



INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA DE
INGENIERÍA Y CIENCIAS SOCIALES Y
ADMINISTRATIVAS

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INSTALACIÓN
DE UN HOTEL CINCO ESTRELLAS EN PUERTO
VALLARTA JALISCO, MEXICO”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

P R E S E N T A
EDMUNDO ARÉVALO HERNÁNDEZ

ÍNDICE

M É X I C O D . F . M A R Z O 2 0 1 0

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iii

CAPÍTULO I. MARCO METODÓLOGICO

1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2	OBJETIVO GENERAL	2
1.3	OBJETIVOS ESPECIFICOS	2
1.4	JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	2
1.5	MARCO TEORICO	4
1.6	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7	HIPÓTESIS O SUPUESTOS	9
1.8	TIPO DE INVESTIGACION	9
1.9	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN A EMPLEAR	9

CAPÍTULO II. JUSTIFICACION SOCIOECONOMICA

2.1	EL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL	10
2.2	EL TURISMO PARA MEXICO ACORDE AL PROGRAMA NACIONAL TURISTICO	11
2.3	EL TURISMO EN EL ESTADO DE JALISCO	13
2.4	ELTURISMO EN PUERTO VALLARTA	15

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1	ANALISIS DE LA DEMANDA	17
3.2	TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN MEXICO	17
3.2.1	ORIGEN DE TURISTAS EXTRANJEROS EN PUERTO VALLARTA	20
3.3	TIPIFICACION DE LOS DEMANDANTES	20
3.4	ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	26
3.4.1	AFLUENCIA HISTORICA DE VISITANTES A PUERTO VALLARTA	27
3.4.2	PROMEDIO DE ESTADIA Y DENSIDAD DE VISITANTES EN PUERTO VALLARTA	28
3.4.3	ORIGEN NIVEL MENSUAL DE TURISTAS EN PUERTO VALLARTA	28
3.5	DEMANDA ACTUAL	29
3.6	ESTIMACION DE LA DEMANDA FUTURA	29
3.7	ANALISIS DE LA OFERTA	30
3.7.1	OFERTA ANUAL DE HOSPEDAJE EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS EN PUERTO VALLARTA	31
3.7.2	ESTIMACIÓN FUTURA DE LA OFERTA EN PUERTO VALLARTA	32

3.7.3	CALCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA	33
3.8	CALCULO DE LA PROYECCION DEL PORCENTAJE DE OCUPACION EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS	34
3.9	BALANCE OFERTA Y DEMANDA	35
3.10	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	37
3.10.1	CARACTERISTICAS DE LOS HOTELES DE 5 ESTRELLAS EN ACTUAL OPERACIÓN EN PUERTO VALLARTA	37
3.11	DEFINICION Y CARACTERISTICAS DEL SERVICIO DEL HOTEL PROYECTADO	40
3.12	NORMATIVIDAD TECNICA Y SANITARIA	41
3.13	PRECIOS Y TARIFAS	41
3.14	ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA	44
3.15	COMERCIALIZACION DEL SERVICIO	45
3.15.1	COSTOS DE COMERCIALIZACION	46

CAPÍTULO IV. ESTUDIO TECNICO

4.1	LOCALIZACION DEL PROYECTO	48
4.1.1	FACTORES DE INFLUENCIA Y CRITERIOS DE LOCALIZACION	49
4.2	MACROLOCALIZACION	50
4.3	MICROLOCALIZACION	55
4.4	REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL	68
4.5	EDIFICACION Y COSTOS	72
4.6	INVERSION FIJA	72
4.7	INVERSION DIFERIDA	90
4.8	CAPITAL PARA INVERSION	92

CAPÍTULO V. ESTUDIO FINANCIERO

5.1	CALENDARIO DE INVERSIONES	99
5.2	ESTRUCTURA FINANCIERA	103
5.3	FINANCIAMIENTO	103
5.3.1	TIPO DE FINANCIAMIENTO	104
5.4	PRESUPUESTO DE INGRESOS	105
5.5	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	112
5.6	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	114
5.6.1	ESTADO DE RESULTADOS	114
5.6.2	PUNTO DE NIVELACION	117

CAPÍTULO VI. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

6.1	FLUJO NETO DE EFECTIVO	121
6.2	CALCULA DE LA TREMA	121
6.3	CALCULO DEL COSTO DEL CAPITAL PONDERADO (CKP)	121
6.4	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	122
6.5	RELACION BENEFICIO COSTO	125
6.6	TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	125
6.7	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	126
6.8	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	126

CAPÍTULO VII. ORGANIZACION

7.1	CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD	128
7.2	ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA EMPRESA DEL PROYECTO HOTELERO	129

	CONCLUSIONES	134
--	---------------------	------------

	BIBLIOGRAFÍA	137
--	---------------------	------------

	ANEXOS	138
--	---------------	------------

RESUMEN

Bajo el presente análisis se pretende primeramente, evaluar la viabilidad de desarrollar de un proyecto hotelero en la ciudad de Puerto Vallarta en el estado de Jalisco, que permita ampliar la cobertura actual de los hoteles llamados de lujo, para las necesidades del turismo en el Pacífico y en México.

Se deben delimitar perfectamente algunos aspectos importantes, y para ello se ha realizado un estudio de la ciudad y en especial de su entorno comercial y turístico, para determinar la necesidad de un hotel de servicio completo en esta ciudad, definiendo las características del cliente potencial de este proyecto y a su vez de la competencia en el sector para poder acertar en el diseño de un hotel diferenciador que cumpla con las necesidades de sus clientes y establecer una infraestructura general que aporte la satisfacción de las necesidades del Sector Turístico y proporcione el soporte necesario para obtener el mayor beneficio económico posible.

Hemos considerado las diferentes formas de promoción del hotel para que sea conocido por los clientes a nivel nacional y mundial evaluando los costos de diseño e implementación del hotel y pronosticando la demanda de éste.

Para decidir si los costos de implementación están de acuerdo con los requerimientos de calidad de la empresa y además si son factibles desde el punto de vista económico para el desarrollo positivo de la empresa.

La viabilidad de un proyecto en general busca determinar si algo se puede hacer desde el punto de vista de mercado, operativo, organizacional y financiero. Dicho estudio se hace por medio de un análisis detallado del mercado, una evaluación organizacional del negocio hotelero y una evaluación de proyectos que constan de presupuestos, pronósticos y cálculos de rentabilidad.

Este proyecto busca obtener herramientas seguras y confiables que permitan la toma de decisiones adecuadas y con el menor riesgo posible. Como la inversión de un hotel de esta categoría es muy alta, la empresa debe realizar estudios que certifiquen que el proyecto generará utilidades y que además permitan sacar provecho de las inversiones a realizar.

Se busca lograr la implementación de estrategias de expansión por medio del logro de la cobertura nacional con el fin de cumplir con las necesidades de sus clientes. La consolidación de clientes tradicionales y la consecución de nuevos clientes son el negocio primordial de una compañía hotelera y es esa la primera razón.

Puerto Vallarta es una ciudad con un auge de negocios que se incrementa a diario y siendo una ciudad turística, es una de las ciudades que tiene una demanda relativamente alta a nivel de hospedaje y una oferta de hoteles de alta categoría que aun podemos explotar.

Por estas razones se requieren datos e información para implementar el proyecto en la realidad. La concordancia, la exactitud y la precisión de estos datos pronosticados, la rentabilidad y el tiempo de retorno hacen que nuestro proyecto tenga herramientas de confiabilidad para ser presentado a los inversionistas y lograr que la implementación se logre.

Como cualquier proyecto, éste tiene algunas limitaciones que de alguna manera entorpecen la realización y desarrollo del mismo. Algunos de estos obstáculos no son precisamente propios del mercado turístico, sino que son ajenos a éste como el adverso ambiente sanitario que se ha vivido en el año anterior, políticas económicas de nuestro país y de otros que constituyen un fuerte aporte de visitantes a nuestro destino turístico, así como las fuertes crisis económicas vividas en los mismos territorios, además de la inestabilidad social y política de los mismos, pero se confía que bajo las estrategias, recursos y análisis después detallados, puedan combatirse eficientemente dichas adversidades.

INTRODUCCION

Puerto Vallarta es un municipio y ciudad turística del estado de Jalisco, en México, ubicada en la Bahía de Banderas, en el Océano Pacífico. Puerto Vallarta cuenta con una población estimada de 198.332 personas y más de cinco millones de turistas anuales.

Es la segunda zona económica más importante del estado de Jalisco y el tercer puerto más importante de México. Actualmente, es uno de los lugares más visitados del país. El municipio de Puerto Vallarta está situado al poniente del estado, a una altura de 2 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con el estado de Nayarit, al sur con el municipio de Cabo Corriente y Talpa de Allende; al este con San Sebastián y Mascota y al oeste con el Océano Pacífico.

Su extensión territorial es de 1.300,67 kilómetros cuadrados.

El municipio cuenta con muy pocas zonas planas, éstas se localizan principalmente en la margen derecha del río Ameca y por la costa desde su desembocadura hasta la del río Cuale hacia el sur. La mayor parte de la superficie está ocupada por zonas accidentadas, al oriente las sierras de San Sebastián y de Cuale, que forman parte de la Sierra Madre Occidental, lo protegen de los vientos y sirven como moderadores del clima.

La Sierra de Cuale llega hasta la costa formando imponentes acantilados empezando al sur de la cabecera municipal y continúa al sur hasta formar el Cabo Corrientes. Las principales alturas son: el Picacho de Palo María de 1600 metros, el Cerro de la Aguacatera, de 1500, y la Torrecilla, de 1250 metros sobre el nivel del mar.

Señala el impacto sobre la economía nacional, estatal y municipal, es decir, como contribuye socioeconómicamente a cada nivel, cuál debe ser la participación de cada personaje para lograr los objetivos ya marcados en los programas ya planeados.

El estudio de mercado nos indica e identifica al mercado en el cual se quiere ofrecer el servicio, características de una demanda histórica y futura, características de una oferta histórica que nos muestra que históricamente es capaz de responder a una demanda señalada.

El estudio técnico nos indica las características físicas de lo que es el proyecto turístico, medidas, diseños, costos, etc. De igual forma señala las condiciones de macro y micro localización de la zona en que se va a ejecutar.

El estudio financiero muestra cómo va a ser estructurado el financiamiento para la ejecución del proyecto, señala como estarán divididas las inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo para un mejor aprovechamiento de los recursos.

Los ingresos y egresos no serán menos importantes ya que en estos radica el rumbo del proyecto a lo largo de la vida útil, el comportamiento de ambos tiene un cuidado muy especial que son evaluados con diferentes técnicas para conocer sus resultados y estos nos ayuden a la toma de decisiones.

La organización simplemente señala el organigrama del hotel, la función de cada empleado y algunas características sobre los puestos del personal.

Por último las conclusiones obtenidas sobre este proyecto derivadas de los diversos tipos de estudio.

MARCO ECONÓMICO

El turismo es uno de los principales factores para el desarrollo económico de este municipio. Puerto Vallarta ofrece a sus habitantes y visitantes un buen número de playas que son visitadas cotidianamente.

Aquí se pueden admirar gran cantidad de bellezas naturales, monumentos históricos y obras de arte, lo cual atrae a muchos turistas nacionales y extranjeros.

El turismo se encuentra ampliamente fomentado en Puerto Vallarta, pues el municipio cuenta también con zonas arqueológicas, ecológicas y de montañas con bellos paisajes, lo cual lo hace ampliamente atractivo para esta actividad económica.

Las industrias alimenticia y hotelera de Jalisco, se encuentran en el inicio de la recuperación económica, luego de la Alerta Sanitaria, que en todo el País afectó a un gran número de pequeñas empresas de este rubro.

Durante la toma de protesta del nuevo Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), se mencionó que comienza a revertirse la situación adversa gracias a la coordinación y colaboración de todos los sectores de Jalisco.

En conclusión, a pesar de las malas rachas y contratiempos económicos y sanitarios recientemente sucedidos en el país, Puerto Vallarta está listo para recibir a todos sus visitantes con todas las

atenciones y comodidades que el turista se merece, así como a impulsar la economía nacional e incrementar el número de visitas foráneas a México y Puerto Vallarta, conjuntando para su logro, sus esfuerzos monetarios y de servicios con los realizados por el gobierno Federal y Estatal.

CAPITULO I. MARCO METODOLÓGICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector turístico es sin duda un motor importante para el impulso de la economía mexicana, la aplicación de diversos programas nacionales y estatales contribuyen en gran medida al crecimiento económico mexicano.

El proyecto sobre la instalación de un hotel de cinco estrellas en Puerto Vallarta, genera un análisis profundo sobre las ventajas y consecuencias que conlleva un proyecto de una magnitud a nivel internacional en diversos sectores en el ámbito estatal.

El análisis comprende en este caso una presentación sobre el beneficio del sector turístico globalizado, es decir, la modernización de toda infraestructura y uso tecnológico para ofrecer un servicio de calidad y competente con cualquier destino turístico.

Debido a las diversas condiciones sanitarias desfavorables que se han vivido alrededor del mundo, siendo México el principal foco de atención en este caso, nuestro país presenta un nivel de desconfianza significativo, tanto para la economía, para la salud y sobre todo para el sector turístico.

Sin embargo, se estima que se presenten condiciones que contribuyan al revertimiento de dicho fenómeno de salud, político y económico, y de esta manera resaltar los atributos amigables de nuestro país y de la zona occidente, Puerto Vallarta específicamente.

El turismo es sin duda un sector muy rentable, que contribuye en gran medida a la derrama económica nacional, es por eso que se pretende implantar un hotel con la categoría de cinco estrellas, ya que históricamente se ha comprobado que Puerto Vallarta es una zona con gran potencial para la atracción de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Es evidente que la implantación de un complejo turístico de la categoría que se pretende, conlleva una inversión de un nivel alto, pero a través del tiempo y analizando el comportamiento del sector en la mayoría de los centros turísticos de nuestro país, se ha comprobado que la explotación de dicha actividad, contribuye no solo en la recuperación de las inversiones, sino que las sobrepasa, reportando utilidades, que es el objetivo necesario en todo negocio; siendo Puerto Vallarta uno de

los principales aportadores de este sector en México, constituyendo así, nuestro destino turístico en cuestión, una herramienta trascendente para considerar al turismo como un negocio rentable para su sobrevivencia y constituyendo una fortaleza que funcional de apoyo para el desarrollo económico de los habitantes y de otros sectores comerciales dentro de la nación.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Generar un proyecto útil que apoye el desarrollo del sector turístico dentro del estado, además satisfacer la demanda de este servicio.

1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Optimizar recursos materiales y humanos asignados en el presente estudio para que se logren generar utilidades previamente estimadas en esta investigación.
- Conocer la situación real del mercado en la zona y obtener así un conocimiento más profundo para la operación de este proyecto, estableciendo concretamente sus prioridades.
- Involucrar el proyecto de investigación en la derrama económica que se necesita para el crecimiento económica de la zona e impulsando por consecuencia el del país, generando empleos productivos.
- Fortalecer el proyecto para que sea competitivo con respecto al resto de los establecimientos que también ofrecen este servicio.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El turismo involucra algunos aspectos de la economía nacional, mismos que impulsan el desarrollo y crecimiento de este proyecto de inversión, ya que son la célula básica de la economía. Los aspectos económicos que se consideran con mayor impulso para el logro de los objetivos son los siguientes:

La contribución del sector y sus efectos sobre el ingreso nacional, se puede presentar de distinta manera, ya sea aportando al Producto Interno Bruto, puede ser también como herramienta para la

redistribución del ingreso y de los diversos efectos multiplicadores resultantes del gasto de los turistas en el país.

Por lógica a lo que se refiere en el caso del PIB, el pago realizado por este concepto de visitantes extranjeros genera el pago posterior de salarios y otros ingresos en los factores de producción. Por ejemplo, cuando los hoteles compran su materia prima o los constructores del hotel adquieren su materia prima a los proveedores, generan con estas compras un producto interno dentro del proceso de distribución.

En el punto de los efectos multiplicadores resultantes del gasto turístico, estos efectos constituyen los llamados "efectos directos" determinados a raíz del gasto de los turistas, las que se presentan como consecuencia de los ingresos que se perciben en los factores de la producción del propio sector y en los sectores que producen bienes y servicios destinados al consumo turístico, tanto nacional como internacional.

El ingreso que perciben los factores de la producción en el sector turístico, da origen a ciertos efectos indirectos en la economía, como consecuencia de que parte del ingreso se ocupa para la compra de bienes y servicios.

Estos lo provocan a su vez, otra serie de reacciones inducidas, debido a los que lo reciben, también lo usan, en parte, en el consumo de otros productos y servicios, y así sucesivamente, como una reacción en cadena.

De esta forma los efectos indirectos generados por el gasto de los turistas más los efectos inducidos que estos provocan producen un incremento en el Producto Interno o Valor Agregado Inicial y hacen que el valor agregado final se incremente.

La importancia de este sector como generador de empleo, está ligado al grado de auge que este reviste como fuente generadora de ingresos para nuestra economía. Por tal motivo, en algunas naciones, donde el PIB producido por este sector es realmente bajo, el empleo de éste sector, generalmente representa una pequeña parte del empleo total.

Esta zona de occidente se considera como un sitio no tan popular como otros dentro del país, pero no menos importante. Este destino surgió como una pequeña villa y permaneció como una zona en bajo desarrollo por casi un siglo.

La arquitectura y estilo de vida reflejan esto. En años recientes se han hecho varias mejoras en la infraestructura para poder tener espacio para la creciente cantidad de turistas y residentes. Esto ha dado al encanto tradicional de Puerto Vallarta un arraigo de modernos servicios de lujo y confort.

La Geografía de Puerto Vallarta es un punto más a su favor, que hace a este puerto sobresalir entre otros destinos del Pacífico. La expansión de la Bahía de Banderas la segunda más grande del hemisferio, ofrece visitas espectaculares de la costa y playas tranquilas.

