general de origen extranjero y de altos ingresos.

2) CENTROS TRADICIONALES. Son los antiguos centros turísticos ubicados en bahías y puertos donde además de esta industria se desarrollan otras actividades, como las relacionadas con la transportación marítima, la pesca de altura, etc. Comúnmente, el porcentaje de visitantes corresponde al turista nacional.

3) GRANDES CIUDADES. La actividad turística también se desarrolla en estos destinos pero, la clase de personas que más requieren de este servicio es el que viaja por negocios.

4) CIUDADES DEL INTERIOR. Son los centros turísticos coloniales e igualmente, centros de negocios en expansión.

5) CENTROS FRONTERIZOS. Son los centros en donde arriba el viajero que se hospeda en estos lugares mientras que realiza sus compras y hace sus negocios en esta franja fronteriza.

En el siguiente cuadro, se mencionan los lugares específicamente a los cuales hace mención la clasificación anterior. Sin embargo, cabe señalar de que el hecho de que se omitan centros de vacación y recreo que son ampliamente conocidos por los mexicanos no demerita en nada la calidad de sus servicios y las bellezas naturales que ahí se encuentran.

MAPA NÚMERO 1



CUADRO NUM. 3
CLASIFICACION DE LOS CENTROS TURÍSTICOS EN MÉXICO.

CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS	CANCÚN, IXTAPA-ZIHUATANEJO, LORETO LOS CABOS Y BAHÍAS DE HUATULCO.
CENTROS TRADICIONALES	ACAPULCO, COZUMEL, MANZANILLO, LA PAZ, MAZATLAN, PTO. VALLARTA Y VERACRUZ.
GRANDES CIUDADES	DISTRITO FEDERAL*, GUADALAJARA Y MONTERREY.
CIUDADES DEL INTERIOR	GUANAJUATO, MORELIA, ZACATECAS OAXACA Y MÉRIDA.
CENTROS FRONTERIZOS	CD. JUÁREZ, REYNOSA Y TIJUANA.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Dentro de la clasificación anterior, tenemos que los centros integralmente planeados han tenido un crecimiento en su demanda con respecto a cualesquiera de los otros cuatro centros turísticos, incluyendo aún a los centros de playa que por muchos años fueron los favoritos para vacacionar y para convenciones de trabajo. En el cuadro número 2 habremos de señalar la dinámica de crecimiento y el financiamiento por parte del Banco Nacional de Comercio Exterior hacia las principales entidades turísticas del país. Asimismo, las cifras que se emplearán a partir de este momento serán dadas en dólares para todos los cuadros facilitando así el análisis y la interpretación que se les pueda dar.

1.4. AFLUENCIA DE TURÍSTAS HACIA CANCÚN.

México está a un nivel de liderazgo en cuestión de hotelería en América Latina*, apesar de que apenas inició su desarrollo en este siglo, ya que antes no se le había visto a este ramo como un negocio de enormes potencialidades. En los años treinta y cuarenta en la ciudad de México tan sólo existían dos hoteles; el Regis y el Ritz. También lo demuestra el hecho de que apenas en los inicios de los setentas se había considerado al Caribe como un polo de desarrollo para el turismo, teniendo como punta de lanza la ciudad arqueológica de Chichen Itza y la isla de Cozumel. Para finales de los ochentas bajo la misma premisa del Caribe, se consideró a las Bahías de Huatulco, en Oaxaca, como otro importante centro de recreación.

Cancún no estaba considerado en los albores del turismo en el Caribe, sin embargo llegó a ser el principal objetivo del turismo extranjero y nacional. Y esta clasificación de prioridades no es mero convencionalismo sino que debido a la ubicación geográfica y su cercanía con los Estados Unidos, éste se ha convertido en el lugar preferido por el vacacionista extranjero, (cerca del 70% del total de visitantes) desplazando incluso a Acapulco.

*EL FINANCIERO. AÑO XVI. No. 4560. P.18.

Los principales Estados norteamericanos de donde proviene el mayor número de visitantes a Cancún son Nueva York, California, Texas, Florida, Illinois, Colorado, Nueva Jersey y Virginia, (como se puede apreciar en el mapa 2), esto es debido a que dichos Estados se ubican con relación al destino turístico a un tiempo no mayor de cinco horas en vuelo directo, que es la media de tiempo en la que el vacacionista americano encuentra en su lugar de origen en donde prefiere el sol, playa y Mar.

MAPA No. 2



En 1996 el turismo proveniente de los Estados Unidos representó el 78% con 1 163 517 visitantes, asimismo, Canada participó con un 7% con 100 527 turistas. Europa llegó al 10% con 149 680 turistas, y el restante 5% se distribuyó entre Centroamérica, Sudamérica, Asia, Oceanía y Africa, como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

Más adelante se analizarán las campañas promocionales que se instrumentan en los mercados de países que ofrecen amplias perspectivas de desarrollo como Canada, Japón y algunos países de Sudamérica. Esto es importante debido a que, como ya se señaló, depender de un sólo mercado de demandantes (el americano) vuelve más vulnerable el mercado, ya que se pueden presentar problemas económicos o de otra índole en los países de origen y por ende afectar seriamente al centro turístico en cuestión.

Según la información proporcionado por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Cancún es considerado el primer centro turístico del país por la cantidad de divisas que produce en beneficio de este sector de la economía nacional, al contribuir con la tercera parte del total generado.

A continuación en el cuadro No. 5 se exponen las cantidades del gasto efectuado por los turistas nacionales y extranjeros durante los últimos diez años en Cancún, donde podemos observar, también, la importancia y preponderancia del visitante extranjero.

CUADRO No. 5
ESTIMACION DE DERRAMA ECONÓMICA POR TURISMO
1986 1996
Cancún, Quintana Roo
(MILLONES DE DÓLARES)

AÑO	NACIONAL		EXTRANJEROS	
		%		%
1985	10.970	4.8	219.987	95.2
1986	8.064	2.1	386.972	97.9
1987	2.754	1.0	435.095	99.0
1988	32.052	7.0	432.095	93.0
1989	55.149	10.4	480.024	89.6
1990	36.534	5.1	693.467	94.9
1991	44.100	5.3	837.734	94.7
1992	45.281	3.8	1157.618	96.2
1993	50.289	3.9	1257.877	96.1
1994	81.510	.7	1166.623	99.3
1995	15.744	1.2	1343.092	98.8
1996	16.573	.9	2010.332	99.1

FUENTE: Fondo Nacional de Fomento al Turismo. "Barómetro Turístico. Proyecto Cancún"
Gerencia de Mercadotecnia. México 1996.

En el cuadro anterior se presentan varios puntos importantes a analizar. El primero de ellos tiene que ver con la preponderancia del turista extranjero en Cancún, hecho por el cual la derrama económica y por ende, los ingresos obtenidos por concepto de turismo y actividades relacionadas con el mismo, son básicamente del gasto efectuado por los turistas, sobre todo los norteamericanos.

Otro aspecto importante de resaltar es el hecho de que el turista nacional se hace presente, sobre todo a partir del año de 1988. A pesar de que aumenta su participación porcentual, aumenta de manera similar la participación porcentual del turista extranjero. Cabe resaltar de que a partir del año de 1993, el peso mexicano pierde, por decreto presidencial, tres ceros, por lo que es más significativo, aún, el hecho de que el gasto efectuado por los flujos nacionales pretenda ser más dinámico en la participación de este sector.

CUADRO No. 6
PRINCIPALES INDICADORES TURÍSTICOS DE CANCÚN.

CONCEPTO	1994	1995	VARIACIÓN %
VISITANTES	1643,299	1834,272	11.2
GASTO TOTAL EN DÓLARES (miles)	1191,205	1263,358	6.0
PORCENTAJE DE OCUPACION	70.0	76.8	6.8

FUENTE: Fondo Nacional de Fomento al Turismo. "Barómetro Turístico" 1996.

No se puede rechazar el hecho de que el turismo extranjero sea el de mayor afluencia, después de todo Cancún fué proyectado para recibir grandes cantidades de turismo externo. Lo que si puede ser motivo de análisis es el hecho de que el papel que juega la promoción y la publicidad no cumplan su papel o en su caso sea deficiente. No es posible y conveniente que la corriente turística sea abastecida por un sólo mercado en su mayoría como ha venido sucediendo hasta ahora, pues esto vuelve más vulnerable el destino en cuestión. Un problema recesivo o de carácter político en el país de origen de los visitantes pueden crear reacciones en cadena que afecten severamente la dinámica económica de Cancún y por ende de la población en general, ya que se estima que cerca de veinte mil personas que viven dentro de este destino turístico y sus cercanías dependen directamente sus ingresos de esta actividad turística.

En una medida por diversificar el flujo de turistas, actualmente se instrumentan campañas promocionales en los mercados de países que ofrecen amplias perspectivas de desarrollo como Canada, Japón y alguno países de Sudamérica. Esto es particularmente importante porque de alguna manera se emplean medidas para atacar de frente esta gran dependencia que se tiene respecto al mercado norteamericano.

1.5. ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA.

Uno de los principales retos de los destinos turísticos es el de mantener ocupada lo más alta posible la capacidad hotelera durante todo el año de operación. El que haya tenido la oportunidad y el placer de visitar Cancún no podrá negar que este hermoso destino turístico no es de los que se puede apreciar en pleno en un sólo fin de semana. Presenta tanta variedad y tantos destinos, ya sea por tierra o por mar, que una persona siente que nunca terminará por recorrerlo y admirarlo por completo.

Es por ello que, según la información que presentamos a continuación el visitante nacional o extranjero presentan un promedio de cuatro a cinco días en su estancia en Cancún, con una densidad promedio de 2.5 por habitación.

CUADRO No. 7
ESTANCIA PROMEDIO DEL TURISTA EN CANCÚN, QUINTANA ROO.
(1986-1996)

AÑO	NACIONALES %	EXTRANJEROS %	ESTANCIA PROMEDIO (DÍAS)
1986	28.9	71.1	4.5
1987	29.9	70.1	4.7
1988	25.1	74.9	4.8
1989	19.1	80.1	4.7
1990	21.1	78.9	5.1
1991	25.6	74.4	5.0
1992	24.9	75.1	5.2
1993	25.0	75.0	4.8
1994	23.9	76.1	5.0
1995	24.6	75.4	5.1
1996	26.4	73.6	5.1

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de SECTUR.

Del cuadro anterior se puede observar que la tendencia a permanecer instalado en alguno de los hoteles de Cancún es de casi de cinco días y cabe destacar que esta demanda por ocupación hotelera es para los hoteles Gran Turismo (GT) y para los hoteles categoría cinco estrellas, ya que al permanecer por más tiempo y lejos de su lugar de origen, las personas de altos recursos económicos pretenden estar instaladas al menos con el confort y comodidad a la que están acostumbrados, y sólo este tipo de hoteles puede ofrecer, al turista nacional y extranjero este tipo de lujos, ya que las habitaciones cuentan con todos los servicios.

A continuación se incluye el número de cuartos disponibles, así como su nivel de ocupación (cuadro No. 8).