El turismo es fuente de entrada de divisas al país, a pesar de las bajas recientes de visitantes, por la situación económica que actualmente afecta al planeta entero, pero sobre todo a Estados Unidos, que constituye el principal visitante en la zona, esta afluencia de visitantes se ha mostrado de una manera radical y junto con la relación general de la economía de México que es dependiente a los diversos sucesos, fenómenos, políticas que se presentan en los Estados Unidos, en cierta forma afecta los intereses del país.

Sin embargo, en cuestión de turismo afortunadamente, una gran parte de Europa y Sudamérica es un cliente turístico preferente de México. El turismo tiene el tercer lugar de entrada de divisas después del petróleo e inversión extranjera directa, e incluso aporta beneficios en la balanza de pagos y es significativa su aportación, es por eso que es importante estudiar este sector y tomar en cuenta todas sus características para obtener mayores beneficios, tanto al inversionista como a la sociedad.

Debido al constante crecimiento turístico que se ha visto en años recientes en Puerto Vallarta, la inversión de un hotel como proyecto, se considera como un negocio redituable; toda vez que la inversión sería recuperada en un periodo no mayor a cinco años.

Finalmente, en este proyecto de inversión, se pretende plasmar una visión real y coherente que pueda ser adaptada a los fenómenos externos que sean ajenos a nosotros, será necesario aplicar diversas herramientas, consultar diversas dependencias, bibliografías que nos aportarán las respuestas que necesitamos para cubrir nuestras necesidades, en la realización de este proyecto.

1.5 MARCO TEÓRICO

La investigación se referirá específicamente al desarrollo de una propuesta para la implementación de un Modelo de Capital Intelectual, el marco teórico deberá abarcar temas como: Administración de la empresa, Administración de Recursos Humanos, Administración del conocimiento, Capital Intelectual con sus elementos, modelos, objetivos, limitantes, importancia, estructura, y todos aquellos aspectos a considerar para el desarrollo del mismo,

El turismo involucra algunos aspectos de la economía nacional, mismos que impulsan el desarrollo y crecimiento de este proyecto de inversión, ya que son la célula básica de la economía. Los aspectos económicos que se consideran con mayor impulso para el logro de los objetivos son los siguientes:

La contribución del sector y sus efectos sobre el ingreso nacional, se puede presentar de distinta manera, ya sea aportando al Producto Interno Bruto, puede ser también como herramienta para la redistribución del ingreso y de los diversos efectos multiplicadores resultantes del gasto de los turistas en el país.

Por lógica a lo que se refiere en el caso del PIB el pago realizado por este concepto de visitantes extranjeros genera el pago posterior de salarios y otros ingresos en los factores de producción, por ejemplo cuando los hoteles compran su materia prima o los constructores del hotel adquieren su materia prima a los proveedores, generan con estas compras un producto interno dentro del proceso de distribución.

En el punto a lo que se refiere a la redistribución del ingreso, en este aspecto del turismo se presenta en un turismo en el ámbito nacional y surge a raíz de las características específicas que presenta el producto de tal sector, el cual se encuentra ligada a una determinada región o empresa.

En el punto de los efectos multiplicadores resultantes del gasto turístico, estos efectos constituyen los llamados efectos directos determinados a raíz del gasto de los turistas, las que se presentan como consecuencia de los ingresos que se perciben en los factores de la producción del propio sector y en los sectores que producen bienes y servicios destinados al consumo turístico, tanto nacional como internacional.

El ingreso que perciben los factores de la producción en el sector da origen a ciertos efectos indirectos en la economía, como consecuencia de que parte del ingreso se ocupa para la compra de bienes y servicios.

Estos lo provocan a su vez otra serie de reacciones inducidas por que los que lo reciben lo usan, en parte, en el consumo de otros productos y servicios, y así sucesivamente, como una reacción en cadena.

De esta forma los efectos indirectos generados por el gasto de los turistas más los efectos inducidos que estos provocan producen un incremento en el Producto Interno o Valor Agregado Inicial y hacen que el valor agregado final se incremente.

La importancia de este sector como generador de empleo, está ligado al grado de auge que este revista como fuente generadora de ingresos para nuestra economía. Por tal motivo, en algunas naciones, donde el PIB producido por este sector es realmente bajo, el empleo de éste sector, generalmente representa una pequeña parte del empleo total.

Normalmente los empleos generados por el turismo tiene su origen en lo que los turistas gastan y por esto, los mismos generan no solo un propio sector turístico y en los sectores proveedores de éste sino además éste gasto da origen, a empleos adicionales que se derivan de los efectos multiplicadores, principalmente en aquellas relacionadas con la construcción de la infraestructura y el desarrollo de las facilidades turísticas.

Se considera esta zona de occidente como un sitio no tan popular como otros dentro del país, pero no menos importante. Este destino surgió como una pequeña villa y permaneció como una zona en bajo desarrollo por casi un siglo.

La arquitectura y estilo de vida reflejan esto. En años recientes se han hecho varias mejoras en la infraestructura para poder tener espacio para la creciente cantidad de turistas y residentes. Esto ha dado al encanto tradicional de Puerto Vallarta un arraigo de modernos servicios de lujo y confort.

La Geografía de Puerto Vallarta es un punto más a su favor, que hace a este puerto sobresalir entre otros destinos del Pacífico. La expansión de la Bahía de Banderas la segunda más grande del hemisferio, ofrece visitas espectaculares de la costa y playas tranquilas.

El turismo es fuente de entrada de divisas al país, a pesar de las bajas recientes de visitantes, por la situación que actualmente afecta a los Estados Unidos, esta afluencia de visitantes se ha mostrado de una manera radical y junto con la relación general de la economía de México que es dependiente a los diversos sucesos, fenómenos, políticas que se presentan en los Estados Unidos, en cierta forma afecta los intereses del país.

Sin embargo, en cuestión de turismo afortunadamente, una gran parte de Europa y Sudamérica es un cliente turístico preferente de México. El turismo tiene el tercer lugar de entrada de divisas después del petróleo e inversión extranjera directa, e incluso aporta beneficios en la balanza de pagos y es significativa su aportación, es por eso que es importante estudiar este sector y tomar en cuenta todas sus características para obtener mayores beneficios, tanto al inversionista como a la sociedad.

Finalmente en este proyecto de inversión, se pretende plasmar una visión real y coherente que pueda ser adaptada a los fenómenos externos que sean ajenos a nosotros, será necesario aplicar

diversas herramientas, consultar diversas dependencias, bibliografías que nos aportaran las respuestas que necesitamos para cubrir nuestras necesidades, en la realización de este proyecto. Por medio de consultas a fuentes bibliográficas de formulación y evaluación financiera de proyectos de inversión, además del mismo tema pero ya abocados a lo que es la inversión en el sector.

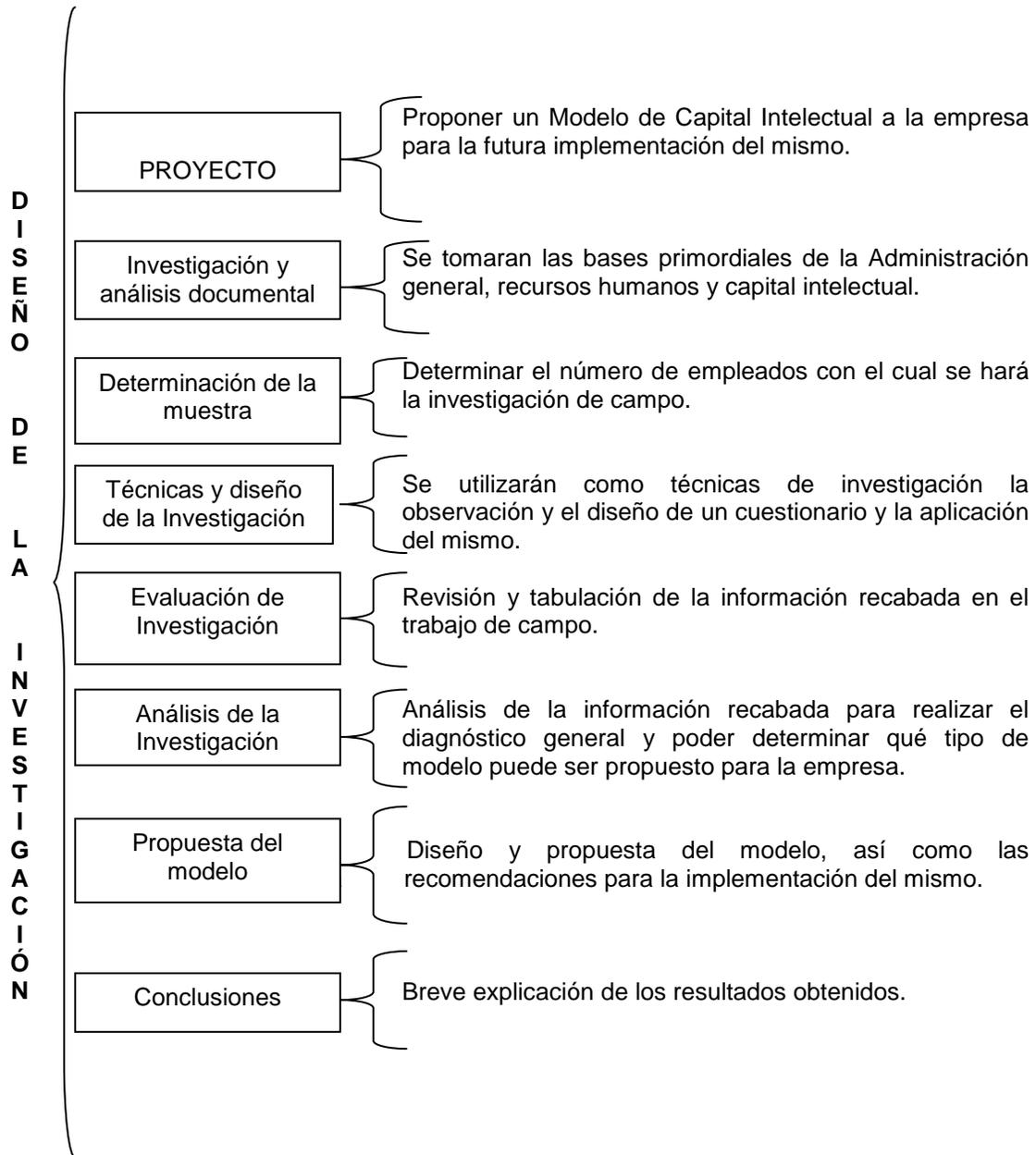
Por medio de consultas a revistas especializadas acerca de este sector, en este caso referente a México.

Mediante la consulta de estadísticas de la actividad turística más actualizada proporcionadas por la Secretaria de Turismo referente al sitio de estudio.

A través de encuestas realizadas por una empresa de estudio de mercados del turismo adjunta a la Secretaria de Turismo para conocer el nivel socioeconómico de los posibles usuarios además de sus expectativas de visita.

Por medio de entrevistas a los profesionales especializados en la construcción de hoteles y los proveedores necesarios para el funcionamiento adecuado de este proyecto.

1.6 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN



1.7 HIPÓTESIS O SUPUESTOS

Demostrar que un Modelo de Capital Intelectual es de gran beneficio a la empresa ya que por falta de la detección de capital intelectual no se ha podido incrementar la competitividad de la misma.

1.8 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación con el cual se llevará a cabo el proyecto será mediante la combinación de la investigación descriptiva e investigación exploratoria.

Descriptiva	Exploratoria
Se describirá los puntos de mayor importancia para nuestra investigación.	Se analizara la información existente del tema a investigar y así poder resaltar los puntos de mayor relevancia para nuestra investigación

1.9 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN A EMPLEAR

Las técnicas de investigación que se utilizarán son:

- Observación
- Investigación documental
- Investigación de campo

CAPÍTULO II. MARCO ECONOMICO

2.1 EL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL

Es importante señalar, que el turismo es una actividad muy desarrollada y en expansión a nivel mundial, que deberá estar mezclada en el proceso de la globalización (en la actualidad todo está moviéndose alrededor de este concepto) y recibir beneficios directos de este concepto. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo se estima que este sector se incrementará a una tasa promedio del 1.2 %¹ anual, luego de haber librado la época más complicada del periodo, situación constituida por las condiciones sanitarias adversas recientemente suscitadas en nuestro país.

Esto reflejará para México, la llegada de visitantes con un incremento en la derrama económica que los turistas aportaran a la economía, aunque no con el crecimiento sostenido de ciclos anteriores y siendo este solo un dato de estimación basándose en las condiciones de nuestra economía.

El turismo es hoy en día una de las actividades económicas más importantes del país y con gran perspectiva hacia el futuro inmediato, estimando retome el dinamismo del que era poseedor y como ya se ha mencionado previamente este sector está adquiriendo cada vez más un carácter estratégico, no solo por requerir los elementos necesarios, en términos de infraestructura y recursos, sino por continuar creciendo y desarrollándose de una manera gradual y constante.

El impacto económico del turismo en México ofrece una visión importante respecto al desarrollo y crecimiento que se está presentando en la economía nacional, más del doble que se produce en algunos sectores como la electricidad, agua, minería y un poco más de lo que aporta todo el sector primario.

De tal forma en que lo analizamos, el mayor impacto del turismo se da en las actividades de servicio pues casi el 69% de la oferta total del sector se genera en ellas en donde la participación de distintas ramas como el transporte, restaurantes y bares, artesanías y alojamiento va proyectándose de una manera ascendente y constante.

¹ Estimación turística. Organización Mundial de Turismo, 2008

Con respecto a su contribución al valor agregado bruto de la economía, el sector turístico representa el 7.9%² del total nacional, es una de las actividades más eficientes, pues por cada peso invertido genera un valor agregado de 1.48 pesos, superior al de la economía mexicana y la remuneración que deja a los trabajadores que se desempeñen en este sector es casi 29%³ mayor al total de la economía.

Será necesario revalorizar los objetivos generales del sector turístico como factor de crecimiento y desarrollo y esto corresponde al gobierno, es decir, que existan las bases y fundamentos necesarios, útiles, claros y reales para poder elaborar una estrategia conjunta entre gobierno y sector para poder atraer y obtener los mayores beneficios para el país, tendrá que elaborar una serie de estrategias políticas para poder garantizar y respaldar la confianza a los visitantes tanto en el ámbito económico como en el político y social, estrategias que se propondrán y detallaran a lo largo del presente trabajo de investigación.

En el turismo tenemos una de las alternativas importantes de desarrollo ya que como se ha señalado se está convirtiendo con rapidez en una industria muy dinámica a escala mundial, por lo que se deben tomar en cuenta los beneficios que puede aportar a la economía y al progreso del país, tratar de elevar la calidad de vida de miles de familias en nuestro país, estaremos convencidos de que esta actividad está llamada a constituirse en un factor decisivo para la ampliación de oportunidades, en el mejoramiento de la distribución del ingreso, la utilización de los recursos naturales y culturales con que cuenta el país que afortunadamente son varios e importantes.

Por lo anterior, podemos señalar que hoy la economía turística es superior a la de varios sectores estratégicos de México y que su futuro como negocio se ve promisorio ya que se le percibe como una actividad con gradual y creciente impacto en la economía nacional y como factor de promociones para el crecimiento económico, ya que afortunadamente se cuenta con recursos turísticos amplios y diversificados y que son acompañados de una vasta producción de bienes y servicios que le dan seguridad tanto al inversionista como al visitante de conocer nuestra cultura y tradiciones.

2.2 EL TURISMO PARA MEXICO ACORDE AL PROGRAMA NACIONAL TURISTICO

² Anuario Estadístico Jalisco. edición 2008. Sector Público

³ *Ibíd.*, México 2009

Para proyectar de una manera eficiente y coherente las diversas características que el sector turístico presenta y desde luego explotar todas las oportunidades de beneficios que pueden dejar el fortalecimiento y crecimiento turístico, será necesario contar con un programa que sea la base y estructura para realizar las diversas transformaciones que se requieren para reafirmar y valorar a la actividad turística del país. Afortunadamente, la industria turística se ha caracterizado por su capacidad para responder y adaptarse a las constantes transformaciones que se han presentado en los ámbitos nacionales e internacionales.

Por ello, el plan de desarrollo 2007-2014 establece la seguridad de reafirmar el crecimiento y la competitividad de la actividad turística⁴, que alcance la plena maduración de sus factores que hacen que esta rama sea una de las más competitivas y diversificadas y sobre todo con calidad en sus servicios comparándola incluso con países desarrollados.

Por mencionar solo un dato entre 1990 y 2001 la actividad turística se ha consolidado como la tercera fuente generadora de divisas para el país⁵, lo que la ubica en el duodécimo lugar a nivel mundial en lo relativo a la captación de divisas y en octavo lugar en cuanto a la captación de turistas internacionales.

El Programa Nacional de Turismo permitirá reorientar esfuerzos, eliminar trabas y obstáculos que no le hacen ningún bien al sector, de tal forma que el compromiso señalado sea de hechos y con la meta u objetivo general de hacer y trabajar el turismo como una prioridad nacional y que todos los participantes directos y los indirectos sean los beneficiados, pero sobre todo aquellas comunidades que son las más alejadas de la distribución de los ingresos que genera este sector.

Se ha detectado que el Sistema de Estudios dentro del país se está olvidando del enorme potencial cultural económico y político que atrae consigo el análisis profundo del sector turístico, que afortunadamente cuenta con una gran variedad de perfiles para desarrollar y madurar de una manera profesional al estudiante, específicamente en la diversificación de mercados, así como los productos y destinos que nuestro país ofrece, reflexionar sobre las transformaciones que se debe hacer para aumentar la competitividad de nuestra industria y mas en una época de globalización en donde México debe tomar parte directa ya que muchos países sobre todo los desarrollados, están tomando ventaja.

⁴ Plan Nacional de Desarrollo 2007-2014. México 2009

⁵ Estimación turística. Organización Mundial de Turismo, 2008

El Programa Nacional Turístico expresa ideas, propuestas y opiniones de todos los actores de esta industria, como empresarios, prestadores de servicios, representantes estatales y municipales, legisladores, organizadores sindicales, academias y miembros de la sociedad. Es un documento en el cual está definitivamente proyectada la infraestructura necesaria para reactivar un dinamismo constante al sector turístico y que no tenga fin en pocos años, ya que evidentemente perdería su evolución, por el contrario debería verse desarrollada su proyección continuamente en cada sexenio.

Se ha detectado la trascendencia e influencia del papel estratégico y fundamental, sobre todo en esta época en que el gobierno sabe de la gran capacidad que tiene para la economía mexicana la pequeña y mediana empresa, por lo cual su fortalecimiento en términos de capacitación y modernización, está fuera de toda discusión, para esto es urgente su actualización en diversos temas relacionados con nuevas tecnologías, análisis de gastos y costos y calidad en la prestación de servicios, entre otros, lo que permitirá incrementar sus rendimientos y productividad para hacerlas cada vez más competitivas.

Las acciones que se están implementando dentro de este programa son respuestas a la dependencia y fragilidad que representa la concentración excesiva que hoy se observa en cuanto los mercado geográficos, líneas de producto, canales de comercialización y distribución especial de los turistas en el territorio.

El objetivo general muestra que el turismo se perfilará como un factor de coordinación y cohesión, de entendimiento social y como factor importante en el fortalecimiento del bienestar nacional, que desgraciadamente en situaciones difíciles en el ámbito nacional se presenta y no en la responsabilidad de cada participante de fortalecer su calidad de vida como mexicano.

Este nuevo modelo de desarrollo turístico tiene que ser lo más realista posible y sobre todo tiene que estar acorde con las tendencias que el mercado exige y también con la necesidad de un sistema más equitativo de distribución de la riqueza, que es el eterno problema en México y que exige un análisis profundo, tanto en los beneficios como en las responsabilidades, todos tiene que ser participantes y trabajar juntos manteniendo una meta general en común.

2.3 EL TURISMO EN EL ESTADO DE JALISCO

Jalisco se ha caracterizado por la creciente importancia de su actividad turística, ya que cuenta con atractivos tanto para el turismo nacional como internacional, por su privilegiada situación

geográfica, su infraestructura hotelera y de servicios. Para el año 2005 la entidad fue visitada por alrededor de 2.9 millones de turistas extranjeros, lo que significa un aumento del 3.4% con respecto al año 2004 y en total se obtuvo una afluencia turística de 8.6 millones de turistas nacionales y extranjeros, generando una derrama económica de 10,437.7 millones de pesos, lo que equivale a un ascenso del 20.3% con relación al año anterior⁶.

En el estado se cuenta con dos polos turísticos perfectamente definidos: la ciudad de Guadalajara y su zona metropolitana, y como centro turístico satélite incluye el corredor Chápala-Ajijic-San Juan Casala-Jocotepec, a solo 47 kilómetros de Guadalajara. La otra zona turística es la región costera integrada principalmente por Puerto Vallarta y Manzanillo, con una capacidad hotelera hasta ahora suficiente para dar alojamiento a la corriente total de visitantes. Como centros de atracción turística de importancia están: las serranías de Tepalpa, Mazamitla y el Nevado de Colima, y por último, las ciudades coloniales de San Juan de los Lagos y Lagos de Moreno⁷.

Los atractivos turísticos del estado se complementan con la zona Costa Alegre, que comprende a Puerto Vallarta, Barra de Navidad, Malaque, entre otros; donde se puede disfrutar de las hermosas playas, así como de lugares ideales para practicar deportes acuáticos como: ski acuático, pesca deportiva, surf, etc. Destacando las actividades comerciales de la entidad, se ubican grandes complejos o plazas comerciales, que funcionan como lugares de esparcimiento. Aunado a esto, los balnearios, centros deportivos, centros nocturnos, entre otros. Combinados con las típicas costumbres y tradiciones Jaliscienses.

Sin embargo se deberá tener una planeación turística importante, por parte del gobierno del Estado⁸, la combinación de esfuerzos y estrategias tanto en el sector público como en el privado, tendrá que llegar a cada sector participante y la participación de estos sectores puede ser con calidad y confianza para el turista.

Algunas acciones que se deberán comprender son:

- Asegurar la coordinación intersectorial, es decir, que tanto el gobierno y el sector persigan un fin común, haciendo rentable el turismo para el estado, realizar frecuentemente consultas y desarrollar planes en conjunto con la SECTUR.

⁶ Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco. Internet. México

⁷ Ib., México

⁸ Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco. México, 2008

- Participar en el mercado de viajes de los países de Europa, Norteamérica y Sudamérica, con apoyo de las representaciones de México en el extranjero. Es decir tener una mayor presencia internacionalmente proyectando al país en el mundo, promover el sector turístico a través de convenios y acuerdos con el sector privado y en general diversificar las estrategias promocionales y publicitarias para nuevos mercados nacionales y extranjeros.
- Promover proyectos de inversión turísticas en misiones empresariales e internacionales.
- Impulsar el programa de salud y turismo para el manejo higiénico de alimentos en establecimientos turísticos.
- Orientar en la importancia del turismo y en la cultura de calidad y servicio, al personal y ejecutivos de establecimientos turísticos.

Todas estas acciones deberán ser emprendidas en calidad y eficiencia, ya que la estabilidad que presente el sector turístico del gobierno del estado de Jalisco, será un aliciente para los inversionistas para seguir proyectando o dirigiendo sus proyectos a Jalisco trayendo consigo diversos beneficios previamente citados.

2.4 EL TURISMO EN PUERTO VALLARTA

Puerto Vallarta por mar, recibe un importante número de cruceros y barcos comerciales de diversos países que lo ubican entre los primeros destinos turísticos de la República Mexicana.

Se localiza al norte de la “Costalegre” de Jalisco y el centro de la Bahía de Banderas, una de las más grandes del mundo. Su temperatura promedio es de 25 grados centígrados por lo que su clima permite al vacacionista disfrutar de la brisa el clima y el mar durante todo el año.

Puerto Vallarta posee más de 15 playas de fina arena y oleaje moderado. Al Norte de la Bahía se puede gozar de las bellezas de Playa de Oro, Las Palmas, Las Glorias, Playa Tranquila y el Salado, y al centro encontramos la reconocida Playa del Sol, donde se localiza la estructura del Caballito del Mar, símbolo turístico de este bello Puerto. Al Sur Las Amapas, Conchas Chinas, Las Estacas, Los Venados, Punta Negra, Palo María y las Gemelas.

En los últimos 5 años, los turistas extranjeros que visitaron Puerto Vallarta han incrementado su participación en cuatro puntos porcentuales, sin omitir que, por supuesto el turismo en dicho destino depende, fundamentalmente, del turismo nacional.

Del número total de turistas que visitaron este destino en el año 2005, el cual asciende a 1,203,304 turistas⁹, tenemos que el 66% realiza su visita por placer, el 13% por razones únicamente de negocios, el 16% por paseo familiar, el 3% por estudios y el 2% por motivos ajenos a dicha clasificación.

Por consiguiente, al tener en cuenta dichos motivos, se podrán tener en consideración los principales rubros turísticos que se deberán adecuar de acuerdo a las preferencias que se manifiestan de los turísticos tanto nacionales como extranjeros.

Una vez teniendo en cuenta los datos de la importancia, de este sector tanto a nivel estatal y la proporción de turistas que visitaron el destino, tenemos una vital importancia del sector en el destino, ya que aporta una entrada fresca de divisas a la economía del lugar, lo que se traducirá en caso de seguirse las acciones pertinentes, en un desarrollo sólido del sector, permitiendo de esta manera ser un sector cada vez de mayor importancia dentro de la economía de la entidad y la economía nacional.

⁹ Informe de Actividad Turística en el Estado de Jalisco. México, 2008.

CAPÍTULO III. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANALISIS DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda¹⁰ tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia en ubicaciones geográficas de individuos o entidades organizadas que son consumidores o usuarios actuales o potenciales del servicio que se piensa ofrecer.

El análisis de la demanda comprende varias ramas o sectores que requieren de su estudio, en el caso que nos interesa es el de un servicio y con respecto a su clasificación y de acuerdo a su destino se analizará la demanda final, que es la demanda que se identifica con los bienes y servicios finales.

Para realizar un análisis más detallado y adecuado, será necesario tomar en cuenta algunos conceptos que nos darán un reconocimiento más profundo de lo que se busca, o sea como conocer el mercado, realizando una tipificación de los demandantes, es decir a qué tipo de mercado queremos llegar, conocer sus gustos, niveles de educación, preferencias, hábitos, precios, es decir, factores tanto internos como externos que afectan a la demanda y que nos aportarán una idea más profunda del mercado al que se quiere llegar.

3.2 TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN MEXICO

¹⁰ Nacional Financiera. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, pp., 21

Es trascendente señalar la importancia, que trae consigo el turismo tanto nacional como extranjero a México, su aportación en el ámbito económico y cultural hace que se genere un nivel de confianza al exterior sobre México, ya que no solo se destaca por un lugar único de descanso ya que cuenta con una gran variedad de lugares de diferentes características para la gran variedad de demandantes, sino también por contar con lugares apropiados para la realización de diversos negocios de distintas ramas o sectores industriales.

Ya sea con motivos de descanso o negocio, la presencia de turistas extranjeros dentro de nuestro país genera una infinidad de recursos y beneficios no solo en el ámbito macroeconómico sino también a nivel microeconómico ya que el turista foráneo gusta de disfrutar al máximo su estancia en el país, aprovechando las diversas actividades que se realizan en los diversos centros turísticos, tanto deportivas como gastronómicas.

Es por eso que en el siguiente cuadro se presenta la relación de los turistas extranjeros que visitan México con respecto a la tasa de crecimiento y disminución de cada año.

TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN MEXICO

Cuadro N. 1
Afluencia histórica de turistas extranjeros a México

Año	Total de turistas extranjeros por noche	Crecimiento (%)
1999	19,893,507	0.025
2000	24,910,299	25.21
2001	28,277,918	13.51
2002	30,574,266	8.12
2003	29,723,580	-2.78
2004	34,360,967	15.6
2005	33,969,971	-1.14
2006	28,521,735	-16.04
2007	25,198,881	-11.62
2008	24,087,510	-4.12
2009	18,290,839	-14.07

Fuente: Indicadores de la Actividad Turística proporcionados por Sectur-Fonatur, 2009.

Nota: turistas por noche significa la llegada real de turistas por año multiplicado por el número de noches de estancias de los turistas promedio por año.

Como se puede analizar en el cuadro anterior, el crecimiento total, nueve años después del primer periodo que se tomó en cuenta (1999), había sido notorio, a pesar de haber pasado por periodos de descenso, pero en el año actual (2009), podemos notar que se registró el peor nivel de visitas dentro del último intervalo de diez años, debido a las complicaciones sanitarias y de crisis mundial vividas en el presente, situación que se prevé pueda revertirse en periodos subsecuentes.

Cabe recordar que el sector turístico se caracteriza precisamente por nivel de temporadas altas o bajas, y que actualmente se ha visto afectado por condiciones indirectas al turismo.

Como se observa durante los años 2000 y 2004 se dieron los incrementos más significativos durante este último periodo con respecto a sus años anteriores, aunque fueron los años 2004 y 2005 los intervalos que registraron el mayor número de visitantes debido a que se ejecutó un programa de desarrollo turístico establecido años anteriores a nivel nacional con el fin de reactivar a los diferentes sectores y ramas relacionados con el sector turístico y en comparación entre los años 2005 y 2006 se dio un descenso de 16.04% debido al nivel de riesgo y de desconfianza que prevalecía por parte del turista hacia las condiciones sociales e inseguras que se vivían dentro del país y otro descenso similar entre los años 2008 y 2009, constituyendo éste, el periodo con el menor número de viajeros dentro de nuestro país debido a las condiciones antes citadas.

El optimismo que se ha generado dentro del Sector Turismo de México, nos hace pensar que el siguiente será un año en el cual el nivel de visitas incrementará debido a los esfuerzos humanos y financieros que se están realizando dentro del país, así como la afluencia de capital dentro del mismo.

En el siguiente cuadro se presenta la relación de visitantes extranjeros que visitaron los centros playeros, este cuadro es importante, ya que el proyecto propuesto y analizado se desarrolla precisamente en un centro playero, Puerto Vallarta precisamente y de alguna manera nos refleja la afluencia a los centros turísticos con los siguientes resultados.

Cuadro N. 2
Turistas extranjeros que visitan centros playeros

	Turistas	%		Turistas		
--	----------	---	--	----------	--	--

Año	extranjeros por noche		Crecimiento (%)	extranjeros por noche. Cat 5 estrellas		Crecimiento (%)
2008	17,546,112	100	----	11,253,936	64.14	---
2009	13,224,910	100	-14.69	8,410,836	63.59	-15.32

Fuente: Anuario Estadístico Jalisco. Edición 2008. Sector Público

Nota: turistas por noche significa la llegada real de turistas por año multiplicado por el número de noches de estancia de los turistas promedio por año.

Como se observa y al mismo tiempo si lo comparamos con el cuadro número 1, podemos caer en cuenta que un porcentaje de más del 70% de visitantes extranjeros prefieren los centros turísticos playeros y es que las características que se pueden encontrar en este tipo de lugares son muy diferentes a los centros coloniales, ya que la riqueza de la naturaleza se explota al máximo, por otra parte en este segundo cuadro se hace referencia a la preferencia que tienen los visitantes para hospedarse en hoteles de 5 estrellas, con un dato correspondiente al 60% y esto es debido a los distintos satisfactores que ofrecen esta clase de hoteles a la gran variedad de demandantes.

3.2.1 ORIGEN DE TURISTAS EXTRANJEROS EN PUERTO VALLARTA

Cuadro N. 3
Origen de turistas extranjeros en Puerto Vallarta

USA	71.7%
CANADA	23.1%
RESTO DEL MUNDO	5.2%

Fuente: Perfil de Turistas en México. SECTUR-FONATUR 2008.

De acuerdo al análisis realizado, lo más sobresaliente consiste en señalar el alto porcentaje de los turistas que proceden de los Estados Unidos y en segundo lugar Canadá, dato que es atribuye a la cercanía entre ambos países, por lo cual existe una marcada preferencia para vacacionar, negociar, aunado a esto es tomado en cuenta la relación comercial que sostienen ambos gobiernos.

Cabe señalar que los visitantes estadounidenses han funcionado como referencia para habitantes de países distintos, principalmente en Canadá que ocupa el segundo lugar de procedencia de turistas que visitan Puerto Vallarta.

3.3 TIPIFICACION DE LOS DEMANDANTES

De acuerdo al tipo de bien que se aborde, se podrá identificar de una manera más correcta a los demandantes actuales y futuros, y la forma en que ejercen su demanda y las condiciones para que esta ocurra¹¹.

Podemos estratificar a los demandantes en atención a su género, edad, nivel de educación, hábitos de consumo, preferencias, gustos, necesidades o la estacionalidad en el caso del sector turismo y los diversos factores que la influyen así como zona geográfica y esto con el único propósito de conocer más al demandante, saber lo que prefiere, lo que necesita y lo que nuestro servicio es capaz de darle.

De acuerdo al sector o región objeto de nuestro análisis, es decir, Puerto Vallarta, Jalisco, se obtuvieron algunos resultados basándose en una encuesta realizada en dicho lugar por parte de la Secretaría de Turismo a los visitantes que arribaban al puerto de Occidente¹² con resultados importantes que nos dan una idea más concreta sobre el tipo de mercado turístico que es habitual en esa región:

Género:

54% de turistas son del sexo femenino

46% de turistas son del sexo masculino

Prácticamente es el mismo nivel de personas pertenecientes a cada género que asisten a este destino, lo cual indica que debemos ofrecer condiciones para ambos grupos, es decir, realizar un diseño de instalaciones, realizando consideraciones para ambos.

Edad:

Entre 20 y 24 años 11.9%

Entre 25 y 34 años 18.0%

¹¹ *Ibíd.*, pp. 23

¹² Estimación turística. Organización Mundial de Turismo, 2008.

Entre 35 y 49 años 30.8%
Entre 50 y 64 años 29.2%
Entre 65 y más años 10.1%

El estudio arroja que se reciben visitantes entre los 35 y 65 años de edad con mayor frecuencia, lo cual significa que se busca más la tranquilidad, aunque no debemos dejar de lado la diversión.

Nivel de educación:

Menor grado al universitario 20.85%
Universitario o mayor 79.15%

Generalmente, la gente más preparada es la que accede a nuestra región, factor a tomar en cuenta para el diseño de habitaciones con áreas destinadas al estudio, descanso y demás factores propios de este grupo de personas.

Destinos principales en la región de Occidente

Guadalajara	44.8%
Michoacán	4.1%
Puerto Vallarta	3.4%
Manzanillo	2.4%
Chápala	2.2%
Ajijic	2.1%
Colima	1.7%
Zamora	1.2%
Otros	31.3%
No contesto	6.8%

Dentro de esta región cabe resaltar que existen lugares bellísimos más sin embargo uno de los consentidos es Puerto Vallarta que ocupa el tercer puesto de toda la región occidental.

Destinos principales en Puerto Vallarta

Puerto Vallarta	78.9%
Nuevo Vallarta	6.0%
Otros	9.7%
No contestaron	5.4%

Puerto Vallarta es una zona que tiene pequeñas zonas en las cuales van captando a la gran diversidad de turistas, dentro de esta región cabe recalcar que la preferencia es superior por parte de los turistas a Puerto Vallarta con un 78.9%.