CUADRO No. 8
CUARTOS DISPONIBLES POR CATEGORÍA Y NIVEL DE OCUPACIÓN
(1993-1996)

AÑO	HÓTEL	CUARTOS	% OCUPACION
1993		17 838	72.3
	GT	8 362	74.9
	5 estrellas	4 258	76.1
	4 estrellas	3 328	67.3
1994	3 estrellas	1 366	62.9
		18 859	69.1
	GT	8 905	73.1
	5 estrellas	4 380	76.1
1995	4 estrellas	3 676	60.4
	3 estrellas	1 363	54.1
		18 891	75.7
	GT	N.D.	N.D.
1996	5 estrellas	13051	80.4
	4 estrellas	3132	69.7
	3 estrellas	2234	63.3
		19111	N.D.
	GT	N.D.	N.D.
	5 estrellas	N.D.	N.D.
	4 estrellas	N.D.	N.D.
	3 estrellas	N.D.	N.D.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.
N.D. NO DISPONIBLE.

Para este trabajo se hará uso de la abstracción para dejar fuera a los hoteles categorías una y dos estrellas, por la simple razón de que dichos hoteles a parte de no ofrecer la misma y calidad en el servicio que los de más alta categoría. por otra parte, la estancia promedio en estos hoteles es mínima, ya que las personas que ahí se hospedan son personas de bajo poder adquisitivo y su traslado por lo general es por tierra, lo que de alguna manera influye contrariamente a los que viajan por aire.

Analizando nuevamente el cuadro anterior, observamos que el nivel de ocupación de los hoteles GT y 5 estrellas es arriba del 70%, lo que se interpreta como que son favoritos por encima de los otros hoteles restantes. Otro punto que observamos, es el crecimiento en la oferta de habitaciones sobre la baja de las mismas en las otras categorías restantes, entendiéndose así que la estancia y demanda de habitaciones varía de acuerdo a la calidad y al prestigio de los establecimientos, y a las temporadas vacacionales.

Cabe mencionar que aún cuando existen huéspedes por negocios, congresos y convenciones, la motivación principal y la estancia de los visitantes de hoteles GT y 5 estrellas en Cancún es el uso y disfrute del tiempo libre en los periodos vacacionales.

1.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

La proyección de la demanda se efectuó por medio del método de los mínimos cuadrados, dando los siguientes resultados que corresponden a la proyección de una recta.

AÑO	MILES DE TURISTAS
1989	1150,375
1990	1565,959
1991	1903,556
1992	2046,529
1993	1979,383
1994	1963,806

el procedimiento para encontrar la línea que se ajusta a la tendencia de la serie del tiempo es:

Y= VARIABLE DEPENDIENTE

Yc= CURVA DE REGRESIÓN

c= ERROR ALEATORIO

Yc= a+bx+c

Sustituyendo:

$$1) 10609606 = 6a + 21b$$

esta ecuación se multiplica por -7

$$1) = -74267\ 242$$

$$2) 39859\ 816 = 21a + 91b$$

esta ecuación se multiplica por 2

$$2) = 79717\ 632$$

lo cual da por resultado:

$$-74267\ 242$$

$$79717\ 632$$

$$5454\ 390 = 35b$$

$$5454\ 390 / 35b = 155.8$$

$$b = 155.8$$

Sustituyendo el valor de b en la ecuación uno tenemos:

$$10609\ 606 = 6a + 21b$$

$$10609\ 606 = 6a + 21(155.8)$$

$$10609\ 606 = 6a + 3271.8$$

$$10609\ 606 - 3271.8 = 6a$$

$$7337.8 = 6a$$

$$a = 7337.8 / 6$$

$$a = 1222.966$$

$$a = 1222.906$$

$$b = 155.8$$

Ahora tenemos el cuadro donde se da la tendencia de demanda de habitaciones:

AÑO	No. SUCESIVO	DEMANDA	XY	X2	YC
1989	1	285.29	285.2	1	300.99
1990	2	270.76	541.52	4	303.76
1991	3	286.10	858.30	9	306.53
1992	4	339.9	1 359. 80		309.30
1993	5	332.68	1 663.40		312.07
1994	6	332.68	1 707.71		314.84
TOTAL	21	1847.46	6 417.71		

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

AÑO	MILES DE TURISTAS	AÑO	MILES DE TURISTAS
1989	1228.7	1998	2780.9
1990	1534.5	1999	2936.7
1991	1690.3	2000	3092.5
1992	1846.1	2001	3248.2
1993	2001.5	2002	3404.1
1994	2157.7	2003	3559.9
1995	2313.5	2004	3715.7
1996	2469.3	2005	3871.5
1997	2625.1		

En una proyección de la demanda de habitaciones para la zona de Cancún, tenemos que el incremento de la demanda de las mismas es significativa, ya que representa un incremento anual de 7.4% sostenido, por lo que se considera que los flujos de vacacionistas seguirán llegando a Cancún en un estimado de 200 mil por año. Este crecimiento en la Demanda se espera sea para los hoteles de mayor categoría como lo son los Gran Turismo y los de cinco estrellas.

1.7. ANALISIS DE LA OFERTA.

El hotel categoría cinco estrellas a que se refiere el Estudio de mercado está destinado a ofrecer servicios de hospedaje, alimentación, bebidas. lugar expreso para convenciones, sana diversión y esparcimiento, con una calidad máxima y confort en las instalaciones del hotel y de excelencia en la prestación de los diferentes servicios, cuyos pagos, sobre todo de los turistas extranjeros están destinados al buen servicio, lujo y confort.

Todos los hoteles Gran Turismo y de categoría cinco estrellas se ubican en la zona uno* o en la zona hotelera, ocupando los mejores terrenos a pie de playa. En esta misma zona operan además 25 hoteles de cuatro estrellas, con una capacidad de 3,251 cuartos y cinco hoteles de tres estrellas con una capacidad de 775 cuartos disponibles, pero con menores ventajas a los primeros hoteles mencionados.

A pesar de que el grueso de la infraestructura de Cancún se creó en sus primeros 20 años de vida (de 1970 a 1990) , la derrama económica que generó la dinámica de los agentes económicos participantes contribuyó al auge y al interés de invertir y visitar esta zona del Caribe.

*A PIE DE PLAYA.

A pesar del auge sostenido en la mayor parte de la vida operativa de este destino vacacional, la afluencia turística se vió abruptamente interrumpida por la aparición del Huracán "Gilberto", en septiembre de 1988. Sin embargo, la idea de ofrecer disponibles áreas adecuadas para crear nuevos desarrollos infraestructurales vino a impulsar el incremento de la oferta hotelera y de acuerdo a las estimaciones del "Plan Director de Desarrollo Urbano de Cancún", se considera una capacidad para la construcción de 5,000 cuartos adicionales a los 19, 998 cuartos ya existentes, para llegar a un tope previsto de 25,000 habitaciones hoteleras como máximo para este destino vacacional . Aquí señalaremos lo fundamental que resulta esta información, ya que se puede dar como factible la operación de un hotel por el simple hecho de que en el plan antes contemplado se señalan la necesidad de construir cuartos adicionales, ante una demanda potencial, latente o insatisfecha.

A continuación el cuadro número 8 ofrece las categorías de los establecimientos existentes y de la disponibilidad de las habitaciones.

CUADRO NÚM. 8
 CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA HOTELERA
 EN CANCÚN, QUINTANA ROO
 (1997)

CATEGORÍA	HOTELES	CUARTOS	%
GRAN TURISMO	20	6,987	35.0
5 ESTRELLAS	26	6,403	30.8
4 ESTRELLAS	25	3,251	16.8
3 ESTRELLAS	32	2,419	12.5
2 ESTRELLAS	13	478	2.5
1 ESTRELLA	6	460	2.4
TOTAL	117	19,998	100.0

FUENTE: FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO "BARÓMETRO TURÍSTICO. PROYECTO CANCÚN". GERENCIA DE MERCADOTECNIA. MÉXICO 1996.

De acuerdo al cuadro anterior, el 17.4% de la oferta habitacional turística se encuentra clasificada en las categorías de 1, 2 y 3 estrellas, distribuida en 3,357 habitaciones, adecuada para la captación de turismo de medianos ingresos. La oferta de 4 estrellas representa un 16.8% para un turismo con mayor ingreso adquisitivo.

Adicionalmente al aumento obtenido en el número de habitaciones hoteleras se ha conseguido también un incremento en la calidad de la oferta hotelera que responde a las exigencias de un turismo de alto poder adquisitivo, aunque también existe un aceptable porcentaje de hoteles clasificados dentro de las categorías que están al alcance de segundos de la población de menores ingresos.

De acuerdo a las tendencias observadas, se espera que la nueva oferta hotelera se encuentre clasificada entre las categorías más altas, es decir categoría GT y 5 estrellas, constituyendo uno de los principales atractivos de los segmentos turísticos extranjeros con alto poder de gasto.

Según la presente investigación, las políticas actuales en cuanto a la oferta hotelera son las de seguir incrementándola esperando que no disminuya el poder de competencia con algunos otros destinos turísticos ubicados en esa zona como lo son Puerto Rico, Las Bahamas, Jamaica, etc.

Uno de los principales retos será el de mantener ocupada lo más alta posible la capacidad hotelera durante todo el año de operación. En la medida que se ofrezcan mayores y mejores servicios y una promoción más agresiva se irán dando poco a poco resultados positivos.

1.8. INVENTARIO DE HOTELES LOCALES SIMILARES.

Anteriormente habríamos dado la clasificación y los requerimientos que deben de observar los hoteles que se consideran como categoría 5 estrellas. A continuación, en el siguiente cuadro se mencionan algunos de los hoteles que forman parte de los 26 hoteles existentes en esta misma categoría.

CUADRO NÚM. 9
REPORTE HOTELERO EN CANCÚN
(1997)

HOTEL 5 ESTRELLAS	No. de Cuartos	% ocupación	densidad*
CALINDA CANCÚN	290	90	2.3
CLUB MEDITERRANEE	375	81	2.2
CASA MAYA	255	87	2.5
E. HYATT CANCÚN	210	95	2.1
PRESIDENTE	335	66	2.1
VILLAS TACÚL	62	67	2.8
CLUB LAGGON	91	73	2.7
VACATION CLUB INTER.	200	71	2.5
BEACH CLUB CANCÚN	160	93	2.5

FUENTE: REPORTE HOTELERO NOVIEMBRE DE 1995.

la densidad se refiere al número de personas que ocupan una misma habitación.

De los servicios que ofrecen los anteriores hoteles se expresan en el cuadro número 11, esto con vista a ofrecer la misma cantidad y calidad en el hotel que se pretender cons

CUADRO NÚM. 11
HOTELES 5 ESTRELLAS Y SUS SERVICIOS

HOTEL	PLAYA	ALBERCA	REST.	BAR	BOUTIQ	FARMACIA	GYM	RENTA C.	C. CONV.
CALINDA	*	*	*	*	*	*	*	*	*
CLUB MED	*	*	*	*	*	*	*	*	*
C. MAYA	*	*	*	*	*	*	*	*	*
HYATT C.	*	*	*	*	*	*	*	*	*
PRESI.	*	*	*	*	*	*	*	*	*
VILLAS T.	*	*	*	*	*	-	-	*	*
CLUB. Lag.	*	*	*	*	*	-	*	-	-
V.C.I.	*	*	*	*	*	*	-	-	-
BEACH C.	*	*	*	*	*	-	*	-	-

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON DATOS APORTADOS POR LA AGENCIA DE VIAJES "PROTURÍN".