Principal motivo para viajar a México en específico a Puerto Vallarta

Sol y playa	65.6%
Luna de miel	4.2%
Visita a fam. Y amigos	3.6%
Otros	3.4%
Negocios en grupo	2.3%
Negocios individuales	2.2%
Cultura	2.2%
Ecoturismo	1.9%
Compras	0.5%
Golf	0.2%
No contesto	13.8%

Las diversas actividades que se pueden realizar en Puerto Vallarta son muy variadas, pero sin duda la de preferencia es el descanso y diversión en el escenario de sol y playa.

Lugar de hospedaje

Hotel Gran Turismo	39.8%
Hotel 5 estrellas	32.1%
Tiempo compartido	23.2%
Con familiares	3.6%
Campamento	1.0%
Crucero	0.1%
Casa propia	0.2%

Tipo de reservación que se hizo

Servicios separados	56.9%
Paquete	43.1%

Número de personas que visitan Puerto Vallarta por grupo.

0	1.7%
1	23.1%
2	34.0%
3	11.0%
4	9.7%
5	3.8%
6	9.8%
7 o más	7.8%

Tiempo de anticipación para planear el viaje

Menos de 15 días	15.9%
15 días a un mes	18.1%
1 a 3 meses	33.4%
Más de tres meses	32.6%

Estos son datos muy interesantes debido a que la mayoría de los turistas que llegan a Puerto Vallarta prefieren hospedarse en hoteles de 5 estrellas y Gran Turismo con servicios separados, aunque los paquetes también son de gran aceptación.

Esta información es muy trascendente para determinar la manera de publicitar nuestros servicios ya sea para vacacionar o para realizar algún tipo de negocio siempre viajan entre dos o una persona en la cual anticipan su viaje con un tiempo considerable para la logística de su objetivo, es decir, la mejor manera es ofrecer servicios enfocados a estas preferencias como son servicios separados y paquetes destinados a las personas con un perfil antes definido a través de los medios de comunicación masivo determinados.

Probabilidad de volver a Puerto Vallarta

Muy probable	50.4%
Algo probable	37.3%
Poco probable	7.0%
Nada probable	5.3%

Recomendaciones de Puerto Vallarta

Sin duda	65.5%
Muy probable	27.8%
Poco probable	4.8%
A nadie	1.9%

De los turistas que visitan esta región la mayoría no es la primera vez que arriban, ya que el 28.7% que representa el porcentaje más alto de este apartado ha realizado un viaje a Puerto Vallarta más de 7 veces, de los cuales la mayoría piensa en regresar y que sin duda recomendaría este lugar a otras personas.

Factores que en su opinión no favorecen la visita a Puerto Vallarta

Precios	43.0%
Vendedores	18.4%
Vendedores de tiempo compartido	17.7%
Limpieza	23.1%
Comida	12.8%

Hay que tener mucho cuidado con estos focos rojos ya que dan una mala impresión al turismo en este lugar y como se había señalado previamente de una manera importante el flujo de recursos que se necesita para subsistir dentro del sector y sobre todo en el nivel de vida de los prestadores de servicio turístico en general.

Será necesario implementar diversos programas turísticos en todos los niveles para mejorar estos aspectos que los turistas han reflejado como molestias durante su estancia en este lugar.

Los conceptos negativos que afectan y que de algún modo son determinantes para la estancia y visitas de turistas, como los precios, el ambulante o comercio informal, son problemas que se pretenden erradicar, en la actualidad por parte del gobierno estatal con la aplicación de programas que limpien a la comunidad de estos vicios y que den al turista la confianza plena de que su estadía en Puerto Vallarta será inigualable.

Principales medios para enterarse de este destino

Recomendación de familiares o amigos	44.4%
Agencia de viajes	36.6%
Internet	9.4%
Folletos	3.2%
Periódicos	2.7%
Revistas	2.3%
Tv	1.2%
Otro	0.2%

Este dato solo confirma que la mejor publicidad es la llamada de “voz en voz”, misma que solo se logra con servicios de calidad satisfaciendo todas las expectativas de nuestros visitantes. Las agencias de viajes también son un gran canal de difusión debido a los servicios y paquetes que ofrecen nuestros especialistas.

Fuente: encuestas realizadas en Puerto Vallarta por SECTUR.

Factores condicionantes de afluencia y permanencia de visitantes

Existen factores que son determinantes, en el éxito o fracaso de un proyecto de inversión y en este caso, para un hotel no es la excepción, estos factores que se presentan de una forma inesperada determinan la magnitud, incremento, decrementos o tendencias de la demanda para el servicio que se quiere ofrecer, pero además nos ayudan a establecer la potencialidad del mercado y las posibles reacciones de los demandantes ante situaciones internas como externas.

Entre los principales factores están el tamaño y la hospitalidad de la población, con sus características básicas: edad, sexo, educación, nivel de precios, comida, el clima, la limpieza, ya que todo esto nos sirve para conocer a qué tipo de mercado se dirige el proyecto, sabiendo el tamaño de la población podemos compararlo con la posible demanda futura estimada. En el caso de un hotel siempre se trata de encontrar la forma de complacer al cliente en todo hacer placentera su estadía lo más posible, para que se lleve una buena impresión para después volver y recomendar el lugar.

Otros de los factores son los hábitos de consumo, no todas las personas tienen los mismos hábitos de consumo, esto está en función del nivel de vida y es lo que nos permite conocer a qué tipo de

demanda se quiere ofrecer el producto, aquí es interesante conocer la periodicidad, estacionalidad y magnitud del consumo para dirigir nuestros intereses a ese sector que nos puede beneficiar.

Habrá que realizar diversas actividades para proveer de un mejor servicio turístico a los visitantes ya que el incremento de este sector se reflejaría en una compensación más gratificante en lo que se refiere al flujo de recursos a los prestadores de servicios turísticos con la capacidad e reinvertirlos en una ampliación o mantenimiento del servicio hotelero.

El más importante de los factores de afluencia y permanencia de los visitantes y en este caso a Puerto Vallarta son los precios; este factor puede afectar directamente a los niveles de consumo de un servicio, si el proyecto quiere ser rentable será necesario evaluar de una manera seria y utilizando las diferentes herramientas para ser lo más preciso en determinar lo que quiere la demanda y lo que está en nuestras posibilidades, para no afectar demasiado los costos pero de igual manera satisfacer al cliente en sus necesidades.

El siguiente cuadro concentra un análisis de datos de importancia en el viaje a nuestra zona de estudio, es decir, Puerto Vallarta¹³.

3.4 ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

De acuerdo a la siguiente información concentrada, se observaran algunos datos relevantes con respecto a la demanda en Puerto Vallarta ya que nos reflejan el porcentaje de ocupación mensual de turistas por noche, origen de turistas extranjeros, permanencia de turistas en Puerto Vallarta y cabe señalar que se debe poner atención hacia los periodos del año en que la llegada de visitantes es mayor o menor ya que en el último caso se debe hacer ajustes en las tarifas, implementar paquetes y promociones para que los huéspedes en temporada baja tenga un mayor incentivo para la asistencia y permanencia.

3.4.1 AFLUENCIA HISTORICA DE VISITANTES A PUERTO VALLARTA

¹³ Informe de Actividad Turística en el Estado de Jalisco, México, 2008.

El siguiente cuadro incluye datos estadísticos con respecto a la afluencia de los visitantes tanto nacionales como extranjeros en Puerto Vallarta durante el periodo comprendido desde 1999 hasta el 2009.

Cuadro N. 4
Visitantes hospedados en Puerto Vallarta por origen

Años	Total de visitantes	Nacional	Extranjera	Incremento anual %	Nacional %	Extranjera %
1999	829,409	467,886	361,523	----	-----	----
2000	876,176	386,628	489,548	5.63	-17.36	35.41
2001	934,330	403,639	530,691	6.63	4.39	8.40
2002	963,174	452,962	510,212	3.08	12.21	-3.85
2003	1,100,362	514,034	586,328	14.24	13.48	14.91
2004	1,383,191	510,481	872,710	25.7	-0.69	48.84
2005	1,203,304	669,209	534,095	-13.00	31.09	-38.80
2006	1,111,983	642,701	469,282	-7.58	-3.96	-12.13
2007	1,068,145	571,451	496,694	-3.94	-11.08	5.84
2008	1,000,791	491,784	509,007	-6.3	-13.94	2.47
2009	800,345	477,233	323,112	-20.02	-20.03	-63.47

Fuente: indicadores de la actividad turística, México 2009.

Al analizar estas cifras podemos alertar que existe un incremento sostenido hasta el año 2005 en cuanto a la afluencia de turistas, año en donde se presentó una baja significativa de visitantes tanto nacionales como extranjeros, misma que no ha dejado de presentarse hasta la actualidad.

Estos incrementos se deben principalmente a que el Gobierno del Estado de Jalisco implemento un programa turístico intenso en el cual utilizo todas las herramientas de la infraestructura turística creando empleos directos e indirectos y apoyando nuevos proyectos turísticos, y estas mismas herramientas se espera sean el material primordial para un nuevo ascenso.

3.4.2 PROMEDIO DE ESTADIA Y DENSIDAD DE VISITANTES EN PUERTO VALLARTA

Cabe señalar que la estadía (representa el número de noches promedio que se hospeda en Puerto Vallarta y la densidad el número de personas promedio que ocupan una habitación) el cuadro número 6 expresa el promedio de los visitantes en Puerto Vallarta.

Cuadro N. 5
Estadía y Densidad de turistas en Puerto Vallarta

Año	Estadía	Densidad
2003	4.5	2.04
2004	3.58	2.03
2005	4.19	2.20
2006	4.38	3.4
2007	4.12	2.9
2008	3.90	1.85

Fuente: SECTUR, México 2008

Tomando en cuenta la cantidad de visitantes tanto nacionales como extranjeros que visitan Puerto Vallarta y el número de días promedio de hospedaje, se tiene los siguientes resultados generales de la demanda; así mismo se incluyen en el siguiente cuadro los turistas hospedados en hoteles de 5 estrellas.

3.4.3 NIVEL MENSUAL DE TURISTAS EN PUERTO VALLARTA

De acuerdo a la información proporcionada por la Secretaría de Turismo, se tienen conocimiento de que la temporada alta de Puerto Vallarta, obsérvese el siguiente orden cronológico de los meses de Marzo y Abril, posteriormente el mes de Julio (los meses de Enero y Diciembre se toman en cuenta de manera conjunta ya que integran la temporada correspondiente a las vacaciones navideñas y fin de año).

Estos son los meses en que los visitantes presentan mayor capacidad para asistir, debido a los periodos vacacionales de Semana Santa, verano y fin de año. Los meses restantes constituyen la

temporada denominada baja, debido a que las condiciones para viajar son un tanto más complicadas ya que no existen periodos vacacionales.

3.5 DEMANDA ACTUAL

Luego de haber señalado el concepto que define lo que es la demanda y haber realizado una introducción acerca de la importancia que tiene en dicho proyecto, nos enfocaremos al análisis de la demanda que se que se presenta a nivel nacional, pero específicamente en la zona occidental de Puerto Vallarta, revisando algunos datos que son significativos y que nos darán una idea clara de la situación que existe actualmente, habrá que señalar que la asistencia del turismo a Puerto Vallarta depende directamente de la calidad y variedad de los servicios que se ofrecen, teniendo como base los motivos de visita, los gastos que genera la visita, los gustos de los visitantes, así como sus hábitos, y que sirven de referencia para poder ofrecer un servicio preciso que se demanda en el mercado del sector.

Es por lógica reconocer la participación del turista extranjero en esta región, será necesario realizar diversos programas para mejorar la infraestructura turística de Puerto Vallarta para el crecimiento de este sector a nivel nacional y estatal.

3.6 ESTIMACION DE LA DEMANDA FUTURA

Utilizando el método de extrapolación lineal, en el cuadro siguiente se realizo la proyección sobre la estimación de la demanda futura en hoteles de cinco estrellas en Puerto Vallarta hasta el año 2011, tomando en consideración la tasa de crecimiento que se va presentando año con año.

Cuadro N. 6
Estimación de turistas en hoteles de cinco estrellas en Puerto Vallarta

Año	Turistas	△ Ó ▽ %
2000	2,866,241	----
2001	2,644,414	-7.73
2002	1,877,012	-29.01
2003	2,002,345	6.68
2004	2,127,677	6.26
2005	2,253,010	5.89

2006	2,378,342	5.56
2007	2,503,675	5.27
2008	2,629,007	5.00
2009	2,754,340	4.77
2010	2,879,672	4.55
2011	3,005,005	4.35
2012	3,130,337	4.17
2013	3,171,344	4.41
2014	3,212,889	4.64

Fuente: estimación propia con base en los datos proporcionados por SECTUR.

Se puede ver en el cuadro correspondiente un incremento en la estimación de la demanda, y que a pesar de que no es muy alto, si es constante con un promedio general de crecimiento del 1.31%. este es solo un cálculo estimado tomando en cuenta las condiciones que se habían presentado en años anteriores al 2009, ya que en este periodo se marcaron condiciones inesperadas las cuales han afectado considerablemente el desarrollo del sector turístico en la derrama económica de México, quedando este cuadro solo como un factor para establecer objetivos en los cuales se puedan plasmar crecimientos sostenidos.

3.7 ANALISIS DE LA OFERTA

El análisis e la oferta tiene por objeto conocer las características tanto similares como las distintas entre los oferentes dentro del mercado objeto de nuestro estudio, dentro del cual conoceremos las características principales de la competencia y la manera en como el proyecto puede ser más competitivo, detectando tanto nuestras debilidades como nuestras fortalezas, a nivel de precios calidad y eficiencia que corresponden a nuestro servicio.

Al igual que en el caso de la demanda la oferta requiere para una mejor visualización de algunos conceptos que nos aportan una idea más clara para identificar el concepto de lo que representa la oferta, uno de los aspectos relevantes para conocer es la oferta histórica, es decir, el crecimiento que ha tenido la oferta de cuartos de la competencia, posteriormente conocer la oferta actual y la futura, realizar una proyección y revisar si la oferta de habitaciones de hoteles corresponderá a la demanda previamente señalada.

De alguna manera nos permitirá detectar el tipo de mercado en que estamos compitiendo así como las características y fortalezas principales con que cuentan los competidores actuales, pero sobre todo nos dará una idea sobre las estrategias a elegir y las ventajas en cuestión en los aspectos geográficos, organizacionales, de manejo comercial, publicitarios, a nivel de precios, calidad y eficiencia en los canales y márgenes de comercialización, que nos servirán de herramienta principal para asegurar el éxito de dicho proyecto.

Los anteriores constituyen los conceptos situaran el presente proyecto en una posición específica y abriendo un panorama claro de las necesidades que requerirá el proyecto para ir ganando participación en el mercado meta.

3.7.1 OFERTA ANUAL DE HOSPEDAJE EN HOTELES DE CINCO ESTRELLAS EN PUERTO VALLARTA

A continuación en el cuadro se presenta la oferta de hospedaje (número de habitaciones), la tasa el crecimiento y el nivel de ocupación durante el periodo comprendido entre 1996 – 2009, en la categoría que en este caso nos ocupa, que es la de hoteles de cinco estrellas.

Cuadro N. 7
Oferta anual de habitaciones en hoteles de Cinco estrellas

Año	Habitaciones	Variación anual de habitaciones de esta categoría	
		(%)	Ocupación %
1996	1,808,224	---	46.58
1997	1,882,371	4.10	51.91
1998	1,791,326	-4.83	50.70
1999	1,829,626	2.13	63.68
2000	1,776,626	-2.89	70.45
2001	1,725,303	-2.88	76.10
2002	1,803,182	4.51	70.31
2003	2,009,294	11.43	71.82
2004	2,097,164	4.37	66.90
2005	2,002,751	-4.50	59.93
2006	1,956,344	-2.32	57.45
2007	2,102,345	7.46	70.94

2008	1,790,243	-14.84	65.17
2009	993,876	-44.49	20.56

Fuente: indicadores de la actividad turística México 2009.

Al apreciar el cuadro anterior podemos apreciar que durante los años en cuestión, la oferta de hospedaje de la categoría cinco estrellas, ha presentado variaciones prácticamente durante todo el intervalo, destacando el año 2003 cuyo crecimiento fue del 11.43% pero al finalizar con el año 2005 se presentó una caída en la oferta debido a la incertidumbre presentada en diversos sectores relacionados con el sector turístico, enfatizándose una caída catastrófica en el año 2009 debido a factores idénticos.

Tomando en consideración estos factores externos, el crecimiento real total de habitaciones durante el periodo comprendido entre el año 1996 y 2007 es de 294,121 habitaciones, de la oferta anual en hoteles de 5 estrellas.

Por otra parte es de destacar que el nivel de ocupación es muy bueno durante este intervalo, ya que sobrepasó el 60% del nivel de ocupación, sin dejar de lado el decremento vivido en años posteriores a este periodo debido a los factores ya citados, que son totalmente ajenos al funcionamiento de nuestro mercado.

3.7.2 ESTIMACIÓN FUTURA DE LA OFERTA EN PUERTO VALLARTA

Al proyectar la oferta utilizando el método de mínimos cuadrados, observamos que no es coherente la proyección de la oferta por medio de este método, ya que la cuestión de ofrecer habitaciones, dentro del sector turístico se requiere una serie de actividades, como lo son la estabilidad política, el flujo de inversiones, intereses en común para proyectar el turismo, seguridad etc. Actividades que reflejan el crecimiento real de la oferta y que no puede crecer con la misma proporción que la demanda.

Es por lo que para su proyección se ha utilizado el siguiente método:

1. Basándonos en los datos históricos del cuadro anterior de la oferta proporcionados por indicadores del sector turístico del periodo comprendido entre los años 1996 y 2007, obtenemos el crecimiento real de la oferta que fue de 294,121 habitaciones durante este intervalo.

2. Posteriormente basándonos en la lógica y tomando en cuenta la cifra total del año 2007 que fue de 2,102,345 habitaciones correspondía a satisfacer una demanda del servicio por parte de los turistas, se ha decidido respetar el crecimiento real, ya que son datos proporcionados por los indicadores oficiales y respaldados por organismos pertinentes, por lo tanto son datos validos y útiles para el siguiente periodo estimado correspondiente al año 2010-2014.

3. Concluyendo, por la consideración personal, que la proyección de la oferta por medio de este método no es tan excesivo ni tan extremista y por el contrario más acercado a la realidad.

NOTA: En la proyección de la demanda futura no se ha considerado el comportamiento del año 2009, debido a que fue un año de cambios a nivel mundial, mismos que han afectado a diversos sectores de servicios incluyendo el Turismo, y se estima estos factores externos no se repitan en periodos subsecuentes.

El cuadro próximo contiene datos estadísticos sobre la estimación futura de hoteles de 5 estrellas en Puerto Vallarta y el futuro crecimiento que tendría la oferta año tras año, haciendo énfasis que solo son estimaciones realizadas con base en el comportamiento histórico del mercado y en los resultados esperados de acuerdo a los cambios futuros.

3.7.3 CALCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tomamos el crecimiento neto durante un periodo de 12 años y tomamos un promedio anual.

$$\begin{array}{r}
 2,102,345 \text{ año } 2007 \\
 - \underline{1,808,224 \text{ año } 1996} \\
 \hline
 294,121/12 = 24,510.1 \text{ promedio de } 12 \text{ años.}
 \end{array}$$

Esta cantidad se procedió a sumar de manera progresiva a partir del año 2010 para obtener el valor respecto a los años consiguientes hasta el año 2014, tomando como base para este año no 2009, sino el 2008.

2010	1,792,753
------	-----------

2011	1,817,263
2012	1,841,773
2013	1,866,283
2014	1,890,793

3.8 CALCULO DE LA PROYECCION DEL PORCENTAJE DE OCUPACION EN CUARTOS DE 5 ESTRELLAS

Años	X	Y	XY	X2
1996	1	46.58	46.58	1
1997	2	51.91	103.82	4
1998	3	50.70	152.10	9
1999	4	63.68	254.72	16
2000	5	70.45	352.25	25
2001	6	76.10	456.60	36
2002	7	70.31	492.17	49
2003	8	71.82	574.56	64
2004	9	66.90	602.10	81
2005	10	59.93	599.30	100
2006	11	57.45	631.95	121
2007	12	70.94	851.28	144
Total	78	756.77	5,117.43	650

$Y = a + bx$ la ecuación de regresión

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$\sum y = Na + b\sum x$$

Sustituyendo en las ecuaciones

$$756.77 = 12a + 78b$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum y \sum x}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{12(5,117.43) - 756.77(78)}{12(650) - 78^2} = 1.38$$

$$5,117.43 = 78a + 650b$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{756.778 - 1.38(78)}{12} = 54.09$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = 65.17 + 1.38x$$

2008	65.17
2009	66.55
2010	67.93
2011	69.31
2012	70.69
2013	72.07
2014	73.45

3.9 BALANCE OFERTA Y DEMANDA

Este balance nos muestra los datos conjuntados, de la serie histórica, y las proyecciones de la demanda y la oferta, su crecimiento porcentual y el porcentaje de ocupación tomando en cuenta la estadía promedio mencionada en el cuadro número 6.

Cuadro N. 8
Balance oferta demanda

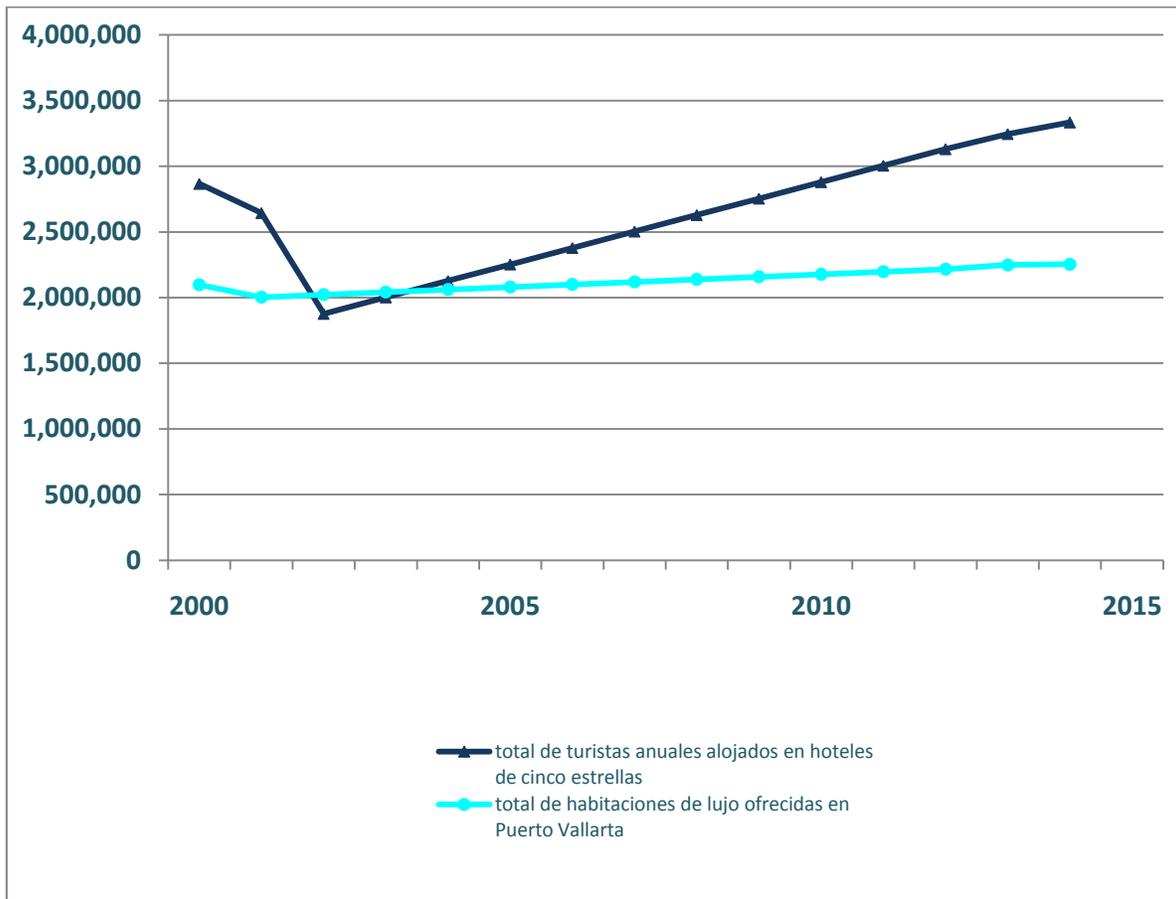
Año	Total de turista por noche en Puerto Vallarta	Total de habitaciones de lujo ofrecidas en Puerto Vallarta	Incremento o decremento anual en habitaciones de esta categoría	Porcentaje de ocupación
2000	2,866,241	2,097,164	4.37	66.90
2001	2,644,414	2,002,751	-4.50	59.53
2002	1,877,012	2,022,204	0.97	53.12
2003	2,002,345	2,041,656	0-96	55.28
2004	2,127,677	2,061,109	0.95	57.44

2005	2,253,010	2,080,562	0.94	59.60
2006	2,378,342	2,100,014	0.93	61.60
2007	2,503,675	2,119,467	0.92	63.92
2008	2,629,007	2,138,920	0.92	66.08
2009	2,754,340	2,158,373	0.91	68.24
2010	2,879,672	2,177,825	0.90	70.40
2011	3,005,005	2,197,278	0.89	72.56
2012	3,130,337	2,216,731	0.88	74.72
2013	3,245,908	2,249,009	1.45	69.28
2014	3,333,771	2,254,167	0.23	67.61

Fuente: cálculos propios

Nota: para el cálculo de la demanda insatisfecha se efectuó la sustracción del número total anual de habitaciones de lujo ofrecidas contra el número total anual de turistas hospedados en dichos hoteles, esta operación se realizó para los años 2000 hasta el 2014, tomando en cuenta el comportamiento histórico, lo cual arroja el resultado de 39,630,756 usuarios contra 31,917,230 habitaciones de lujo ofrecidas, por lo que la diferencia es de 7,713,126 usuarios que aun no tendrán acceso a este servicio, lo cual constituye la demanda insatisfecha.

Con base en el análisis histórico y de acuerdo con cuadros anteriores, se espera que la demanda crezca en 125,332 turistas que para cubrir esta futura demanda de acuerdo al nivel de los datos que se ven y al método de proyección previamente señalado la oferta tiene que crecer a 19, 452 habitaciones.



De la grafica presente se reflejan las siguientes observaciones:

Podemos ver que durante los años históricos de 2000 a 2005 el crecimiento de la demanda estuvo por encima de la oferta. La diferencia entre estos dos conceptos si fue tan marcada y además, constante en ese periodo.

Pero fue a partir del año 2002 donde por circunstancias exteriores al sector turístico la demanda tuvo una fuerte caída dando una diferencia entre ellos importante y esto debido a la desconfianza de viajar y de invertir en el país.

Sin embargo, pudo considerarse que son fenómenos que solo perduran un periodo corto, sino que como está representado en la gráfica el periodo de recuperación de la demanda de acuerdo a la proyección realizada se obtendrá a partir del año 2004 se empezará a incrementar

considerablemente hasta el fin del periodo proyectado es decir hasta el 2014, en el incremento se considera el porcentaje de ocupación establecido.

3.10 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En este apartado se analizarán las principales características de los competidores directos e indirectos dentro del mercado hotelero en Puerto Vallarta, con la finalidad de conocer cuáles son los requerimientos más comunes por parte de los clientes a los que estamos enfocando nuestros servicios, así como determinar las fortalezas de la competencia, para imitarlas y mejorarlas definiendo así, las estrategias pertinentes para convertir nuestras competencias en oportunidades de crecimiento y satisfacción de la necesidad del mercado meta.

3.10.1 CARACTERISTICAS DE LOS HOTELES DE 5 ESTRELLAS EN ACTUAL OPERACIÓN EN PUERTO VALLARTA

Cuadro N. 9
Hoteles actualmente en operación y sus servicios

Hotel	Categoría	Habitaciones totalmente equipadas	Gimnasio	Cocineta	Restaurante	Tenis	Alberca	Sala de reuniones
Continental Plaza	*****	430	*		*	*	*	*
Crown Paradise Resort	*****	214	*	*	*	*	*	*
Fiesta Americana	*****	291			*		*	*
Hacienda Cora	*****	80	*		*		*	*
Holiday Inn Puerto Vallarta	*****	376	*		*	*	*	*
Los Tules Resort	*****	30		*	*	*	*	
Mayan Palace	*****	185		*	*		*	
Melia Puerto Vallarta	*****	358	*		*	*	*	*
Presidente Intercontinental	*****	120	*		*	*	*	*
Qualton Club	*****	218	*		*	*	*	*
Velas Vallarta Resort	*****	361	*	*	*	*	*	*

Fuente: elaboración propia con base en la información proporcionada por cada uno de los hoteles. Todos incluyen servicio de estacionamiento.

Fuente: Asociación de Hoteleros de México

HOTEL BUGAMBILIAS RESORT PUERTO VALLARTA¹⁴

Cuenta con 467 suites y habitaciones que cuentan con el estudio que incluye cama Morphy y cocineta, la habitación con cama King size y la suite presidencial compuesta por las dos anteriores unidas, cuenta con televisión por cable a color con control remoto, cocineta equipada con refrigerador, estufa, horno de microondas, tostador y cafetera, cuenta también con aire acondicionado, teléfono con acceso a larga distancia automática, agua purificada, sala de estar y comedor, ventiladores de techo, servicio diario de camarista, balcón amueblado, canales Premium de películas, ambientados por diseñadores profesionales además de los servicios que muestra el cuadro número 16.

HOTEL SHERATON PUERTO VALLARTA.¹⁵

Descripción de habitaciones:

TOWERS:

Habitaciones de lujo con esplendida vista al mar, una cama tamaño King o dos camas dobles, baño completo y servicio de mayordomo. Acceso al salón VIP, con desayuno continental en las mañanas, Canapes y vino gratis de 17:00 a 18:00 hrs. capacidad máxima de ocupación: 3 adultos o dos adultos y dos niños menores de 17 años.

STUDIO:

¹⁴ Página de internet del Hotel Bugambilias Resort Puerto Vallarta

¹⁵ Página de internet del Hotel Sheraton Puerto Vallarta

Consiste en una habitación con cama Morphy tamaño Queen, baño con regadera, cocina completamente equipada y terraza. Capacidad máxima de ocupación: dos personas, vista al mar.

RESORT:

Consiste en una habitación con cama tamaño King o dos camas dobles y baño completo, algunas tienen terraza, capacidad máxima de ocupación: tres adultos, o dos adultos y dos niños menores de 17 años, vista al mar disponible.

SUITE DE UN RECAMARA

Consiste en un habitación con cama tamaño King, dos baños, cocina totalmente equipada, sala con cama Morphy tamaño Queen, y terraza. Capacidad máxima de ocupación cuatro personas.

Sheraton Bugambilias Resort & Towers, cuenta con 684 unidades que incluyen habitaciones tipo Resort y Towers, Suites de una recamara y estudios con cocineta y balcón, todas las habitaciones cuentan con Televisión con cable, caja de seguridad, servicio a cuarto y equipo contra incendio.

Cuenta con habitaciones para no fumadores y para discapacitados. Para quien gusta de la actividad, Sheraton Bugambilias Resort & Towers, cuenta con 4 canchas de tenis (superficie dura, dos iluminadas para jugar de noche), una extensa variedad de deportes acuáticos que pueden disfrutarse en la playa, así como un profesional equipo de animación encargado de las actividades recreativas. Membrecía al exclusivo Club de Golf Marina Vallarta.

HOTEL VELAS VALLARTA¹⁶

Velas Vallarta Grand Suite Resort es la nueva forma de descansar con todo el encanto de México y el confort convenientemente situado frente al mar en la zona más exclusiva de Puerto Vallarta "Marina Vallarta" a solo 15 minutos del centro y cruzando la calle al campo de Golf.

Habitaciones:

¹⁶ Página de internet del Hotel Velas Vallarta

El Resort cuenta con suites de una, dos o tres recamaras con cocina totalmente equipada, terraza, sala, comedor, televisión por cable, caja de seguridad, servi-bar y vista al mar. En su totalidad son 361 habitaciones contando a su vez con los servicios descritos en el cuadro siguiente.

Servicio a habitaciones de 7:30 a 21:30

Servicio diario de lavandería y vallet, servicio de plancha sobre solicitud

3.11 DEFINICION Y CARACTERISTICAS DEL SERVICIO DEL HOTEL PROYECTADO

Para entender la magnitud del proyecto de inversión que se va a realizar, tendremos que definir características importantes de las cuales ofrecerán un panorama claro de los servicios y ventajas tanto económicas como coyunturales que ofrecería un hotel de cinco estrellas en Puerto Vallarta, Jalisco en comparación con los competidores directos.

El hotel contará con la siguiente estructura y servicios:

200 cómodas habitaciones con vista al mar, teléfono, aire acondicionado, televisión con cable, plancha y tabla de planchas, caja de seguridad electrónica y cafetera. Baños completamente equipados, en donde cuidara hasta el más mínimo detalle.

Se dispone de conexiones a internet ilimitadas desde la privacidad de su habitación.

Cada habitación tendrá además:

- Cama doble o King size
- Control individual de aire acondicionado
- Línea telefónica directa
- Balcón privado
- Baño completamente equipado
- Radio reloj
- Secadora de cabello
- Closet
- Tocador
- Sillas
- Escritorio
- Sala

En las instalaciones comunes se contará con las siguientes instalaciones: Jacuzzi, piscina y en el centro un bar, restaurante bar, spa, cancha de tenis, cancha de basquetbol, lavandería y tintorería, florería, agencia de viajes, equipo audiovisual, equipo de salón, traducción simultánea, teléfono, fax asistencia secretarial, equipo de cómputo, estacionamiento, acceso a internet desde la habitación, renta de autos, servicio de taxis, servicio médico, centro de negocios con un auditorio para 300 personas, centro comercial con 30 locales.

3.12 NORMATIVIDAD SANITARIA Y TECNICA

Este punto es importante, ya que para obtener la confianza plena de los visitantes y clientes potenciales, tendremos que sujetarnos a las normas más estrictas tanto sanitarias como técnicas con el objeto de que se sientan lo más seguro posible y tengan la plena seguridad que su estadía será lo más placentera.

Las normas sanitarias se refieren a las exigidas por las instituciones de salud, en este caso a lo que marque la Secretaría de Salud, usualmente se relacionan con las especificaciones técnico-productivas, de manejo y presentación del producto o servicio.

Las normas técnicas son lo relativo en este caso a la infraestructura del hotel es decir, a la calidad de los insumos que fueron utilizados para la construcción del mismo, ya sea también en los productos comerciales y alimenticios que se utilizaran, observar su grado de perecibilidad, obsolescencia, empaque, manejo comercial.

Normas de las cuales se tendrá que tener un control enérgico ya que mucho depende de la aplicación acertada de las normas para que el proyecto no sea un fracaso.

3.13 PRECIOS Y TARIFAS

Continuando con el análisis de la competencia, en este segmento encontramos a uno de los principales factores que se deben de tomar en cuenta no solo para el prestador del servicio turístico sino también para el turista y que es un motivo importante de señalar (según los resultados obtenidos en la encuesta realizada) para realizar un viaje adquiriendo la mayoría de servicios turísticos.