* CUENTAN CON EL SERVICIO.

- NO CUENTAN CON EL SERVICIO.

Como se puede apreciar, los servicios que se ofrecen están a la altura de cualquier otro destino turístico del Caribe y se pretende seguir ofreciendo la misma calidad y confort en el hotel 5 estrellas que en este estudio de preinversión se está elaborando. Según una revista especializada en turismo, señala que un hotel clasificado dentro de la categoría cinco estrellas debe de ofrecer en sus habitaciones un amplio espacio y confort, a mén de servicios tales como, lavandería, room service, T.V. con parabólica, bar, servicio de bar en la playa, etc.

1.9. CENTROS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS.

Cancún y sus alrededores ofrecen un sinnúmero de opciones de entretenimiento y lugares para visitar, tanto a lo largo de la costa como en los innumerables sitios arqueológicos distribuidos en toda la Península de Yucatán. Además de que la mayoría de los centros turísticos en cuestión se ubican a no más de dos horas de distancia por vía terrestre desde la zona hotelera, lo cual facilita su visita instalado desde cualesquiera de los hoteles ubicados en la zona hotelera, los cuales son por obvias razones los mejores de Cancún.

Algunos de los centros turísticos más bellos, inmensos litorales y exuberante selva sembrada de numerosos vestigios arqueológicos se describen a continuación.

EL CORREDOR CANCÚN-TULUM.

Inmediatamente al sur de Cancún, a lo largo de la carretera 307, se encuentra lo que comúnmente es conocido como el Corredor Turístico Cancún-Tulum y que forma parte de la llamada Ruta de la Costa turquesa que se extiende desde Cancún hasta Chetumal, en el extremo sur. La carretera corre paralela a la costa y cada una de sus múltiples salidas (hacia la costa) proporciona el acceso a un fantástico lugar.

PUERTO MORELOS.

Aquí se ubica una villa de pescadores, a 36 kms. de Cancún. También es el sitio donde se localizan un muelle de carga, desde donde parte el transbordador hacia Cozumel. La granja de cocodrilos es una de las zonas que más interés representa para el turista nacional o extranjero.

PLAYA DEL CARMEN.

Esta es una típica población costera, la cual se ubica a 68 kms. al sur de Cancún. De aquí parten varios barcos que conectan tierra firme con la bella isla de Cozumel.

XCARET.

Son cien hectáreas de maravillas naturales y que se extienden en este parque eocoarqueológico, donde alguna vez estuviera asentada la legendaria ciudad maya de Pole.

Localizado a 72 kms. al sur de Cancún, Xcaret ha sido objeto de una profunda remodelación a fin de que el mayor número de turistas pueda disfrutar de sus bondades: laguna, río subterráneo, manantiales, cenotes y playas. El parque también ofrece facilidades para esnorquelear y convivir con una rica colonia de pececillos de colores, clases de buceos y paseos a arrecifes, junglas, templos, pirámides y plataformas ceremoniales. En fin, que la infraestructura del parque permite la diversión a la par de que se respeta al máximo los elementos naturales que lo rodean.

PAAMUL.

Esta es una hermosa bahía situada a 92 kms. al sur de Cancún en donde se puede acampar.

PUERTO AVENTURAS.

Este desarrollo turístico se ubica a 98 kms. al sur de Cancún en donde la infraestructura turística ofrece hoteles, restaurantes, tiendas, magnífica marina y un campo de golf de 18 hoyos.

AKUMAL.

Localizado a 105 kms. al sur de Cancún y aquí se ofrece también buenos hoteles y restaurantes, club de yates y tiendas de buceo.

CHEMUYIL.

Este es un sitio adecuado para acampar y como es una bahía también se puede bucear y esnorquelear. En este destino turístico no existen hoteles como tal, sin embargo si se encuentran restaurantes frente a la playa.

XCACEL.

Playa localizada a 119 kms. de Cancún, ideal para acampar y disfrutar del Mar Caribe.

XEL-HA.

Es el acuario más grande del mundo y como es un parque no se encuentra lugar para hospedarse sin embargo si cuenta con restaurantes y locales para alquilar equipo para practicar el esnorquel.

SIAN KA'AN.

A 10 minutos al sur de Tulum se encuentra la entrada a la reserva de la biósfera de Sian ka'an, la cual es una área protegida de cerca 528,000 hectáreas y es el refugio de una gran cantidad de especies de flora y fauna.

CHETUMAL.

En 1898 el almirante Othón Pompeyo Blanco estableció la frontera de México con Bélize y fundó la ciudad de Payo Obispo. Para 1936 esta localidad cambió su nombre por el de Chetumal (del maya "Chactemal" que significa "lugar donde se produce el madero rojo"). A través de los años, la joven capital de Quintana Roo se ha convertido en un sitio donde la tradición y la modernidad conviven, y donde se puede disfrutar de la naturaleza y el intenso comercio que se realiza en este importante puerto libre.

1.10. BALANCE OFERTA-DEMANDA.

Debido a que la Oferta no se puede proyectar de la misma forma que la Demanda, analizando el comportamiento de ambas variables históricamente, a la par de retomar la información obtenida en el Estudio de Mercado, tendremos una ida más clara y concisa de la situación futura de la Oferta y la Demanda. En el cuadro número 10, que a continuación se expone, vemos el crecimiento de la oferta hotelera en base a los cuartos disponibles.

cuadro número 10
INFRAESTRUCTURA TURISTICA 1988-1995
CANCÚN, QUINTANA ROO.

AÑO	NÚM. DE CTOS.	CRECIMIENTO ANUAL*
1988	8,910	100.0
1989	11,891	133.4
1990	15,310	171.8
1991	17,470	196.0
1992	18,344	205.8
1993	18,376	206.2
1994	19,356	217.2
1995	19,998	224.4

FUENTE: FONATUR. "BARÓMETRO TURÍSTICO. PROYECTO CANCÚN". GERENCIA DE MERCADOTECNIA. 1996

*1988, base cien.

Como bien se puede apreciar en el cuadro anterior, si bien es cierto que la Oferta hotelera creció significativamente del período de 1989 a 1995, ésta se ha estancado a partir del último año. Al respecto, existe la disposición por parte del Gobierno Federal y Estatal, así como de la Iniciativa Privada, de construir 5200 cuartos más, para así llegar a un total de 25 000 cuartos a principios del próximo milenio. El cuadro número uno, a principios de este trabajo, nos revela el escenario del crecimiento de los flujos de turistas a nivel mundial, en una tasa media de crecimiento anual del 3.6%. Por lo tanto, México se encuentra en posibilidades reales de incrementar el turismo receptivo y en consecuencia la participación en el turismo a nivel mundial, esperando pasar del 1.6% para el año de 1996, al 2.1% para el año 2000, ya que el turismo se considera como una de las actividades económicas que tienen mayor potencial para generar divisas y crear empleos en forma masiva. Recordemos, también, que Cancún es considerado como el Centro Integralmente Planeado más dinámico de nuestro País, y también el más frecuentado por el turista extranjero. Una variación negativa en el tipo de cambio del peso frente al dólar, no hace más que abaratar este centro turístico, por lo que se espera que este factor influya positivamente en el crecimiento de la Demanda hotelera y de sus servicios.

1.11. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

Para que una persona que está en disposición de viajar pueda elegir un determinado sitio que reúna las condiciones de preferencia personal, lo primero que requiere es que lo conozca, y tratándose de grandes masas humanas, ese conocimiento sólo puede lograrse mediante las múltiples actividades que pertenecen a lo que llamamos promoción.

De ahí el papel tan importante que juega este nuevo factor del turismo en el desarrollo y estabilidad de las corrientes turísticas. Sin la promoción no es posible lograr un conocimiento que es la base de la continuidad de la corriente turística. Si un determinado país, zona o región no muestran mediante las actividades promocionales cuáles son los recursos y servicios turísticos con los que cuenta, difícilmente podrá desarrollarse turísticamente, y tener una afluencia de visitantes significativa. Esta promoción la deberán realizar en forma conjunta tanto el Estado como la iniciativa privada.

Desde 1989 la Secretaría de Turismo propuso la creación de Fondos Mixtos de Promoción al Turismo (en la cual participan FONATUR, Gobierno del Estado y la SECTUR) para apoyar a aquellos destinos para solucionar problemas de promoción en cualesquiera de los destinos turísticos del país. Concebido como un mecanismo para recabar recursos y destinarlos al fomento turístico, estos fondos se constituyen con una aportación tripartita que se divide entre el gobierno federal, los gobiernos estatales y el sector privado.

El cuadro número 12 nos muestra un ejemplo de como se dividen las aportaciones en el Fondo de Promoción Turística. El ejemplo se realiza en los años de 1991 y 1992, ya que en los años posteriores al último año la información es demasiado deficiente e inconclusa.

CUADRO NÚM. 12
 APORTACIONES AL FONDO DE PROMOCION TURÍSTICA 1991 Y 1992
 EN CANCÚN QUINTANA ROO.
 (MILES DE DÓLARES)

SECTOR	1991			1992		
	CONVENIDA	REALIZADA	PENDIENTE	CONVENIDA	RELIZADA	PENDIENTE
SECTUR	3,333	2,380	953	3,333	3,333	0
GOB. ESTATAL	1,700	1,700	0	3,333	754	2,580
I. PRIVADA	3,333	844	2,489	3,333	2,430	904
FONATUR	0	300	0	0	0	0
TOTAL	8,366	5,224	3,442	10,000	6,517	3,484

FUENTE: CONSULTORAS INTERNACIONALES, S.C. "ANÁLISIS DE LAS APORTACIONES A LOS FONDOS MIXTOS".

De la falta de información y del funcionamiento de este mecanismo tripartita podemos decir que es ineficaz debido al incumplimiento de las partes involucradas en su integración financiera. De la inversión convenida en el año de 1991 solamente se ejerció un 58.9%, faltando por aportar un 41.1% exceptuando la aportación canalizada por FONATUR (la cual no fué convenida).

Para el siguiente año, se ejerció sólo el 65.2% de la cantidad convenida, siendo la Secretaria de Turismo la que más aportó al fondo. El Gobierno de Quintana Roo y la iniciativa privada cubrieron sólo parcialmente su aportación al Fondo e ironicamente es esta última la que más se benefició

El "Programa Nacional de Modernización del Turismo", señala dentro de uno de sus puntos que es prioritario el fortalecer la imagen de México como uno de los principales atractivos del mundo y fortalecer, preservar y difundir los valores culturales, históricos y tradicionales de México.

Como vemos, el gobierno federal y estatal (esta en menor proporción) cumplen con su parte en la promoción de los destinos turísticos. Partiendo de ello, la comercialización que se pretende con el proyecto y que es comúnmente aceptada en la hotelería, se prevee en base a las agencias de viaje y de compañías de aviación, los cuales serán los canales por los cuales se capte la mayor parte de la ocupación, sin descartar que el propio hotel elabore sus paquetes básicamente enfocados al turismo extranjero.

1.12. PRECIOS Y TARIFAS.

La "Ley Federal de Turismo" establece los instrumentos de la política de precios y tarifas y comprende, entre otros, los siguientes lineamientos:

- a) Los precios deberán dar márgenes de redituabilidad a los prestadores de servicios y ser adecuados para el turista.
- b) Deberán existir precios y tarifas diferentes en los destinos turísticos del país, de modo que no se subsidie indebidamente con precios bajos al turista extranjero, ni se perjudique a los centros de reciente creación o alta prioridad para el desarrollo turístico.
- c) Los centros turísticos de destino para el turismo nacional deberán tener servicios con precios accesibles en las categorías intermedias, que permitan el sano desarrollo de los establecimientos y le den alternativas al turista nacional, especialmente con relación a los servicios que se ofrecen en los destinos extranjeros competitivos.
- d) El sistema de precios principalmente el de los establecimientos de hospedaje, deberá establecerse considerando diferencias por estacionalidad y días de la semana.
- e) La política de precios en los transportes deberá considerar variaciones por temporada y días de la semana así como generalizar las tarifas especiales que actualmente existen en algunos países.

Tomando como base la información anterior podemos decir que los hoteles cinco estrellas cobran un precio (por habitación en ocupación doble) de 134 dólares en temporada baja, la cual comprende el período agosto 25/ diciembre 19. Y un precio en las mismas condiciones de 180 dólares en temporada alta, la cual comprende el período de diciembre 20/ abr/13 (el valor del tipo de cambio es a precios de diciembre de 1997).

II. MACROLOCALIZACIÓN.

El lugar de localización de el hotel tipo 5 estrellas se encuentra ubicado en Cancún, en el Estado de Quintana Roo. De la ubicación geográfica de Quintana Roo se habla a continuación en los cuadros número

CUADRO Num.12

MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

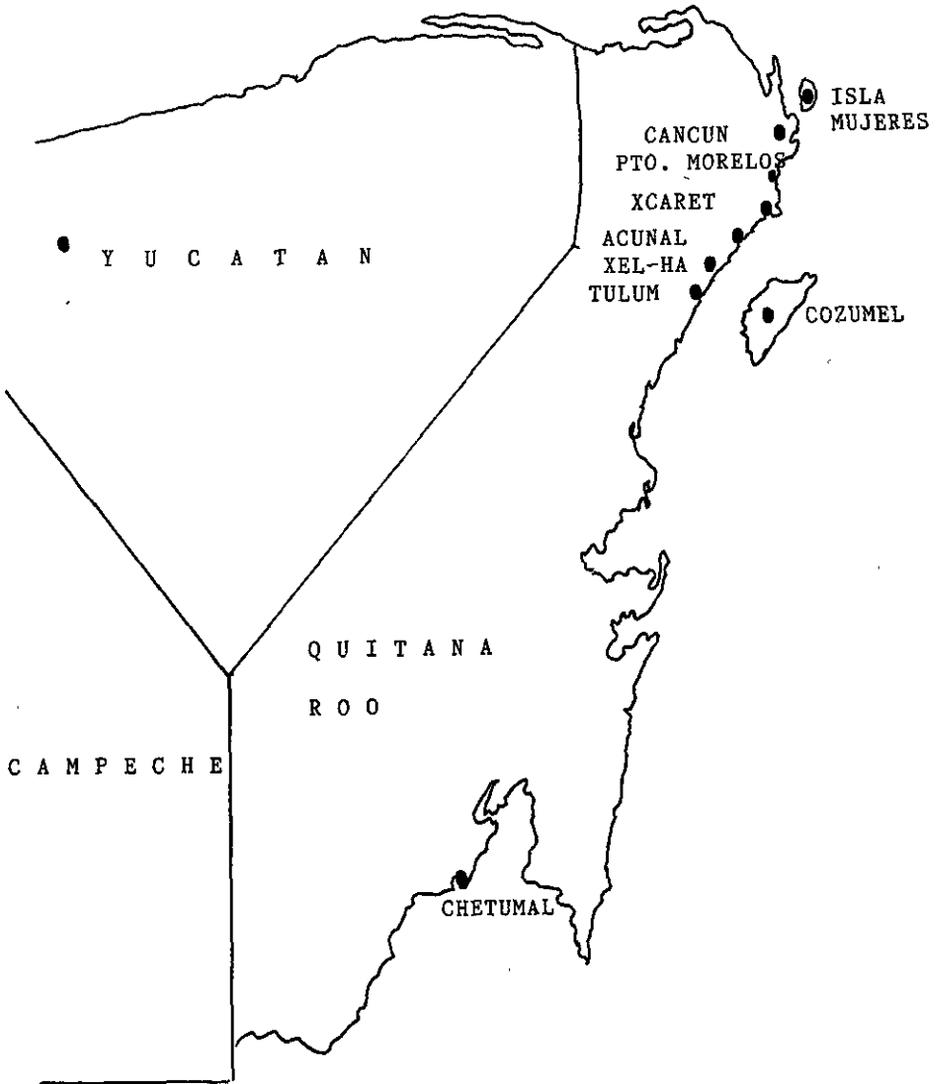
UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

Coordenadas geográficas extremas	Al norte 21° 35', al sur 17° 49' de latitud norte; al oeste 86° 42'; OESTE 89° 25' de longitud oeste.
Porcentaje territorial	El Estado de Quintana Roo representa el 2.55% de la superficie del País.
Colindancias	Quintana Roo colinda al Norte con Yucatán con el Golfo de México; al Este con el Mar Caribe; al Sur con la Bahía de Chétumal , Bécice y la República de Guatemala; al Oeste con Campeche y Yucatán.

FUENTE: Gobierno del Estado de Quintana Roo. INEGI. P.3

En el siguiente Mapa se aprecia la Península en donde ubicamos a Campeche, Yucatán y Quintana Roo, así como algunos de los lugares de interés para el vacacionista, los cuales se encuentran ubicados por toda la franja costera y enfrente del Mar Caribe.

MAPA NÚMERO 3



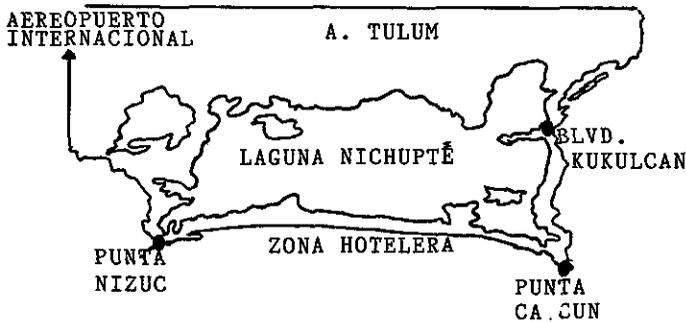
2.1. MICROLOCALIZACIÓN.

En el cuadro número 14 se presenta la ubicación por municipios del Estado de Quintana Roo, con objeto de ubicar exactamente el lugar donde se pretende colocar la construcción y operación del hotel.

CUADRO Num. 13
DIVISION MUNICIPAL..

MUNICIPIO	CABECERA MUNICIPAL
COZUMEL	COZUMEL
FELIPE CARRILLO PUERTO	FELIPE CARRILLO PUERTO
ISLAS MUJERES	ISLAS MUJERES
OTHON P. BLANCO	CHETUMAL
BENITO JUAREZ	CANCÚN
JOSÉ MARÍA MORELOS	JOSÉ MARÍA MORELOS
LÁZARO CÁRDENAS	KANTUNILKÍN
SOLIDARIDAD	PLAYA DEL CÁRMEN

FUENTE: INEGI. División Municipal de las Entidades Federativas, XI Censo General de Población y vivienda, 1990.



La zona hotelera abarca cerca de 15 kilómetros por todo lo ancho de la franja costera y es ahí en donde se ubica el 92% de la oferta hotelera, en su mayoría son hoteles Gran Turismo, cinco y cuatro estrellas, lo que representa el 66.6% de la oferta total. Los hoteles de tres, dos y una estrella, así como condohoteles, representan en su conjunto el restante 43.4%, y son los menos. Según un anuncio de la FONATUR se colocó a la venta terrenos ubicados frente a la Punta Nichupté, esto es, dentro de los límites de la zona hotelera, como se puede apreciar en el mapa. Es precisamente aquí en donde se pretende ubicar el proyecto.

De los anteriores Municipios, el que nos ocupará para la ubicación del Hotel será el Municipio de Benito Juárez, el cual será el marco natural del proyecto, también se debe mencionar que se pretende construir dicho hotel en un predio de la zona hotelera con un espacio de 109 629.6 metros cuadrados que es el espacio en el cual se encuentran instalados otros hoteles similares al que se pretende construir.

LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA. El Municipio de Benito Juárez, cuya cabecera municipal es la Ciudad de Cancún, se localiza en el norte del Estado de Quintana Roo. Tiene como coordenadas extremas los 21°11' y 20°32' de latitud norte y los 86°43' y 87°07' de longitud oeste del Meridiano de Greenwich. La altitud máxima del municipio es 10 metros. Limita al norte con los Municipios de Isla Mujeres y Lázaro Cárdenas, al este con el Mar Caribe, al sur con el recientemente creado Municipio de Solidaridad y al oeste nuevamente con Lázaro Cárdenas. El Municipio de Benito Juárez ocupa el 3.27% de la extensión del estado, con 1,664 kilómetros cuadrados. De la ubicación del proyecto la podemos apreciar más exactamente a través del Mapa número 4.

CLIMA. El clima de la región es cálido subhúmedo, con régimen de lluvias de verano. La temperatura media anual oscila entre los 23.7°C y los 27°C. El total anual de lluvias varía entre los 1,000 y 1,300 milímetros. La máxima precipitación se presenta hacia el sur y el oeste del municipio, y la cantidad de lluvia disminuye progresivamente hacia el noroeste. Predominan en el municipio los vientos del este y sureste, y en verano los ciclones que afectan la región. Los nortes influyen también de manera importante en el clima.

FLORA Y FAUNA. El tipo de flora existente en el municipio está clasificada como selva mediana subperitnifolia, cuyo tamaño oscila entre los 15 y 30 metros. Los árboles se disponen en dos capas, una formada por eminencias aisladas, en donde es importante el chicozapote, y otra que constituye un techo cerrado. En esta última capa es muy importante el ramón, de entre una gran cantidad de especies que constituyen este tipo de vegetación. Hasta la costa, en zonas inundadas, la selva cede su lugar a asociaciones mejor adaptadas, como son el manglar y el tular.

OROGRAFIA. El Municipio de Benito Juárez ocupa parte de la gran planicie que es la Península de Yucatán. El terreno, cuya máxima elevación sobre el nivel medio del mar es de 10 metros, presenta una suave inclinación de oeste a este hasta llegar a la línea de costa.