Cuadro N. 12
Hotel Holiday Inn Puerto Vallarta

Estándar de lujo 2 camas dobles	\$3,420
Estándar de lujo con una cama King size	\$2,380

Fuente: Hotel Holiday Inn Puerto Vallarta

Cuadro N. 13
Hotel Fiesta Americana PVR

		Precios en Diciembre
Sencilla	\$3,120	\$3,690
Doble	\$3,120	\$3,690
Triple	\$3,330	\$3,999

Fuente. Hotel Fiesta Americana PVR

Cuadro N. 14
Hotel Bahía Vallarta

		Precios en Diciembre
Sencilla	\$3,145	\$3,780
Doble	\$2,990	\$3,560
Triple	\$3,420	\$3,980

Fuente. Hotel Bahía Vallarta

Nota. Los precios anteriores ya incluyen IVA e impuesto sobre hospedaje.
Precios por noche por habitación en pesos mexicanos.

Cuadro N. 15
Hotel Marina Vallarta Class

Tipo de habitación	Precios en pesos	Estacionalidad
--------------------	------------------	----------------

Master Suite	3,415	de Enero a Marzo
Master Suite	3,670	de Abril a Agosto
Master Suite	3,950	de Septiembre a Diciembre

Fuente. Elaboración propia. Los precios incluyen IVA e impuestos sobre el hospedaje, basados en los precios de la competencia directa.

Nota. Para determinar el precio del proyecto, nos basamos en la principal, competencia (Hotel Fiesta Americana, cuyos precios que se presentan en temporada baja, y alta, y se le sustrae el 10%, tomando en cuenta que el proyecto se inicia en el mercado, para obtener el precio en la temporada media, obteniendo así el promedio entre nuestro precio de temporada baja y alta.

3.14 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Precio promedio de la habitación por noche de este proyecto: \$2,780

Esta cantidad es P1 (precio1).

Se plantea un aumento en el precio anterior del 10% lo cual arroja la cantidad de \$3,058

Esta cantidad es P2 (precio 2).

El número de habitaciones demandadas por año tomando en cuenta el porcentaje de ocupación en el año 1 (53.12%) es de 38,778, representando aquí como Q1 (cantidad 1) y como Q2 (cantidad 2) 40,354 habitaciones lo cual significa el 55.28% (porcentaje de ocupación en el año 2).

Así la expresión matemática para calcular la elasticidad el precio de la demanda es como sigue:

$$E_p = -[Q_2 - Q_1 / P_1 - P_2] [P_2/Q_1]$$

Nota: el signo negativo en esta expresión denota que la relación entre el precio y la cantidad es inversa.

Los posibles resultados que pueden arrojar esta expresión se comprenden de la siguiente manera:

Si el resultado es menor a 1, estamos en presencia de una demanda inelástica.

Si el resultado es mayor a 1, estamos en presencia de una demanda elástica.

Si el resultado es igual a uno estamos en presencia de una demanda unitaria.

Así sustituyendo los datos, para el caso del presente proyecto queda:

$$E_p = - [40,354-38,778 / 2,780-3,058] [3,058/38,778] = 0.4470\%$$

Por lo tanto, la demanda es inelástica, así al aumentar el precio de venta, en un 10% caerá la cantidad demandada en $10 * 0.4461 = 4.47$

3.15 COMERCIALIZACION DEL SERVICIO

Tradicionalmente, la comercialización del turismo en México, se ha sustentado en el principio de venta por volumen del producto turístico de sol y playa.

Las ventas internacionales se realizan preferentemente a través de los mayoristas estadounidenses en unos cuantos mercados masivos de los E.E.U.U., preferentemente ofreciendo paquetes de avión y hotel, hacia los destinos que se consideran como prioritarios.

Por eso, se ha dado gran importancia al fomento a la participación del sector turístico en ferias internacionales con el objeto de establecer contacto con mayoristas internacionales.

Sin embargo, el fomento de la integración de paquetes y su distribución a través de mayoristas, que a su vez, son distribuidos por agencias minoristas, provoca una larga cadena de intermediación que incrementa el costo final de los servicios y concentra el beneficio generado en un número limitado de empresarios, por lo que es ha comenzado a dar importancia a canales alternativos, como los Sistemas de Reservas y el uso de Internet y estrategias de mercadeo directo que permiten llegar de forma más directa a los consumidores finales.

Tomando en cuenta estas observaciones, y al señalar que la prioridad principal del proyecto es la satisfacción total del visitante, ya sea turista o empresario, se establecerá una política de comercialización directa, es decir, que esté al alcance de cualquier demandante del servicio, estableciendo desde un principio las características y la calidad del servicio que se ofrece.

Entre los servicios que deben ser de calidad están el alojamiento, alimentación, el centro de convenciones y el esparcimiento, sobre todo en lo que se refiere a los negocios, se proporcionara de una variedad de materiales, con el fin de que su estancia sea lo más placentera posible.

Como es bien sabido, este proyecto es de temporadas altas y bajas, es por eso que será necesario la invención de paquetes de viajero en asociación con agencias de viaje especializadas y terminales aéreas, dando tarifas promocionales de menor precio, así como tarifas especiales a clientes de confianza o grupos empresariales.

La publicidad del hotel, se realizara por medios de comunicación nacional como son: la televisión, agencias especializadas en el ramo del turismo, Internet así también por medios escritos como: periódicos y revistas, entre estos están. El Financiero, El Economista, Reforma, Universal y revistas como Milenio, Mundo Ejecutivo y Expansión.

Dentro de la televisión se manejaran los canales principales a nivel nacional y en horario estelar, se colocaran espectaculares en las principales zonas urbanas de cada Estado, principalmente en Jalisco.

Cabe recordar que el éxito del proyecto dependerá de la comercialización y publicidad que se le dé al mismo, ya que la calidad y eficiencia del servicio que se verá reflejado en esa publicidad tiene que mostrarse ya en el proyecto.

13.15.1 COSTOS DE COMERCIALIZACION

La televisión exige una inversión de \$6,650 por 50 segundos, tomando en cuenta, la estrategia a seguir en este proyecto se mide una inversión total de \$957,600, debido a que el costo por emisión en los días de fin de semana, Viernes, Sábado y Domingo es de \$19,950, dando un total por 4 anuncios por mes de \$79,800.

En el periódico, se dividirá el anuncio en dos, de circulación nacional:

En el Financiero \$9,700, es la inversión por media página por una semana, por lo que anualmente tenemos un total de \$116,400.

Los costos en el Reforma serian de \$11,570 por media página por una semana, por lo que el total anual asciende a \$138,840.

Así por concepto de publicidad en medios periódicos tenemos un importe de \$255,240.

El importe de publicidad en revistas se distribuye de la siguiente manera:

De acuerdo a la estrategia establecida, se publicara en tres revistas con prestigio apoyadas por la Secretaria de Turismo (SECTUR), las cuales son:

Revista Expansión \$16,400 mensuales por lo que anualmente el importe asciende a \$98,400, tomando en cuenta que el anuncio en esta y en las siguientes revistas, es al orden de que se publica un mes y al siguiente no.

Revista Mundo Ejecutivo, \$13,800 es el costo cada mes por lo que anualmente el valor total es de \$82,800, tomando en cuenta la explicación anterior.

Revista Milenio, \$14,320 mensuales por lo que el total anual asciende a \$85,920.

Así al sumar el importe por concepto de publicidad en revistas, nos da un total de \$267,120.

El importe de publicidad estática (anuncios espectaculares en las calles), se distribuyo de la siguiente manera.

9 anuncios espectaculares de \$30,000 mensuales distribuidos de 3 en 3 en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey.

De esta manera tendremos un total de \$270,000 mensuales, se colocaran durante 6 meses por lo que el importe anual seria de \$1,620,000 anuales.

Al obtener la sumatoria por concepto de la comercialización del servicio tenemos el importe total con IVA de \$3,099,960.

CAPÍTULO IV. ESTUDIO TECNICO

4.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

El estudio técnico debe considerarse y ser congruente junto con el objetivo principal del proyecto de inversión, es decir, debe desarrollarse de una forma completa y formal conjuntamente con la idea original, de la prefactibilidad, y la conclusión del proyecto.

Cabe señalar que este tipo de estudio no es un punto y parte del proyecto y que a pesar de contar con ideas y conceptos distintos a los otros capítulos del estudio, su importancia es radical dentro del proyecto y es un eslabón que da una forma concreta de lo que es el proyecto y la proporción de conclusiones o conceptos que aquí se manejan, van de la mano con los objetivos de los capítulos anteriores y posteriores.

El estudio técnico aporta información sumamente valiosa, cualitativa y cuantitativa sobre los diversos factores que se deben de tomar en cuenta para la elaboración de una nueva unidad dedicada a un servicio¹⁸.

Dentro del estudio técnico se percibe lo que es la localización del proyecto, y su objetivo principal es encontrar la ubicación más ventajosa para el hotel, características determinantes como la topografía del suelo, el clima que para el sector turístico es muy importante de igual manera, la infraestructura en bienes y servicios básicos por parte del gobierno estatal y municipal, las zonas comerciales cercanas al proyecto, las vías de comunicación más cercanas y variadas al proyecto,

¹⁸ Nacional Financiera. Guía para la Formulación y evaluación de Proyectos de Inversión, pp. 41

las ventajas económicas tanto en incentivos económicos y financiamiento para el proyecto tanto público como privado.

El estudio de localización, se divide en dos etapas, la primera llamada la Macro localización, es decir la definición de la zona con la mayoría de ventajas posible para el proyecto y la segunda, la Micro localización, es decir, que después de definir la zona, se determina la población para colocar el proyecto, se determina el terreno conveniente para la ubicación definitiva del hotel y aquí se tomará en cuenta el tipo de edificaciones, área requerida inicial y para futuras expansiones, accesos al predio por las diferentes vías de comunicación, disponibilidad de bienes y servicios básicos, instalaciones y cimentaciones.

Cabe señalar que se deben tomar en cuenta los estudios y análisis anteriores, como el estudio de mercado, el impacto socioeconómico dentro de la región para desarrollar la idea u objetivo general de una manera más concreta y coherente.

4.1.1 FACTORES DE INFLUENCIA Y CRITERIOS DE LOCALIZACION

Para establecer concretamente el proyecto en determinado sitio o lugar, en este caso en Puerto Vallarta, se deben de tomar en cuenta algunos factores, que nos ayudaran a determinar el espacio más conveniente para los intereses tanto del inversionista como del demandante, entre los cuales están la proximidad a las vías principales de comunicación otro criterio seria el costo del terreno, las condiciones del subsuelo y la topografía.

Cada factor tiene un razonamiento diferente, y por su análisis nos conduce a determinar una serie de decisiones, que se reflejarían directamente en los objetivos planteados del proyecto.

Por mencionar, la proximidad a las principales vías de comunicación, tanto por aire, tierra y mar la comodidad para los turistas tanto el nacional como el extranjero, de contar con una gran variedad de transportes, para poder trasladarse tanto de ida como de regreso a su lugar de origen en cualquier tiempo.

En el caso del proyecto mencionado se planea que esté un poco alejado de la ciudad, pero su carretera se conectara con la vía principal, con el propósito de mantener la privacidad y el descanso de cualquier rutina urbana, costo que se justifica ya que la necesidad del demandante será cumplida.

En cuestión sobre las condiciones del subsuelo se debe tomar en cuenta las condiciones de este suelo, ya que influyen en el tipo de construcción que se quiere establecer.

Otros factores importante son los servicios públicos, como drenaje, luz y agua, la disponibilidad de materias primas y mano de obra calificada tanto para la construcción como para su funcionamiento, las condiciones meteorológicas y sobre todo en Puerto Vallarta es importante este factor ya que es una zona denominada como centro playero y el clima es un factor que vende y es uno de los atractivos que ofrece Puerto Vallarta.

Otros factores son:

Intensidad del tránsito

Distancia – tiempo a los centros urbanos

Disponibilidad de vías telefónicas

Disponibilidad de terrenos

Calidad de desarrollos circunvecinos

Disponibilidad de buenas condiciones de salubridad

4.2 MACROLOCALIZACION¹⁹

El nombre de Jalisco significa “sobre la superficie de arena”, se deriva de náhuatl “Xalli” que significa arena y “Ixco” que tiene como significado superficie o cara. Se decretó el estado libre y soberano desde la constitución de 1824.

Su división ha permanecido estable con 124 municipios que lo conforman desde 1950. Jalisco, Estado situado en la parte Sudoeste de la República Mexicana en la altiplanicie mexicana. Limita al norte con Zacatecas y Aguascalientes, al este con Guanajuato, al Sudoeste con Michoacán, al sur con Colima, al oeste con el Océano Pacífico y al Noroeste con Nayarit. Se encuentra en una altura sobre el nivel del mar que se promedia en 1,578 m.

CLIMA

Jalisco se caracteriza por una variación climatológica de acuerdo a su zona, entre las que se encuentran los siguientes:

¹⁹ Enciclopedia Encarta, 2008, Jalisco.

Semiseco: Hacia el norte y noreste

Templado: Parte alta del Estado, en las sierras.

Semicálido: Zona centro y alrededor de Chápala.

Cálido: A lo largo de la costa.

La temperatura anual en el Estado es de 40° C la máxima y 4°C mínima, con una media anual de 20°C en el centro del Estado y 18 °C y 22°C en el Sur, a excepción de la zona costera el clima es cálido. En general, Jalisco goza de un buen clima.

HIDROGRAFIA

El Estado de Jalisco, está dentro de la vertiente del Pacífico rodeado de las corrientes hidrográficas más importantes, como los ríos Lerma-Santiago, Verde, Zulla, Coahuayana, Armería y Ameca. La entidad se encuentra situada en una zona rica en recursos geohidrológicos, conformado por tres cuencas y siete subcuencas compartidas con otros estados, y dividido en 28 zonas geohidrológicas.

AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO

El servicio de agua potable y alcantarillado alcanza una cobertura estatal del 91% lo cual obtiene como rendimiento de la infraestructura con la que se cuenta para proporcionar dicho servicio.

SALUD

La coordinación hospitalaria establecida por las diferentes instituciones del Sector Salud está rindiendo continuos y crecientes beneficios en el aumento de la eficiencia operativa y en el mejoramiento cualitativo de los servicios, con un seguimiento del modelo de atención de la infraestructura.

RECREACION

El estado de Jalisco se caracteriza por sus atractivos y fascinantes centros de diversión. Los atractivos turísticos del estado se complementan con la zona Costa Alegre, que comprende a Puerto Vallarta, Barra de Navidad, Me laque, entre otros, donde se puede disfrutar de las hermosas playas, así como de lugares ideales para practicar deportes acuáticos como: buceo, ski acuático, pesca deportiva, surf, etc. Destacando las actividades comerciales de la entidad, las que se ubican en grandes complejos o plazas comerciales, que funcionan como lugares de esparcimiento.

SERVICIOS

Las características del estado, han propiciado el desarrollo y desenvolvimiento óptimo del sector Servicios, el cual representa una fuente importante de ocupación y de ingresos. Los rubros más sobresalientes del sector de servicios en la entidad son: esparcimiento, alquiler, alojamiento temporal, servicios bancarios y alimentos y bebidas.

VIVIENDA

Jalisco ha tenido un crecimiento desbordante en la demanda de vivienda, ocasionado por la constante migración hacia el estado.

VIAS NAVEGABLES

Puerto Vallarta, por mar recibe un número importante de cruceros y barcos comerciales de diversos países que lo ubican entre los primeros destinos turísticos de la República Mexicana. Los servicios portuarios en Jalisco, tiene por puerto principal: Puerto Vallarta con rutas de carga y pasajeros cuyos destinos son:

Los Cabos BCS.

Turístico: princess

Destino: Los Ángeles USA – Los Cabos BCS – Mazatlán – Puerto Vallarta

SERVICIO AEREO

El estado de Jalisco es un eje estratégico de comunicación entre las principales zonas comerciales del país; lo cual lo ha colocado en el segundo lugar a nivel nacional en disponibilidad de servicios aéreos comerciales. Actualmente se cuenta con 61 aeropistas en la entidad y 2 aeropuertos internacionales ubicados uno en Guadalajara y otro en Puerto Vallarta y un tercero localizado en Lagos de Moreno, actualmente fuera de servicio. La afluencia turística y comercial ha incrementado la demanda del transporte aéreo, por lo que en promedio se realizan diariamente 83 vuelos nacionales y 47 vuelos internacionales en promedio; teniendo una amplia cobertura hacia los principales estados del país y Norteamérica.

Principales destinos aéreos Jalisco y destinos internacionales Guadalajara Puerto Vallarta – Chicago – Los Ángeles – Oakland – Houston – San Francisco – San Diego – San José – Dallas – Phoenix. Destinos nacionales a los 31 estados de la República.

INDUSTRIA

El sector industrial de Jalisco es fabricante de textiles, calzado, alimentos, bebidas, hule y plásticos, muebles, farmacéuticos, etc.

Además es asiento de empresas industriales de alta tecnología en electrónica y comunicaciones. Así mismo la industria se caracteriza por ser pequeña y mediana, como sucede en la mayor parte del país, concentrándose esta principalmente en la zona metropolitana de Guadalajara. Con el objetivo de fortalecer el desarrollo e impulso de la industria, se han instalado complejos industriales con el fin de consolidar la actividad industrial y proteger el medio ambiente.

En la entidad se ubican parque y complejos industriales en la zona Metropolitana de Guadalajara y el resto del estado tales como:

Parque Alama Industrial (Tlaquepaque, Jal)

Parque Industrial Belenes Norte (Zapopan, Jal.)

Corredor Industrial El Salto

Zona Industrial Guadalajara, se concentra la mayoría de las industrias jaliscienses.

Parque Industrial Ferrán, ubicado en el Norponiente de Guadalajara.