Como la plataforma ha sido intensamente fracturada, el agua de las lluvias ha formado vías subterráneas, infiltrándose por diversos conductos hasta llegar a una zona de cavernas o capas arenosas.

La acción erosiva de las aguas que circulan entre grietas y fisuras, forma los cenotes cuyos fondos llegan hasta las redes acuíferas comunicándose unos con otros.

Como consecuencia de la considerable disolución del materia calcáreo (con alto contenido de cal), el agua contenida en los cenotes posee un alto grado de carbonatos que lo hacen no apta para usos agrícolas.

2.2. DEMOGRAFÍA DEL MUNICIPIO DE BENITO JUÁREZ.

Según el censo de 1997*, en el Estado de Quintana Roo, habitan 703 442 personas de las cuales el 73% de ellas se ubican en los Municipios considerados como destinos turísticos. La mayor parte de ellos, con el 44.3% se encuentran en el Municipio de Benito Juárez, y el 28.7% en el Municipio de Othón P. Blanco, esto en Chétumal.

De las personas con mayoría de edad y que se encuentran dentro de la clasificación como Económicamente Activas (PEA), de cada 10, seis de ellas se encuentran ocupadas en alguna actividad relacionada con el Sector Servicios. Por lo tanto se espera que con la operación y puesta en marcha del proyecto ubicado en el Municipio de Benito Juárez, se impacte positivamente la región al crear en su primera etapa, la de construcción, cerca de 1200 empleos temporales, mientras que para la etapa de instalación y operación sean cerca de 185 empleos permanentes. Esta creación de empleos tiene mayor significado si se evita con ello la emigración de gente joven de la población, con lo cual el núcleo familiar se consolida y se engrandece, al tener la posibilidad de que más miembros familiares aporten un ingreso económico al sostenimiento y beneficio de la casa.

III. ESTUDIO TÉCNICO.

3.1. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.

Cuando una persona esta dispuesta a dejar su vida habitual y se propone adentrarse a un estado de vida ociosa , de diversión y dependiendo de su nivel de ingreso, busca de almenos,, sino es que algo más, las comodidades a las que estaba acostumbrado al desplazarse a algún centro turístico determinado. También espera encontrar un servicio de la mejor calidad y facilidades para lograr así un pleno descanso. Por su parte, el oferente busca esmerarse en prestar su servicio, conocedor de que de esta forma logrará el máximo de ocupación posible y por ende la obtención de ingresos suficientes para seguir operando.

En el programa arquitectónico se pretende dar una descripción general de los espacios y las dimensiones que habran de ocupar todos los conceptos comprendidos dentro de la construcción de un hotel categoria cinco estrellas. De acuerdo a los resultados del estudio de mercado se establece para el presente proyecto un hotel de 310 habitaciones, lo que representa el 16% de la oferta actual del total de habitaciones de los hoteles categoria cinco estrellas y el 6.2% del total de habitaciones, contemplados dentro del crecimiento proyectado para el centro turístico de Cancún.

El tamaño propuesto del terreno para la construcción del hotel es similar al tamaño de los hoteles de la misma categoria de los ya existentes.

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

CUARTO	30.00
VESTIDOR	4.00
BAÑO C/DUCTO	6.00
TOTAL	40.00

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

La iluminación y ventilación de cada espacio serán cuidadosamente resueltas y se espera que sean naturales utilizando la orientación más conveniente para cada caso en especial. La superficie de baño, closet y vestíbulo es de aproximadamente 12 metros cuadrados.

ESPACIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

1) Cocina principal. Será de 20 a 30% de la superficie de la suma de todos los lugares a los que da servicio. Debe de contar con una buena ventilación y una orientación norte de preferencia. Superficie total de servicio 825 metros cuadrados área total de cocina 250 metros cuadrados.

2) Comedores. Tendrán la capacidad de dar servicio al número de huéspedes entre dos, y el área requerida para cada asiento es de 1.50 metros cuadrados. El total de huéspedes es de 320 (suponiendo uno por habitación), el área requerida para restaurantes será de 240 metros cuadrados, aproximadamente.

3) Lobby bar. El espacio asignado es de 40 metros cuadrados por cuarto y el área requerida por asiento es de 1.65 metros cuadrados. Este tendrá la posibilidad de sacar mesas al patio provisionalmente. Área requerida para lobby bar es de 65 metros cuadrados aproximadamente.

4) Salón de usos múltiples. Contará con un espacio para almacenar el equipo del salón (mesas, sillas, tarimas, etc.) que será igual al 10% del área del salón. El espacio asignado por persona es de 1.80 a 2.50 metros cuadrados por cuarto. El área requerida para esto será de 400 metros cuadrados aproximadamente.

5) Comedor de empleados. El número de asientos será igual a la mitad del número de empleados que tienen derecho a esta prestación, el espacio necesario incluyendo la barra de servicio es de .30 metros cuadrados por cuarto. El área total será de 48 metros cuadrados, aproximadamente.

6) Almacén de alimentos. En este lugar se guardan utensilios y suministros. Se subdividen de la siguiente manera:

-Almacén de alimentos de consumo duradero (conservas, cereales, pastas, etc.).

-Almacén de alimentos de consumo inmediato (verdura, leche, pan, etc.).

-Refrigeradores, congeladores y frigoríficos. SE requiere de .40 al .60 metros cuadrados por habitación. Por lo tanto tendremos un área de 64 a 96 metros cuadrados, aproximadamente.

7) Almacén de bebidas. Es recomendable destinar un espacio para almacenar bebidas cuyo acceso estará limitado al personal autorizado únicamente. Puede haber locales esparados para vinos, licores, aguardientes, cervezas y refrescos. El espacio asignado es de .25 metros cuadrados por habitación si sólo se almacenan vinos, licores y aguardientes, y .35 metros cuadrados por habitación si se incluyen cervezas y refrescos. El área requerida para el almacén de bebidas es de 56 metros cuadrados.

8) Recepción de mercancías. Debe existir un espacio suficiente para estantería, básculas, archivo y escritorio. Las dimensiones del local dependen de las características del hotel. El espacio asignado es de .15metros cuadrados por habitación, el área requerida será de 24 metros cuadrados.

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

ESPACIOS DE ÁREAS PÚBLICAS.

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

2) Lobby y recepción. Varía entre .25 y 1.35 metros cuadrados por cuarto, el mostrador tendrá el largo según el número de habitaciones. El hotel contará con 310 habitaciones por lo tanto el mostrador tendrá 8.00ml.

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

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

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

5) Salón de usos múltiples. Habrá juegos de mesa como billar, futbolito, etc.

6) Áreas exteriores. Contarán con canchas de fut-ball, voley-ball, arenero para los niños, etc.

CONCESIONES.

- 1) Tabaquería. Su área depende de los servicios prestados y de la cantidad de artículos a exhibirse. El área requerida será de 9 metros cuadrados aproximadamente.
- 2) Farmacia. El área requerida será de 9 metros cuadrados, aproximadamente.
- 3) Tienda de souvenirs. El área requerida será de 18 metros cuadrados, aproximadamente.

ESPACIOS DE SERVICIOS GENERALES GENERALES.

- 1) Gerencia. Contará con una oficina para el Gerente, un espacio para una secretaria y una sala de espera, su área requerida será de 30 metros cuadrados, aproximadamente.
- 2) Oficina General. Contará con el espacio necesario para un contador , un auxiliar y secretaria, archivo, papelería y copiadora y por ultimo, baños para hombres y para mujeres. El área requerida será de 75 metros cuadrados.
- 3) Ropería Central. El espacio asignado varía de 1.24 a 2.51 metros cuadrados por habitación e incluye la sección de objetos perdidos, lugar para guardar blancos, mostrador para entrega de los mismos, máquina de coser y uniformes. El área requerida será de 186 metros cuadrados.
- 4) Lavandería. El espacio asignado es de .45 metros cuadrados por habitación y debe de estar comunicada con ropería central. El área requerida será de 139.5 metros cuadrados.
- 5) Baños y vestidores. El espacio asignado varía de .50 a .70 metros cuadrados por habitación, se reparte el 35% para baños y el 65% para casilleros. El área total requerida será de 186 metros cuadrados.
- 6) Mantenimiento y reparación. el espacio asignado es de .63 metros cuadrados por habitación. El área requerida será de 195 metros cuadrados.

7) Almacén general. El espacio asignado es de 1.14 metros cuadrados por habitación. El área requerida será de 356 metros cuadrados.

8) Calderas. El sistema de calentamiento de agua será a base de calderas (generadores de vapor), su capacidad dependerá del uso, clima, tipo de caldera y capacidad de equipos auxiliares. Las dimensiones del cuarto están determinadas en el reglamento de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Por las características del mismo hotel se considera un área de 100 metros cuadrados, aproximadamente.

9) Tanques de combustible. El espacio designado es de .20 metros cuadrados por habitación, el área requerida será de 62 metros cuadrados.

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

-Subestación eléctrica. Lugar donde baja la tensión eléctrica a base de transformadores. El espacio asignado es de .20 metros cuadrados por habitación y su área requerida será de 62 metros cuadrados.

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

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

3.1. DIMENSIONES.

3.1.1. ÁREA DE HABITACIONES.

Habitación	Cantidad	M2/Hab.	Total
HABITACIÓN DOBLE	253	40	10120*
HABITACIÓN KING	16	40	640
JUNIOR SUITE	38	60	2280
MASTER SUITE	2	80	240
SUITE PRESIDENCIAL	1	120	120
TERRAZAS		9	1520
CIRCULAR HAB.		4.5	720
TOTAL AREA DE HAB.	160		7970

*Los 10120 m2 se dividen entre 4 que serían los pisos de los que constaría el hotel, lo que nos da como resultado 2530 m2.

3.1.2. ÁREAS PÚBLICAS.

ÁREA	M2/HAB.	TOTAL M2
PÓRTICO DE ACCESO	1.35	418
LOBBY (80 personas)	.60	186
área de recepción, Front-desk, Conserje, caja de seguridad, centro de comunicación y equipaje.		
LOBBY-BAR (35 asientos)	.40	124
TERRAZA	.35	108
RESTAURANTE(160 asientos)	1.50	465
BAR (64asientos)	.70	217
SANITARIOS PÚBLICOS	.35	108
SALÓN DE CONVENCIONES (300 asientos)	1.90	589
Pantry	.15	46
Almacén	.30	93
Sanitarios	.30	93
SUBTOTAL	2.65	821
BAR DE ALBERCA	.30	93
CIRCULACIÓN DE ÁREAS PÚBLICAS	2.85	883
TOTAL ÁREAS PÚBLICAS	13.7	3394

3.1.3. ÁREAS ADMINISTRATIVAS.

ÁREA	M2/HAB.	TOTAL M2
OFICINAS ADMINISTRATIVAS		
OFICINA GERENTE GENERAL (secretaría y sala de espera)	.20	62
OFICINAS GENERALES (contador, administrador, área de archivo, papelería, baños hombres y mujeres, cafetería, área secretarías y conmutador)	.60	186
TOTAL ÁREAS ADMÓN.	.80	248

3.1.4. ÁREAS DE CONCESIONES.