Con el fin de impulsar y apoyar a la industria se desarrollaron estos complejos existiendo además importantes proyectos que ofrecen todos los requerimientos necesarios para el buen funcionamiento de la industria en el estado.

PROYECTOS DE PARQUES Y ZONAS INDUSTRIALES

Lagos de Moreno: Agroindustria metalmecánica, calzado y confección.

Encarnación de Díaz: Autopartes y confección.

San Julián: Calzado

San Miguel el Alto: Confección

Arandas: Calzado y transformación

Atequiza-Ocotlan: Química, farmacéutica y muebles

Ixtlahuacan de los Membrillos: Galvanoplastia y fundición.

Tala: Textil y confección

Zapotlanejo: Confección
San Diego de Alejandria: Textil y confección
Yahualica: Textil y confección
Zacoalco-Sayula: Extractiva y agroindustria.
Ciudad Guzmán: Agroindustria y transformación
Autlán: Agroindustria
Ayotlán (centros comerciales): Textil y confección
Colotlán (centros comerciales): Artesanía y talabartería.

FERROCARRIL

La red ferroviaria del estado se caracteriza por ser eje importante de comunicación con la Cuenca del Pacífico, donde se encuentran ubicadas las principales potencias económicas del mundo, siendo esta la red que une Jalisco hacia el sur por el municipio de Ciudad Guzmán con el puerto de Manzanillo. Así mismo, la comunicación con el noreste del país, enlazándola con las ciudades fronterizas de los Estados Unidos, principales socios comerciales de México. La comunicación con el centro une a Jalisco con la capital de la República Mexicana.

CARRETERAS

Jalisco se encuentra unido al resto del país por una infraestructura carretera en servicio con una extensión de 24 595.52 kms. Las principales vías de comunicación vinculan a la entidad con la capital de la República y con otros centros industriales de gran importancia, puesto que en él convergen los principales contrales carreteros. Guadalajara-Aguascalientes, México-Guadalajara-Nogales, Guadalajara-Colima-Manzanillo, Guadalajara-Saltillo.

Estas vías de comunicación, convierten al estado en un punto clave de conexión entre los principales mercados nacionales e internacionales.

COMERCIO

Jalisco se ha caracterizado por la creciente importancia de su actividad comercial, la cual se ha concentrado en los establecimientos comerciales orientada principalmente a las actividades de

compra y venta; destacando los siguientes rubros: alimentos y bebidas, textiles, aparatos electrónicos, tabaco, cosméticos, artículos deportivos, materiales para la construcción.

El desarrollo de la actividad comercial en el estado, ha propiciado la creación de plazas o complejos comerciales en zonas estratégicas de la zona Metropolitana de Guadalajara, que pertenecen Cadenas no solo nacionales sino también internacionales, con elevado índice de tecnologías en sus sistemas de comercialización, así como la creación de pequeños proyectos comerciales en las ciudades medias de la entidad.

EXPORTACIONES

El comercio exterior en Jalisco, ha cobrado mayor auge en los últimos años, y los empresarios jaliscienses han comprendido las exigencias del cambio, logrando con ello niveles de calidad de acuerdo a los requerimientos de los mercados internacionales. La exportación en el estado ha adquirido mayor importancia no solo en volumen sino también en la diversificación tanto de productos como de mercados sobre todo en las ramas de alimentos y bebidas, juguetes, textiles, tequilas, autopartes, productos agropecuarios, películas y cámaras, electrónica, calzado y productos de cuero, productos siderúrgicos, entre otros.

El destino de las exportaciones es principalmente a Estados Unidos con un 68%, Europa con 12%, Canadá con 3% y el 17 % restante en varios países, presentando un crecimiento del 25%.

INVERSION EXTRANJERA

Jalisco es un estado que ofrece ventajas comparativas para el desarrollo de proyectos de inversión. La inversión extranjera es un medio para propiciar el desarrollo industrial tanto por su aportación de recursos para nuevas inversiones, como para el conocimiento de técnicas que se pueden derivar de ellas, dado que para el desarrollo de la planta productora de bienes de capital es un factor de prioridad la utilización de técnicas avanzadas.

El origen del capital de participación extranjera proviene principalmente de:

EUA	58.5%
Canadá	10%
Alemania	3.9%
Reino Unido	3%

Holanda	2.5%
Corea	1.7%
España	4.9%
China	15.5%

Las empresas con inversión extranjera directa (IED) se localizan en los municipios de Guadalajara con 323 sociedades, que representa el 40.9% del total

Puerto Vallarta	27.7%
Zapopan	16.3%
El Salto	3.5%
Tlaquepaque	3.2%
Tlajomulco	1.6%
Chápala	1.6%
Jocotepec	0.8%
Municipios restantes	4.4%

4.3 MICROLOCALIZACION

Puerto Vallarta es el segundo lugar más visitado en todo México, ha servido por mucho tiempo como un refugio placentero para las personas que buscan más que solo una playa bonita. El pueblo bañado de sol de la costa colonial es tanto placentero como diverso en sus atracciones.

Fácilmente accesible desde las importantes entradas americanas incluyendo Los Ángeles, Dallas, Houston, Phoenix, todo esto vía aérea.

LA PROPIEDAD

La propiedad se ubica en Marina Vallarta, en Puerto Vallarta, Estado de Jalisco en México. Es una propiedad ideal para desarrollar en ella un proyecto hotelero o turístico condominal

Inmediatamente al Norte del pueblo, se localiza una importante franja hotelera. Pasando esta franja hotelera, se desarrolla Marina Vallarta, en la cual se ubica un extraordinario campo de golf y esta a menos de 10 minutos del aeropuerto internacional. Pasando Marina Vallarta se han desarrollado otras zonas como son:

Nuevo Vallarta

Flamingos

Bucerías

Punta Mita

UBICACIÓN DE LA PROPIEDAD

Esta propiedad está ubicada en el Paseo de la Marina Sur, en Marina Vallarta en la zona donde los más nuevos y modernos hoteles de Puerto Vallarta se ubican y donde los mejores condominios turísticos se siguen construyendo. En la zona de Marina Vallarta se han desarrollado un gran número de unidades condominiales diseñadas para satisfacer las necesidades de la creciente cantidad de turistas que han descubierto las ventajas que Puerto Vallarta les brinda como destino turístico.

DESCRIPCION DE LA PROPIEDAD

Actualmente se ocupa para dar servicio a las embarcaciones que hacen uso de la Marina, por lo que en él se encuentra construida una plancha de concreto sobre la que se estacionan los barcos en seco, algunos muelles para pequeños barcos y veleros, servicios de reparación de embarcaciones, tienda y gasolinera.

Tiene una forma rectangular irregular y su topografía es básicamente plana con una ligera inclinación de la calle hacia la Marina.

SUPERFICIES

La superficie total del terreno es de 32,705.80 m².

Además de la superficie total del terreno, se cuenta con una franja de terreno concesionario, la cual se describe más adelante.

Es muy fácil de llegar a Puerto Vallarta, en la estación alta hay más de 400 vuelos que llegan semanalmente.

Por carretera en este cuadro se presentan las distancias de algunos lugares importantes a Puerto Vallarta.

Cuadro N. 16**Distancias por carretera desde Puerto Vallarta a puntos importantes en México y USA**

Ciudad	Kilómetros	Millas
Acapulco, Gro.	1,305	809
Aguascalientes, Ags.	608	376
Barra de Navidad, Jal.	212	131
Celaya, Gto.	660	409
Cd. Juárez, Chi.	1,825	1,131
Cd. Obregón, Son.	1,097	680
Colima, Col.	368	228
Culiacán, Sin.	685	424
Chihuahua, Chi.	1,450	899
Durango, Dgo.	741	459
Guanajuato, Gto.	657	407
Guadalajara, Jal.	356	220
Hermosillo, Son.	1,365	946
Manzanillo, Col.	319	197
Mazatlán, Sin.	463	289
Mexicali, BC.	2,059	1,276
México D.F.	891	550
Monterrey, NL.	1,124	696
Nuevo Laredo, Tam.	1,354	839
Puebla, Pue.	1,062	658
Playa Blanca, Jal.	170	105
Querétaro, Qro.	704	440
San Luis Potosí, SLP.	710	440
Saltillo, Coa.	1,031	639
Tepic, Nay.	169	104
Tijuana, BC.	2,248	1,393
Torreón, Coa.	1,044	663
Zacatecas, Zac.	674	417
Los Ángeles, Cal.	2,490	1,523
Tuxtla Gutiérrez, Chia.	1,865	1,145

Fuente: Gobierno de Jalisco

DIMENSIONAMIENTO Y PROYECTO ARQUITECTONICO

En este apartado se presentan las características del terreno, tanto su localización, su tamaño, su topografía, precio, así como la descripción general del dimensionamiento y espacios que tendrán que ocupar los diferentes bienes e inmuebles, que habrán de conformar el anteproyecto.

Como se menciona anteriormente el terreno que se utilizara para el proyecto se ubica en Marina Vallarta, en Puerto Vallarta, en el estado de Jalisco. Es una propiedad ideal para desarrollar en ella un proyecto hotelero o turístico condominal.

Exactamente, esta propiedad se encuentra ubicada en el Paseo de la Marina Sur, en Marina Vallarta, en la zona donde los más nuevos y modernos hoteles de Puerto Vallarta se ubican y así, como los mejores condominios turísticos se siguen construyendo.

En la zona de Marina Vallarta, se ha desarrollado un gran número de unidades condominales diseñadas para satisfacer las necesidades de la creciente cantidad de turistas que han descubierto las ventajas que Puerto Vallarta les brinda como destino turístico.

CONFIGURACION Y COLINDANCIAS

El terreno tiene una forma rectangular irregular y su topografía es básicamente plana con un ligera inclinación de la calle hacia la Marina.

- 1.-Noreste en 224.6 con la línea de zona Federal del canal marítimo de navegación de Marina Vallarta.
- 2.-Noroeste en 106.59 con propiedad particular, actualmente hotel Mayan Palace.
- 3.-Suroeste en 256.12 con calle Paseo de la Marina Sur.
- 4.-Sureste en 70.73 con propiedad particular, actualmente hotel Nautilus. Concesión de zona Federal marítimo terrestre.

PRECIO

El precio de la propiedad es de \$30,873,959.70. Este dato es solo una estimación de acuerdo con datos estadísticos de terrenos colindantes en la zona correspondiente tomando en cuenta las características que son similares entre si, además que no se ha confirmado que se encuentre a la venta.

Dentro del análisis del dimensionamiento y proyecto arquitectónico, la estructura física del gobierno tendrá que estar sujeta a dos tipos de reglamentos previamente establecidos, que aportaran una mayor calidad, tanto a las futuras instalaciones y por ende al servicio, el primer reglamento es establecido por la asociación de colonos de Marina Vallarta y el segundo más no menos importante el establecido por la sector. Que son los criterios básicos de diseño para un hotel de cinco estrellas²⁰, estatutos que nos darán la pauta para establecer el dimensionamiento del proyecto.

ASOCIACIÓN DE COLONOS DE MARINA VALLARTA

Las construcciones en la zona de Marina Vallarta está regulada principalmente por la Asociación de Colonos de Marina Vallarta²¹. Las normas que esta Asociación ha establecido para la construcción de hoteles en este periodo se encuentra en el capítulo tercero “Zona Turística Hotelera” y las establecidas para la construcción de condominios en el capítulo cuarto “Zona Condominal”, del mencionado reglamento por lo que el proyecto deberá ajustarse a las necesidades de la Asociación de Colonos, siempre y cuando no afecte el planteamiento final del proyecto.

De cualquier manera existe flexibilidad para la aplicación de este reglamento, por lo que se debe de someter el proyecto para la aprobación de la Asociación de Colonos.

ESTACIONAMIENTO

Para los hoteles se requiere en los primeros 20 cuartos de un estacionamiento por cada 4 cuartos y para los demás cuartos de 1 auto por cada 8.

Para los hoteles y condominios de tiempo compartido se requiere de un estacionamiento para cada condominio.

Los demás servicios del hotel requerirán de los estacionamientos establecidos por las normas complementarias.

TOPOGRAFIA

²⁰ SECTUR. Criterios básicos de Diseño para un Hotel de 5 estrellas. México

²¹ Asociación de Colonos de Marina Vallarta. Reglamento de Construcción.

El terreno es plano con un ligero declive que va desde la calle hacia la Marina.

SUELO

El suelo es apropiado para la construcción de edificios similares a los existentes en los alrededores de la propiedad pero no se han hecho estudios de mecánica de suelos.

DESARROLLOS EN LA ZONA

En la zona de Marina Vallarta existe todo tipo de desarrollos turísticos, entre ellos encontramos edificios de condominios que en su mayoría son de dos recamaras, hasta casas particulares con muelle en la marina. Existe también un gran número de restaurantes y bares así como de prestigiados hoteles y condominios de reciente construcción.

En la zona hotelera y del centro de Puerto Vallarta, se localizan discoteques, restaurantes y bares de calidad internacional, hoteles "All Inclusive" y todo tipo de servicios como cines, agencias de renta de autos y todo aquello que el turista puede llegar a requerir en un viaje.

TRANSPORTACIÓN

Puerto Vallarta es una de las zonas turísticas de México que cuenta con buena infraestructura de transporte para llegar a ella. Cuenta con un aeropuerto internacional que recibe vuelos directos tanto nacionales como internacionales y vuelos Chárter de múltiples partes de Estados Unidos y Canadá.

La transportación turística dentro de la ciudad de Puerto Vallarta y sus alrededores, esta principalmente basada en taxis. Ofrecen servicios en Puerto Vallarta la mayoría de las agencias de calidad internacional dedicadas a la renta de automóviles y existe una red de transporte público que cubre la mayor parte de la ciudad.

INFRAESTRUCTURA

La zona de Marina Vallarta, cuenta con la infraestructura necesaria para la construcción de desarrollos hoteleros o condominales.

TELEFONOS

Toda la infraestructura telefónica de la zona de Marina Vallarta es suministrada por Teléfonos de México.

CRITERIOS BÁSICOS DE DISEÑO PARA UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS (SECTUR)

En el siguiente cuadro se presenta el rango de áreas que requiere la SECTUR, para el área de habitación y baño tanto en forma horizontal como vertical²².

Cuadro N. 17
Área construida (cada 100 habitaciones)

	Rangos de áreas	
	Mínimos	Máximo
Áreas de habitaciones	2,800m ²	3,176m ²
Áreas públicas	2,469.71m ²	2,706m ²
Áreas de servicios	2,141.67m ²	2,359m ²
Áreas de estacionamiento	1,227m ²	1,227m ²
Total	8,638.38m²	9,468m²
Áreas del exterior o recreativas	157.50m ²	175m ²
Áreas de servicio	180m ²	180m ²
Total	337.50m²	355m²

Fuente: SECTUR

Existen áreas que no tienen un comportamiento aritmético lineal con relación al tamaño del hotel. Estas áreas se tienen que determinar basándose en el diseño arquitectónico y a la funcionalidad y tamaño del proyecto.

²² SECTUR. Criterios Básicos de Diseño para un hotel de cinco estrellas, México.

Con la información proporcionada por parte del estudio de mercado y las características de terreno, se establece que para el anteproyecto del hotel en Puerto Vallarta de 200 habitaciones y servicios establecidos con anterioridad, el tamaño indicado para la construcción de las edificaciones que darán servicio a las distintas finalidades será el siguiente:

Señalando que serán tomados en cuenta, los criterios básicos señalados por la Secretaría de Turismo sobre la construcción de hoteles de cinco estrellas, para su fomento, para el hotel de 200 habitaciones y considerando el límite máximo de metros cuadrados.

RESUMEN DE AREAS POR ESPACIO

El programa arquitectónico del hotel es el siguiente:

Programa arquitectónico propuesto

Cuadro N. 18

Área para construcción	Superficie en m²
Áreas de habitaciones	20,000m ²
Áreas públicas	5,328m ²
Áreas de servicios	2,124.8m ²
Áreas de estacionamiento	1,197m ²
Áreas de exterior	1,956m ²
Total de área construida	30,605.8m²

Fuente: elaboración propia siguiendo principios básicos de construcción de hoteles por parte de la SECTUR.