ÁREA	M2/HAB.	TOTAL M2
PELUQUERÍA	.16	49
FARMACIA	.05	15
TABAQUERÍA Y REGALOS	.05	15
TIENDA	.12	37
OFICINA DE EVENTOS ESP.	.08	24
TOTAL ÁREAS CONCESIONES	.46	140

3.1.5. ÁREA DE SERVICIOS.

ÁREA	M2/HAB.	TOTAL M2
COCINA PRINCIPAL		40
COCINA	1.40	434
OFICINA DEL CHEF	.80	248
REFRIGERACIÓN Y CONGELACIÓN	.22	68
BODEGA DE EMBOTELLADOS	.18	55
ALMACÉN	.30	93
SANITARIOS	.03	9
CONTROL	.02	6
SERVICIO A CUARTOS	1.0	310
SUBTOTAL COCINA PRINCIPAL	4.22	1263
SERVICIO A CUARTOS DE PISO	.60	186
COCINA APOYO CONVENCIONES	.20	62
COMEDOR DE EMPLEADOS	.30	93
LAVANDERÍA Y TINTORERIA		
RECIBO	.02	6
ÁREA ROPA SUCIA	.05	15
BODEGA	.60	186
ÁREA DE LAVADO Y PLANCHADO	.32	99
SUBTOTAL LAVANDERÍA	.45	30

ÁREA	M2/HAB	TOTAL M2
Ropería central		
BODEGA DE AMA DE LLAVES	.06	18
ÁREA ROPA NUEVA	.12	37
ÁREA ROPA LIMPIA	.30	93
UNIFORMES	.10	31
ENTREGA ROPA LIMPIA	.08	24
ROPERÍA DE ALBERCA	.12	37
ROPERÍA DE PISO	.70	217
SUBTOTAL ROPERÍA CENTRAL	1.54	457
Baños vestidores		
BAÑOS VESTIDORES HOMBRES	.40	124
BAÑOS VESTIDORES MUJERES	.30	93
SUBTOTAL BAÑOS VESTIDORES	.70	217
Almacén general		
OFICINA ALMACÉN	.06	18
ALMACÉN	.40	124
SUBTOTAL ALMACEN GRAL.	.70	142

3.1.6. ÁREAS RECREATIVAS.

ÁREA	M2/HAB.	TOTAL M2
SALÓN DE JUEGOS	1.00	310
CANCHAS DE JUEGO		1340
ALBERCAS		
ALBERCA PRINCIPAL		350
CHAPOTEADERO		45
CUARTO DE FILTROS Y BOMBAS		30
BODEGA DE ALBERCAS		50
SANITARIOS		40
ASOLEADORES, TERRAZAS Y JARDINES		

IV. DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES.

Las materias primas y auxiliares serán los elementos necesarios para la construcción y puesta en marcha del hotel. Se propone que la construcción sea hecha con elementos prefabricados en sus interiores y coordinada por una constructora de la Ciudad de México, ya que las locales son de muy corto alcance. La elección tanto de la constructora como de todos los proveedores se efectuará bajo comparación de cotizaciones convocadas a concurso y difundidos por los diarios a nivel nacional.

V. REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL Y EQUIPOS.

5.1. INSUMOS Y SERVICIOS.

Dado las condiciones del proyecto, se consideraron dos períodos en la adquisición de los insumos, uno será dentro de la construcción de la obra, las instalaciones y la puesta en marcha del hotel y el otro el que surge de los servicios de operación del mismo.

5.2. MANO DE OBRA Y SUPERVISIÓN.

Ambas se requieren tanto en el período de construcción como en el de operación. En la primera etapa será la constructora, los proveedores de equipo, asistencia técnica, diseñadores y consultores los encargados de las contrataciones de cerca de 1200 obreros y empleados. Para la segunda etapa se necesitará contar con una plantilla de personal cercana a las 185 personas. La mayoría de las contrataciones se espera sean de gentes del Municipio de Benito Juárez.

IV. DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES.

Las materias primas y auxiliares serán los elementos necesarios para la construcción y puesta en marcha del hotel. Se propone que la construcción sea hecha con elementos prefabricados en sus interiores y coordinada por una constructora de la Ciudad de México, ya que las locales son de muy corto alcance. La elección tanto de la constructora como de todos los proveedores se efectuará bajo comparación de cotizaciones convocadas a concurso y difundidas por los diarios a nivel nacional.

V. REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL Y EQUIPOS.

5.1. INSUMOS Y SERVICIOS.

Dado las condiciones del proyecto, se consideraron dos períodos en la adquisición de los insumos, uno será dentro de la construcción de la obra, las instalaciones y la puesta en marcha del hotel y el otro el que surge de los servicios de operación del mismo.

5.2. MANO DE OBRA Y SUPERVISIÓN.

Ambas se requieren tanto en el período de construcción como en el de operación. En la primera etapa será la constructora, los proveedores de equipo, asistencia técnica, diseñadores y consultores los encargados de las contrataciones de cerca de 1200 obreros y empleados. Para la segunda etapa se necesitará contar con una plantilla de personal cercana a las 185 personas. La mayoría de las contrataciones se espera sean de gentes del Municipio de Benito Juárez.

VI. PRESUPESTO DE INVERSIONES.

6.1. TERRENO.

El proyecto a desarrollar en Cancún, Quintana Roo, cuenta con una superficie total de 13 147 metros cuadrados, contando áreas de recreo, de servicios y habitaciones y áreas exteriores. El costo de terreno, según una Licitación manejada por FONATUR*, y cuyas dimensiones eran las adecuadas para la instalación del terreno, es de 5 000 045 dólares. Tambi'en habremos de mencionar que dichos lotes se encuentran ubicados a un costado de la Laguna de Nichupté, junto a la zona hotelera de Cancún.

6.2. COSTO DE LA OBRA CIVIL.

El costo de la obra está determinado por los metros cuadrados de construcción que son 8 326 metros cuadrados multiplicado por el costo (con acabados) que es de 425 dólares para efectos de hoteles categoría cinco estrellas. El costo total de la obra es de 3 538 380 dólares.

6.3. EQUIPO.

Se considera como equipo a todos los instrumentos que son imprescindibles para el buen servicio del hotel como los son: teléfonos, elevadores, ventiladores, calderas, equipo de lavandería, etc. El costo total es de 1 530 546 dólares. /_1

6.4. MOBILIARIO.

Comprende todos los muebles necesarios para la operación del hotel, tanto en hospedaje como en administración, recepción oficinas, bar, etc. El costo es de 1 485 035 dólares. /_2

/_1 FUENTE: "PYCORS" AV. CEYLAN 540. VALLEJO, MÉXICO, D.F.

/_2 FUENTE: "AKAR S.A." AV. COBÁ No. 5, PLAZA AMÉRICA. LOC. B-8 AL 9, CANCÚN, QUINTANA ROO.

6.5. LENCERIA Y CRISTALERIA.

Para este rubro se designarán 1 336 532 dólares, y se comprenden además de lencería y cristalería, blancos y demás.

6.6. DIFERIDOS.

Se consideran como el conjunto de erogaciones entre los que destacan: estudio de prefactibilidad, trámites legales, relaciones públicas, gastos de personal, comisiones, etc. El total es de 1 742 518 dólares.

6.7. CAPITAL DE TRABAJO.

Estará integrado por el efectivo en caja, sueldos y salarios, gastos departamentales, etc. El total es de 1 944 748 dólares.

CUADRO NÚM. 15
RESUMEN DE LAS INVERSIONES

CONCEPTO	DÓLARES
INVERSIÓN FIJA	
TERRENO	5 600 045
OBRA CIVIL	3 538 380
EQUIPOS FIJOS	1 530 546
MOBILIARIO	1 485 035
LENCERIA Y CRISTALERIA	1 336 532
INVERSIÓN DIFERIDA	
PREOPERATIVOS	1 742 518
CAPITAL DE TRABAJO	1 944 748
total	17 227 804

Fuente: elaboración propia.

VII. ESTUDIO FINANCIERO.

En el estudio financiero se analizarán todos los recursos económicos de los que se tendrá que disponer para la puesta en marcha del proyecto. Para efectos del rendimiento esperado en la construcción y puesta en marcha del hotel se plantea que el 80% de la inversión total sea aportado por un capital social y el restante 20% sea de crédito bancario.

CUADRO NÚM. 16
ESTRUCTURA DEL CAPITAL

CONCEPTO	%	DÓLARES
NECESIDADES DE CAPITAL	100	17 227 804
CAPITAL SOCIAL	80	13 490 538
CRÉDITO TOTAL*	20	3 737 266

* a una tasa del 19% anual.

Fuente: elaboración propia.

CUADRO NÚM. 17
TABLA DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL.*	%	CARGO ANUAL	VALOR DE RESC.
DEPRE.					
Terreno	5000045				5 000 045.
o. civil	3538380	20	5	1 769 190	176 919
eq. princ.	1530546	10	10	153 054	15 305
eq. com.	2821567	10	10	282 156	28 215
AMORTIZACIÓN					
	1742518	10	10	174 251	
TOTAL				2 378 651	5 176 964

*Representada en años

Fuente: elaboración propia.

CUADRO NÚM. 18.
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO REFACCIONARIO

AÑOS	SALDO	INTERESES	AMORTIZACIONES	PAGO TOTAL
1	1 742 518	331 078		331 078
2	1 742 518	331 078		331 078
3	1 742 518	331 078		331 078
4	1 742 518	331 078	248 931	580 009
5	1 493 587	283 779	248 931	532 710
6	1 244 656	236 484	248 931	485 415
7	995 725	189 187	248 931	438 118
8	746 794	141 890	248 931	390 821
9	497 863	94 593	248 931	343 524
10	248 931	47 296	248 931	296 227

Fuente: elaboración propia.

Antes de pasar al siguiente cuadro, habremos de señalar que la amortización del crédito refaccionario se da en un plazo de diez años, con tres años de gracia.

CUADRO NÚM. 19
AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO DE AVÍO

AÑOS	SALDO	INTERESES	AMORTIZACIÓN	PAGO TOTAL
1	1 944 748	369 501	-----	369 502
2	1 944 748	369 501	-----	369 502
3	1 944 748	369 501	-----	369 502
4	1 555 799	295 601	388 949	684 550
5	1 169 850	221 701	388 949	610 650
6	777 901	147 801	388 949	536 750
7	388 949	73 949	388 949	462 849

Fuente: elaboración propia.

El crédito de avío se da en un plazo de siete años, con un período de tres años de gracia.

CUADRO NÚM. 20
PRONOSTICO DEL INGRESO ANUAL POR CONCEPTO DE HOSPEDAJE.

CONCEPTO	No. CTOS	CTOS. POR AÑO	TARIFA/NOCHE	TOTAL ANUAL
HAB. DOBLE	253	92 345	180	18 469 000
HAB. KING	10	5 840	215	1 255 600
HAB. JUNIOR	38	13 870	250	3 467 500
MASTER SUIT	2	730	200	219 000
SUIT PRESIDEN.	1	365	1500	547 500
TOTAL	310			23 958 605

Fuente: elaboración propia

Para la puesta en marcha del proyecto se espera una capacidad del 80% en la ocupación de habitaciones. Partiendo de los datos aportados por el cuadro anterior tenemos que para el año uno de la operación del hotel tenemos un ingreso anual de 19 166 880 dólares. Para los años dos y subsecuentes el ingreso anual sólo por el concepto de ocupación será de 23 958 605 dólares.

A continuación, el siguiente cuadro mostrará el ingreso anual por concepto de los servicios que, además de la ocupación, podrá ofrecer al turista el hotel. Los porcentajes manejados son los datos aportados por el FONATUR, los cuales se desglosan de la siguiente manera: Por concepto de alimentos es el 35%; por concepto de bebidas es el 47% y; por otros conceptos es el 18%.

CUADRO NÚM. 21
INGRESO ANUAL TOTAL

CONCEPTO	%	INGRESO ANUAL(80%)	INGRESO ANUAL(100%)
HOSPEDAJE		19 166 880	23 958 605
ALIMENTOS	35	6 708 408	8 385 510
BEBIDAS	47	9 008 433	11 260 542
OTROS	18	3 450 038	4 312 548
TOTAL		38 333 759	47 917 200

Fuente: elaboración propia

7.1. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS:

Los porcentajes que a continuación se detallan, al igual que en el apartado de ingresos, fueron datos que se obtuvieron de los porcentajes que maneja FONATUR, y se desglosan de la siguiente manera:

Costos.

Por concepto de hospedaje se estima un 18% sobre las ventas totales anuales.

Por concepto de alimentos se considera un 20% sobre ventas totales anuales.

Por bebidas se estima un 22% sobre ventas totales anuales.

por otros conceptos se considera un 3% sobre ventas totales anuales.

Gastos.

Por promoción y publicidad se considera un 8.5% sobre ventas totales anuales.

Por área administrativa un 4% sobre ventas totales anuales.

Por mantenimiento un 3% sobre ventas totales anuales.

Por energía eléctrica un 10% sobre ventas totales anuales.

Por combustible y agua un 10% sobre ventas totales anuales y;

Por otros rubros un 1.5% sobre ventas totales anuales.

Finalmente las cifras finales por concepto de Costos y Gastos queda conformada de la siguiente manera.

CUADRO NÚM. 23
CONCENTRADO DE COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	%	INGRESO ANUAL 80%	INGRESO ANUAL 100%
COSTOS			
HOSPEDAJE	18	3 450 003	4 312 548
RESTAURANT	20	3 833 376	4 791 720
BAR	22	4 216 713	5 270 892
OTROS	3	575 006	718 758
SUBTOTAL		12 075 098	15 093 918
GASTOS			
PROMOC Y PUB.	8.5	1 629 184	2 036 481
ÁREA ADM.	4	766 675	958 344
MANTENIMIENTO	3	575 006	718 758
ENERGÍA ELEC.	10	1 916 688	2 395 860
COMB. Y AGUA.	10	1 916 688	2 395 860
OTROS	1.5	287 503	359 379
SUBTOTAL		7 091 744	8 864 682
TOTAL		19 166 842	23 958 600

Fuente: elaboración propia.

6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para calcular el Punto de Equilibrio se determinaron los diferentes volúmenes de ventas que se requieren para igualar los costos y los gastos de operación en los que incurre la empresa en cada año en que opera, así como el señalamiento de la capacidad instalada en que se encuentra.

Pe = Punto de equilibrio.

Cf = Costos Fijos.

Cv = Costos Variables.

Vt = Ventas totales.

La fórmula para llevar a cabo esta ecuación es:

$$Pe = \frac{Cf}{1 - Cv / Vt}$$

El punto de equilibrio se elaboró en base al tercer año de operación del proyecto, obteniéndose el siguiente resultado a partir del cuadro número 27, como se muestra a continuación:

CUADRO NÚM.27
CURVA DE APRENDIZAJE

AÑOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	VENTAS TOTALES
01	12 075 089	7 091 744	38 333 759
02	15 093 918	8 884 682	47 917 200
03	15 093 918	8 884 682	47 917 200
04	15 093 918	8 884 682	47 917 200
05	15 093 918	8 884 682	47 917 200
06	15 093 918	8 884 682	47 917 200
07	15 093 918	8 884 682	47 917 200
08	15 093 918	8 884 682	47 917 200
09	15 093 918	8 884 682	47 917 200
10	15 093 918	8 884 682	47 917 200

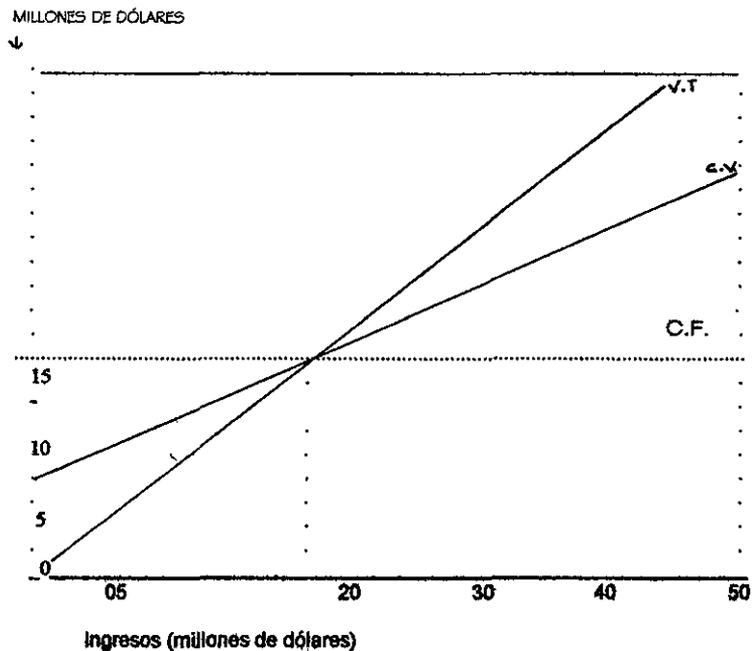
Fuente: Elaboración propia.

El resultado de esta ecuación es la siguiente:

$$\frac{15\ 093\ 918}{1 - 0.185} = 18\ 520\ 144$$

El Punto de Equilibrio es de 18 520 144 dólares.

PUNTO DE EQUILIBRIO



Con los resultados obtenidos, podemos mencionar que el proyecto tendría que generar ingresos por encima de los 18 520 144 dólares para cubrir sus Costos fijos y variables. Debemos de señalar que la elaboración del punto de equilibrio se señala para el año tres, pues para entonces el proyecto ya generará su producción "normal".

CURVA DE APRENDIZAJE
(CUARTOS)

AÑOS	CAPACIDAD HAB. %	HAB. DOBLEKING	HAB. JUNIOR	MASTER SUIT	SUIT PRES.	
1	80	73 876	4 672	11 096	1,6	.8
2	100	92 345	5 840	13 870	2	1
3	100	92 345	5 840	13 870	2	1
3	100	92 345	5 840	13 870	2	1
4	100	92 345	5 840	13 870	2	1
5	100	92 345	5 840	13 870	2	1
6	100	92 345	5 840	13 870	2	1
7	100	92 345	5 840	13 870	2	1
8	100	92 345	5 840	13 870	2	1
9	100	92 345	5 840	13 870	2	1
10	100	92 345	5 840	13 870	2	1

Fuente: elaboración propia

CUADRO NÚM. 25
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1) ENTRADAS	17227804	41627241	55157755	72880406	107700845	1177550073	127399311	137248544	147097777	156947010	166796242
aportación de socios	13460538										
crédito bancario	3737266										
hospedaje	19166360	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600	23950600
alimentos	6708408	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510	8385510
vehículos	9008433	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542	11260542
otros	3450038	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548	4312548
caja inicial	3293482	13530514	17722651	34820439	69640878	79490111	89339344	99188577	109037810	118887042	
2) SALIDAS	13934322	26354209	37435104	38059967	38059967	38059967	38059967	38059967	38059967	38059967	38059967
inversión fija	10312430										
inversión en el terreno	3621692										
costos y gastos	19166842	2396329	23398329	23398329	23398329	23398329	23398329	23398329	23398329	23398329	23398329
P.T.U	2246052	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915	2870915
I.S.R.	7187367	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205	10048205
amortización	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518	1742518
SALDO (1-2)	3293482	13530969	17722651	34820439	69640878	79490111	89339344	99188577	15108488	109037810	118887042

FUENTE: elaboración propia.

VIII. EVALUACIÓN FINANCIERA.

8.1. VALOR PRESENTE NETO

Para calcular el valor presente neto (VAN 1) del proyecto se fijó una tasa del orden del 19%, obteniéndose los siguientes resultados.

CUADRO NÚM. 29
VALOR PRESENTE NETO T1

AÑOS	FLUJO NETO	FACT. DE ACT.	VALOR PRESENTE
0	(17 227 804)	(1.0000)	(17 227 804)
1	15 405 756	0.8403	12 945 456
2	18 168 298	0.7061	12 828 628
3	18 168 298	0.5934	10 781 062
4	18 168 298	0.4987	9 060 525
5	18 168 298	0.4190	7 612 513
6	18 168 298	0.3522	6 398 871
7	18 168 298	0.2951	5 361 462
8	18 168 298	0.2483	4 511 186
9	18 168 298	0.2084	3 786 271
10	18 168 298	0.1754	3 186 717
TOTAL			59 244 887

Fuente: elaboración propia.

Con una tasa del 19% tenemos como resultado un VAN 1 positivo con una cantidad de 59 244 887, siendo esta cantidad superior a cero el proyecto sí es factible y se acepta.

Para la obtención del Valor Actual Neto (VAN 2) se calculo una tasa del 70%, obteniendo los siguientes resultados.

CUADRO NÚM. 30
VALOR PRSENTE NETO T2

AÑOS	FLUJO NETO	FAC. DE ACT.	VALOR PRESENTE
0	(17 227 804)	(1.0000)	(17 227 804)
1	15 405 756	0.0588	905 858
2	18 168 298	0.3460	6 286 227
3	18 168 298	0.2035	3 697 246
4	18 168 298	0.1197	2 174 744
5	18 168 298	0.0704	1 279 047
6	18 168 298	0.0414	752 167
7	18 168 298	0.0243	441 489
8	18 168 298	0.0143	259 806
9	18 168 298	0.0084	152 613
10	18 168 298	0.0049	89 024
TOTAL			(1 189 583)

Fuente: elaboración propia.

Con una tasa del 70%, se obtiene un VAN 2 con una cantidad de menos 1 189 583, siendo esta cantidad menor a cero, el proyecto no es factible y por lo tanto se rechaza.

Recapitulando: A manera de resumen trataremos de desglosar el significado de los métodos de evaluación para un proyecto de inversión. En cuanto al Valor Presente Neto (VAN), diremos que se define como el ingreso neto que obtendrá la empresa a valores actualizados, el cual puede ser positivo o negativo. En el cálculo del VAN no se obtiene como resultado una rentabilidad en términos de tasa de interés, las cuales han sido seleccionadas previamente. El Valor Actual Neto de un proyecto se obtiene sumando sus Beneficios Netos anuales actualizados a una determinada tasa (ver cuadros 29 y 30).

La Tasa Interna de Retorno se interpreta de diferentes formas, siendo una de ellas la que la define como el interés al que, descontando a valor presente los flujos de un determinado proyecto de inversión, dicho valor presente iguala al monto de la inversión, también es la tasa a la cual, el valor presente neto de un proyecto de inversión es cero.

Se calcula en base a la diferencia de los ingresos y egresos que se generan durante la vida útil del proyecto, actualizado a tasas variantes de interés y se sitúa cuando a la diferencia entre flujos netos de inversión y flujos de efectivo es igual a cero, representando al rendimiento del dinero invertido después de recuperar la inversión (ver cuadro 31)

El Período de Recuperación de la Inversión se define como el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto amorticen el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer en cuanto tiempo una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión (ver cuadro número 32).

CUADRO NÚM. 31.
TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	FACT. ACT.	VALOR PRES.	FAC. ACT.	VALOR P.
		19%	70%		
0	(17 227 804)	(1.0000)	(17 227 804)	(1.0000)	(17 227 804)
1	15 405 756	0.8403	12 945 456	0.0588	905 858
2	18 168 289	0.7061	12 828 628	0.3460	6 286 227
3	18 168 289	0.5934	10 781 062	0.2035	3 697 246
4	18 168 289	0.4987	9 060 535	0.9117	2 174 744
5	18 168 289	0.4190	7 612 513	0.0704	1 279 047
6	18 168 289	0.3522	6 398 871	0.0414	752 167
7	18 168 289	0.2951	5 361 462	0.0243	441 489
8	18 168 289	0.2483	4 511 186	0.0143	259 806
9	18 168 289	0.2084	3 786 271	0.0084	152 613
10	18 168 289	0.1754	3 186 717	0.0049	89 024
TOTAL			59 244 887		(1 189 583)

Fuente: elaboración propia.

$$T.I.R. = \frac{T2(VAN T1) - T1(VAN T2)}{(VAN T1 - VAN T2)}$$

DONDE:

T1 = 19%

T2 = 70%

VAN T1 = 59 244 887

VAN T2 = -1 189 583

DESPEJANDO:

$$70(59 244 887) - 19(-1 189 583)$$

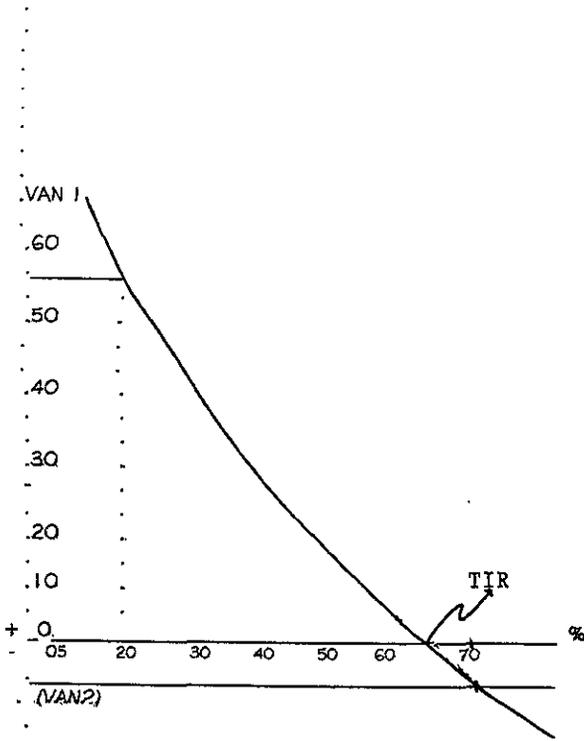
$$\frac{\quad}{59 244 877 + 1 189 583} = 68.24\%$$

$$59 244 877 + 1 189 583$$

La Tasa Interna de Retorno es de 68.24 %. Esta tasa de actualización hace nulo el valor del VAN del proyecto, es decir, cuando el VAN es igual a cero, situación que se observa en la gráfica anterior. Por lo tanto, se observa que el 68.24% es la máxima tasa de interés que se puede pagar por el capital prestado a un plazo de 5 años con tres de gracia.

PRESENTACIÓN GRÁFICA DEL VAN Y DE LA TIR

MILLONES DE DÓLARES



El TIR se define como la tasa de actualización que hace nulo el VAN del proyecto, es decir, cuando el VAN es cero.

Período de Recuperación de la Inversión.

CUADRO NÚM. 32
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

AÑOS	FLUJO NETO DE EFEVO.	FLUJO ACUMULADO
01	(17 227 804)	(17 227 804)
02	15 405 756	(1 822 048)
03	18 168 298	16 346 250
04	18 168 298	34 514 548
05	18 168 298	52 682 846
06	18 168 298	70 851 144
07	18 168 298	89 019 442
08	18 168 298	107 187 740
09	18 168 298	125 356 038
10	18 168 298	143 524 336

Fuente: Elaboración propia.

La ecuación para encontrar el período en el cual se recupera la inversión es la siguiente:

$$PRI = 3 - 1 \frac{(1\ 822\ 048)}{18\ 168\ 298} = 0.01$$

$$PRI = 2 + 0.01$$

$$PRI = 2.1$$

Por lo tanto se concluye que la inversión se recupera en un período de dos años y un mes, por lo que la rentabilidad del proyecto esta garantizada.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- ARRILLOGA VELÁSICO MIGUEL "LA POLÍTICA TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓN GENRAL DEL PAÍS" . CNT, MÉXICO 1964.
- 2.- BANCO NACIONAL DE OBRAS Y SERVICIOS PÚBLICOS. INSTITUTO DE CAPACITACIÓN FISCAL. ASISTENCIA TÉCNICA INTEGRAL AL MUNICIPIO DE BENITO JUÁREZ. MÉXICO 1994.
- 3.- CARLOS TERCERO R. "REALIDADES Y PERSPECTIVAS DEL TURISMO". REVISTA DECISIÓN. CONCANACO, MÉXICO 1984. PP. 32-27 Y 26-29.
- 4.- CENTRO ESTATAL DE ESTUDIOS MUNICIPALES DE QUINTANA ROO. "LOS MUNICIPIOS DE QUINTANA ROO" 1989.
- 5.- CENTRO ESTATAL DE ESTUDIOS MUNICIPALES DE QUINTANA ROO. "MONOGRAFÍA DEL MUNICIPIO DE BENITO JUÁREZ, CANCÚN, QUINTANA ROO". 1986.
- 6.- CERVANTES GALLARDO, JUAN. "EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN" DE. FCE. MÉXICO 1986.
- 7.- CONSULTORES INTERNACIONALES S.C. 2ANÁLISIS DE LAS APORTACIONES A LOS FONDOS MIXTOS". INFORMACIÓN CON BASE A LOS DATOS DE LA SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA SECRETARÍA DE TURISMO, SECTUR. MÉXICO 1994.
- 8.- CÓRDOBA LÍRA FRANCISCO. "CANCÚN REQUIERE UN NUEVO PLAN DE DESARROLLO". REVISTA ENTORNO, NÚMERO 6. CANCÚN, QUINTANA ROO.

- 9.- DIRECCION GENERAL DE POLÍTICA TURÍSTICA. "ACUERDO DE LIBRE COMERCIO Y SU IMPÁCTO SOBRE EL TURISMO". ESTUDIOS ECONÓMICOS. SECTUR 1991.
- 10.- DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL GOBIERNO DE MÉXICO. "TESTIMONIOS DE UNA POLÍTICA EN MATERIA DE TURISMO". MÉXICO 1964. P.23.
- 11.- EL FINANCIERO. AÑO XVI. VARIOS NÚMEROS.
- 12.- FONATUR. BARÓMETRO TURÍSTICO. "PROYECTO CANCÚN" GERENCIA DE MERCADOTÉCNIA. 1995.
- 13.- FONATUR. "UNA META... UN LOGRO (MÁS DE UNA DÉCADA EN EL TURISMO). SUBDIRECCIÓN GENERAL DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN. DIRECCIÓN DE FINANZAS.
- 14.- FONATUR-BID. "PROGRAMA DE DESARROLLO TURÍSTICO". 1992
GOBIERNO DEL ESTADO DE QUINTANA ROO. "PLAN DIRECTOR DE DESARROLLO URBANO DE LA CIUDAD DE CANCÚN". PERIÓDICO OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE QUINTANA ROO. CHETUMAL. 1996.
- 15.- GUTIÉRREZ NÚÑEZ, CARLOS. "APLICACIÓN DE LOS PRECIOS DE CUENTA A LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS". PONENCIA PRESENTADA EN LA "REUNIÓN INTERNACIONAL SOBRE PROYECTOS DE INVERSIÓN" CONVOCADA POR NAFINSA Y SSP, NOV. 1987.
- 16.- GUTIÉRREZ NÚÑEZ, CARLOS. "EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE PROYECTOS" . EDITORIAL DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN, U.N.A.M., MÉXICO 1988.

- 17.- H. AYUNTAMIENTO DE BENITO JUÁREZ. "PLAN DE GOBIERNO 1993-1996. COORDINACIÓN DE ASESORES DEL C. PRESIDENTE MUNICIPAL, CANCÚN, QUINTANA ROO.
- 18.- "LEY FEDERAL DE TURISMO", 7a EDICIÓN. EDITORIAL PORRÚA S.A., MÉXICO 1992.
- 19.- NAFINSA. "EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN". 1986.
- 20.- NAFINSA. "DIPLOMADO EN EL CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN". FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN. MÉXICO 1996.
- 21.- NAFINSA. "LA ECONOMÍA MEXICANA EN CIFRAS" MÉXICO 1997.
- 22.- OCHOA, FELIPE Y ASOCIADOS. "PLANEACIÓN A CORTO PLAZO DE CANCÚN, QUINTANA ROO. FONATUR, 1982.
- 23.- PANÍ, ALBERTO J. "LA INDUSTRIA NACIONAL DEL TURISMO", DE. ATLANTE, S.A. MÉXICO 1991.
- 24.- PANÍ, ALBERTO J. "TRES MONOGRAFÍAS" . DE. ATLANTE, S.A. MÉXICO 1990 P. 223.
- 25.- SECRETARÍA DE TURISMO. "CANCÚN, UN DESARROLLO EN LA COSTA AZÚL TURQUESA" 1972.
- 26.- SECRETARÍA DE TURISMO. "INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA" MÉXICO 1997.

27.- SISTEMA DE POLÍTICA TURÍSTICA. EDITORIAL AGUILAR, MADRID 1925.

28.- SUBDIRECCIÓN GENERAL DE MERCADOTÉCNIA. "BARÓMETRO TURÍSTICO". FONATUR. JUNIO 1994.

29.- ROLANDO CORDERA Y CLEMENTE RUÍZ. "ESQUEMAS DE PERIODIZACIÓN DEL DESARROLLO CAPITALISTA EN MÉXICO". REVISTA INVESTIGACIÓN ECONÓMICA NÚM 153. FACULTAD DE ECONOMÍA, U.N.A.M.