ARQUITECTONICO

Cuadro N. 19

SISTEMA HOTEL DE PLAYA

SUBSISTEMA 1 ÁREA DE HABITACIONES	20,000m ²
-----------------------------------	----------------------

COMPONENTE	Máster Suite. Área por habitación	100m ²
Subcomponentes.	Vestíbulo	4.5 m ²
	Baño-tocador	14 m ²
	Vestidor-closet	5.5 m ²
	Estancia	25 m ²
	Comedor-bar	6 m ²
	Alcoba	25 m ²
	Terraza	20 m ²
SUBSISTEMA 2. AREAS PÚBLICAS DE SERVICIO		<u>5,328 m²</u>
COMPONENTE	Vestíbulo vial	542 m ²
Subcomponente	Motor Lobby	330 m ²
COMPONENTE	Lobby-recepción	212 m ²
Subcomponente	Barra de recepción	12.5 m ²
	Registro	12.5 m ²
	Información y control	10 m ²
	Caja de seguridad y cambio de moneda	8 m ²
	Conmutador y teléfonos	36 m ²
	Sala d espera para registro	83 m ²
	Estancia del capitán de botones y equipaje	10 m ²
	Servicio sanitario de mujeres	20 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	20 m ²
COMPONENTE CONCECIONES		610 m ²
Subcomponente	Locales	480 m ²
	Circulaciones	130 m ²
SUBSISTEMA 3. AREAS PÚBLICAS RECREATIVAS		<u>4,086 m²</u>
COMPONENTE	Lobby-bar música	339 m ²
Subcomponente	Barra	30 m ²
	Preparado	30 m ²

	Almacén y lavado	30 m ²
	Área de mesas	190 m ²
	Estrado	20 m ²
	Servicio de sanitarios de mujeres	15 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	15 m ²
	Cuarto de limpieza	9 m ²
COMPONENTE	Restaurante	565 m ²
Subcomponente	Vestíbulo	36 m ²
	Sala de espera	25 m ²
	Caja	9 m ²
	Área de mesas	225 m ²
	Área de mesas al aire libre	200 m ²
	Estación de servicio	30 m ²
	Servicio sanitario para mujeres	20 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	20 m ²
COMPONENTE	Salón de banquetes y Convenciones	895 m ²
Subcomponente	Vestíbulo	80 m ²
	Guardarropa	15 m ²
	Salón	600 m ²
	Bodega	50 m ²
	Cabina de sonido y proyección	40 m ²
	Bodega de equipo y proyección	60 m ²
	Servicio sanitario para mujeres	25 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	25 m ²
COMPONENTE	Área de albercas	1,190 m ²
Subcomponente	Acua-bar	90 m ²
	Alberca profunda	800 m ²
	Chapoteadero	200 m ²
	Asoleadero	50 m ²
	Área de banquete y guarniciones	50 m ²
COMPONENTE	Zona deportiva	697 m ²
Subcomponente	Cancha de tenis	522 m ²

	Fuente de sodas	150 m ²
	Alquiler de artículos deportivos	25 m ²
COMPONENTE	Zona de palapas	400 m ²
Subcomponente	Área de sombrillas y asoleadero	
SUBSISTEMA 4. AREAS ADMINISTRATIVAS		<u>2,124.80m²</u>
COMPONENTE	Oficinas de recepción	35.3 m ²
Subcomponente	Sala de espera	14 m ²
	Informes	9.3 m ²
	Conmutador, sonido y télex.	12 m ²
COMPONENTE	Oficinas administrativas	246 m ²
Subcomponente	Oficina del gerente con estancia y baño	36 m ²
	Oficina del subgerente ejecutivo	20 m ²
	Oficina del subgerente de reservaciones	20 m ²
	Oficina del subgerente de bebida y alimentos	20 m ²
	Sala de juntas	40 m ²
	Área secretarial	80 m ²
	Servicio sanitario para mujeres	15 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	15 m ²
COMPONENTE	Oficinas de contabilidad	235 m ²
Subcomponente	Oficina del gerente de créditos	15 m ²
	Oficina del gerente de ventas	15 m ²
	Oficina del jefe de contadores	15 m ²
	Oficina de contabilidad	15 m ²
	Oficina jefe de créditos	15 m ²
	Área de contadores	40 m ²
	Área de crédito y cobranza	30 m ²
	Archivo general y papelería	20 m ²
	Área secretarial	50 m ²
	Servicio sanitario para mujeres	10 m ²
	Servicios sanitarios de hombres	10 m ²

SUBSISTEMA 5. AREAS DE SERVICIO

6.861.50 m²

COMPONENTE	Cocina	302 m ²
Subcomponente	Zona de cocción	30 m ²
	Zona de preparación	20 m ²
	Cocina caliente	36 m ²
	Cocina fría	30 m ²
	Pastelería	30 m ²
	Despacho de alimentos	10 m ²
	Lavado de loza y ollas	10 m ²
	Frigorífico de carnes	20 m ²
	Congelador de verduras	10 m ²
	Refrigerador de mariscos	20 m ²
	Refrigerador de lácteos	6 m ²
	Refrigerador de embutidos	6 m ²
	Oficina del chef	20 m ²
	Sanitarios para empleados de cocina	45 m ²
	Cuarto de aseo	9 m ²
COMPONENTE	Cocina auxiliar	139 m ²
Subcomponente	Zona de preparación	20 m ²
	Cocina caliente	30 m ²
	Cocina fría	30 m ²
	Guardado y lavado de loza	15 m ²
	Jefe de cocina 1	6 m ²
	Dispensera	10 m ²
	Alacena refrigeración	16 m ²
	Mantelería	12 m ²
COMPONENTE	Bodegas y almacenes	85.4 m ²
Subcomponente	Máquinas de fabricación de hielos	2.4 m ²
	Bodega de vinos y licores	30 m ²
	Bodega de abarrotes	10 m ²
	Bodega de refrescos	26 m ²
	Bodega de loza y vidrios	8 m ²
	Cuartos de basura	9 m ²

COMPONENTE	Servicio a empleados	313.5 m ²
Subcomponente	Estancia de empleados	12 m ²
	Control de empleados	9 m ²
	Pagaduría y caja	8.5
	Comedor de empleados	104 m ²
	Baños-vestidores	150 m ²
	Área de casilleros	30 m ²
COMPONENTE	Área de conservación y mantenimiento	90 m ²
Subcomponente	Oficina	12 m ²
	Taller de herrería	18 m ²
	Taller de carpintería	18 m ²
	Taller de plomería y pintura	21 m ²
	Taller de electricidad	21 m ²
COMPONENTE	Cuarto de máquinas	98 m ²
Subcomponente	Equipo hidroneumáticos	28 m ²
	Equipo de albercas	10 m ²
	Calderas	20 m ²
	Bomba contra incendios	10 m ²
	Bomba de riesgo	10 m ²
	Deposito de diesel	10 m ²
	Oficinas de mantenimiento	10 m ²
COMPONENTE	Estación de servicio	60.6 m ²
Subcomponente	Vestíbulo	8.4 m ²
	Ropería de piso	30 m ²
	Cuarto de aseo	18 m ²
	Sanitario	3.6 m ²
	Ductos de basura	0.3 m ²
	Ductos de ropa sucia	0.3 m ²
COMPONENTE	Patio de servicio	520 m ²
Subcomponente	Patio de maniobras	420 m ²
	Andenes de carga y descarga (2)	72 m ²

	Control de compras	14 m ²
	Selección de basura	4 m ²
	Basura seca	2 m ²
	Compactación de basura	4 m ²
	Congelación de basura	4 m ²
COMPONENTE	Estacionamiento	3,297 m ²
COMPONENTE	Áreas Verdes y Exteriores	1,956 m ²

Fuente: Elaboración propia

Como se pudo observar, las dimensiones de la construcción superan a las establecidas por la SECTUR, y respetando de igual forma el reglamento de la Asociación de Colonos de Marina Vallarta. Sobre todo teniendo la seguridad de ofrecer un servicio de calidad para el visitante.

4.4 REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL

Sin duda alguna, se tiene que recurrir a una gran variedad de herramientas y materiales auxiliares, para perfeccionar lo que serán las diversas instalaciones que darán servicio al visitante nacional y extranjero, a continuación se presentaran los requerimientos básicos para el buen funcionamiento, presencia, calidad de las instalaciones y edificios que forman parte del proyecto.

LOS SIGUIENTES REQUERIMIENTOS DE OBRA CIVIL SON:

A continuación se describe solo el material que será necesario para estructurar de una forma más concreta las diferentes áreas que darán servicio al hotel.

HABITACION: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. La base de los plafones serán prefabricados completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto alfombrados, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

BAÑO: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será vidriado. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto antiderrapante, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire de extracción.

VESTIDOR: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será a base de aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto alfombrado, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire de extracción.

DUCTO: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya aparente, las puertas de madera, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

LOBBY: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

BAR: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

RESTAURANTE: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será a base de aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas

completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto alfombrado, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire de extracción.

SALON DE CONVENCIONES: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será aparente el acabado con base en aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

LOCALES: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya aparente, el acabado será a base de aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

CIRCULACION: Su estructura será de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será a base de aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de herrería, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

RECEPCION. Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será a base de aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

LAVANDERIA: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio,

las puertas de herrería, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

COCINA: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustica. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de aluminio, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

BODEGA: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, las puertas de herrería, mobiliario de lujo, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

ALMACEN: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, las puertas de herrería, mobiliario, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

CUARTO DE MAQUINAS: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de herrería, mobiliario, para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

CIRCULACIONES DE SERVICIO: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será con base en aplanado y pintura. Las bases de los plafones serán prefabricadas completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto, la cancelería será de aluminio, las puertas de madera, mobiliario, para la instalación

hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

ESTACIONAMIENTO: Para la instalación hidráulica se requerirá de tubería de PVC, la instalación eléctrica requerirá de tubería conductora y poliducto, el aire acondicionado será controlado por unidades manejadoras de aire.

ALBERCA: Su estructura será de muros de carga de concreto, su base será ya prefabricada, el acabado será rustico, las bases de los plafones serán prefabricados completándolo con un acabado a base de aplanado y pintura, los pisos serán de concreto antiderrapante, mobiliario, para la instalación hidráulica se requerirá tubería PVC, la electricidad requerirá de tubería conductora y poliducto.

JARDINES: Su estructura será rustica. Los pisos serán de concreto, mobiliario, para la instalación hidráulica se requerirá tubería PVC, la electricidad requerirá de tubería conductora y poliducto.

4.5 EDIFICACION Y COSTOS

En este punto se determina el costo cuantitativo sobre el levantamiento de las edificaciones que serán utilizadas, para el funcionamiento y realización de las diferentes actividades encaminadas a cumplir satisfactoriamente las necesidades del usuario.

Cabe señalar que tanto la construcción de las edificaciones como la selección de mano de obra, el equipo y uso de los materiales auxiliares estarán sujetas a la selección de la compañía constructora encargada del proyecto previo a concurso.

De acuerdo al programa y diseño arquitectónico establecido previamente en este capítulo el área total de construcción es de $30,605.8\text{m}^2$, con un costo de \$60, 500,099.3, contando la cimentación y los acabados.

4.6 INVERSION FIJA

La inversión fija son las erogaciones surgidas antes y durante el proyecto hasta su puesta en marcha.

La inversión fija se realiza sobre los bienes tangibles como son:

El costo del terreno

Edificios u obra civil

Maquinaria y equipo

Mobiliario

Equipo de transporte

Conceptos que marcaran el proceso de configuración del proyecto de una forma concreta.

Cuadro N.20
Costo del terreno

Pesos / m ²	m ²	Total
1,008.76	30,605.8	\$30,873,859.70

Fuente: Asociación de Colonos de Marina Vallarta.

OBRA CIVIL

Al igual que el terreno al determinar el costo de la obra civil del proyecto se debe tomar en cuenta, el precio por metro cuadrado, acabados, cimientos y la dimensión física de las diferentes instalaciones y edificaciones que se pretenden construir para la funcionalidad del proyecto para constituir el precio de costo total de obra civil.

Para este proyecto de acuerdo a las diversas funcionalidades y características que ofrece el servicio, se determina el costo total de la obra civil que es de \$60,500,099.03 de acuerdo al cuadro número 28.

Cabe señalar que las medidas reflejan en cada área del hotel se basan en el manual de organización de hotel de cinco estrellas.

Los precios por cada metro cuadrado son señalados por expertos de la construcción de acuerdo a una investigación exhaustiva de mercado realizada en la zona .

Cuadro N.21
Costo de la Obra Civil

	m ²	\$/m ²	PRECIO TOTAL
ÁREA DE HABITACIONES	20,000m ²	1,220	24,400,000
AREAS PÚBLICAS DE SERVICIO	5,328 m ²	1,220	6,500,160
AREAS PÚBLICAS RECREATIVAS	4,086 m ²	1,220	4,984,920
AREAS ADMINISTRATIVAS	2,124.80m ²	1,220	2,592,256
AREAS DE SERVICIO	6,861.50 m ²	1,220	8,371,030
Estacionamiento	3,297 m ²	1,010	1,208,970
Áreas Verdes y Exteriores	1,956 m ²	1,010	1,975,560
CIMENTACIÓN	11,610 m ²	1,070	12,422,700
ACABADOS	12,669 m ²	899.87	11,400,453.03
TOTAL			73,856,049.03

Fuente: Elaboración propia

MOBILIARIO

Para el proyecto, parte fundamental es el mobiliario, en este caso se necesitaran, diferentes tipos y clases de equipo y mobiliario para las diferentes áreas de servicio y para el bienestar tanto del turista como económico del proyecto.

Con respecto al mobiliario, se refiere a los bienes tangibles, que será necesario adquirir para un buen funcionamiento, entre estas están, muebles modernos y complejos, rústicos, con acabado de lujo y de diferente tipo de madera y calidad.

Parte del mobiliario así tanto equipo y maquinaria habrá que importarla o traerla de dentro de la República por lo que esos gastos tienen que ser considerados.

Todo este equipo tiene que ser contabilizado dentro de la inversión fija del proyecto.

Los costos que a continuación se presentan, son el resultado de una investigación de mercado realizada entre los expertos en la adquisición y presupuesto de mobiliario y equipos de hotelería y oficina, constituyendo éstos, una media con relación en lo presupuestado con los proveedores seleccionados dentro del ambiente turístico.

Cuadro N.22
Mobiliario de habitaciones

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Juego boxpring (base y colchon) King size colcha sobrecama (bedspread)	3,410	511.5	3,921.5	210	823,515	107,415
Sábanas, almohadas y fundas	1,050	157.5	1,207.5	420	507,150	66,150
Batas para baño	320	48	368	400	147,200	19,200
Escritorio de trabajo	1,860	279	2,139	210	449,190	58,590
Sillas para escritorio	560	84	644	210	135,240	17,640
Espejo de cuerpo complete	184	27.6	211.6	210	44,436	5,796
Sala y comedor	13,585	2,037.75	15,622.75	200	3,124,550	407,550
Juego de baño	1,853	277.95	2,130.95	400	852,380	111,180
Artículos de baño	335	50.25	385.25	400	154,100	20,100
Juegos de toallas	200	30	230	420	96,600	12,600
Perchero	180	27	207	210	43,470	5,670
Tocador	2,138	320.7	2,458.7	200	491,740	64,140
Closet	1,870	280.5	2,150.5	200	430,100	56,100
Tocador con 2 buros	2,380	357	2,737	200	547,400	71,400
Juego de cortinas	784	117.6	901.6	210	189,336	24,696
TOTAL					8,036,407	1,408,227

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 23
Mobiliario del área de recepción

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Front desk	761	114.15	875.15	1	875.15	114.15
Escritorio	540	81	621	4	2,484	324
Silla	160	24	184	7	1,288	168
Archivero	373	55.95	428.95	4	1,715.8	223.8
TOTAL					6,362.95	829.95

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 24
Mobiliario de cocina

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mesa de apoyo	5,328	799.2	6,127.2	2	12,254.4	1,598.4
Mueble lavamanos	10,047	1,507.05	11,554.05	2	23,108.1	3,014.1
Fregadero con dos tarjas	11,457	1,718.55	13,175.55	2	26,351.1	3,437.1
Fregadero con tres tarjas	14,146	2,121.9	16,267.9	2	32,535.8	4,243.8
Mesa de preparación	8,017	1,202.55	9,219.55	4	36,878.2	4,810.2
TOTAL					131,127.6	17,103.6

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 25
Mobiliario de bar

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
----------	-------------------------	---------	----------	-----------------------	-----------------------	-------------

Mesa	436	65.4	501.4	65	32,591	4,251
Silla	227	34.05	261.05	195	50,904.75	6,639.75
Barra	12,960	1,944	14,904	1	14,904	1,944
TOTAL					98,399.75	12,834.75

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 26
Mobiliario de restaurante

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mesa	650	97.5	747.5	115	85,962.5	11,212.5
Silla	225	33.75	258.75	440	113,850	14,850
Juego de cortinas	785	117.75	902.75	6	5,416.5	706.5
TOTAL					205,229	26,769

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 27
Mobiliario de salón de usos múltiples

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mesa modular	560	84	644	75	48,300	6,300
Sillón	460	69	529	400	211,600	27,600
TOTAL					259,900	33,900

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 28

Mobiliario de áreas recreativas

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mesa de jardín	360	54	414	80	33,120	4,320
Camastros	260	39	299	80	23,920	3,120
Paquetes de sombrillas y sillas para jardín	692	103.8	795.8	90	71,622	9,342
Silla	160	24	184	1	184	24
Escritorio	540	81	621	1	621	81
TOTAL					129,467	16,887

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 29 Mobiliario para el área de plazas

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Escritorio	540	81	621	30	18,630	2,430
Silla	160	24	184	90	16,560	2,160
TOTAL					35,190	4,590

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 30 Mobiliario del área de lavandería

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Escritorio	540	81	621	1	621	81
Silla	160	24	184	1	184	24

TOTAL	805	105
-------	-----	-----

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 31
Mobiliario para el área administrativa

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Escritorio	540	81	621	6	3,726	486
Sillas	160	24	184	9	1,656	216
Archiveros	373	55.95	428.95	4	1,715.8	223.8
Sillones	460	69	529	2	1,058	138
TOTAL					8,155.8	1,063.8

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 32
Mobiliario del área de almacén

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Escritorio	540	81	621	1	621	81
Silla	160	24	184	1	184	24
TOTAL					805	105

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 33
Resumen de inversiones en mobiliario

Concepto	Precio unitario (pesos)	IVA	Costo total (pesos)
Habitaciones	6,988,180	1,048,227	8,036,407

Recepción	5,533	829.95	6,392.95
Cocina	114,024	17,103.60	131,127.6
Bar	85,565	12,834.75	98,399.75
Restaurante	178,460	26,769	205,229
Salón de usos múltiples	226,000	33,900	259,900
Áreas recreativas	112,580	16,887	129,467
Locales	30,600	4,590	35,190
Lavandería	700	105	805
Área administrativo	7,092	1,063.8	8,155.8
Almacén	700	105	805
TOTAL	7,749,434		8,911,849.1

Fuente: Elaboración propia basada en la elaboración de los cuadros 29-39.

Maquinaria y equipo

Parte de cualquier proyecto, en este caso turístico, el equipo y maquinaria de trabajo, que el proyecto necesitara son: maquinaria para aire acondicionado, refrigeradores para la conservación de alimentos, plantas de energía eléctrica, bombas para el drenaje y calderas para la alberca, etc.

Con respecto al equipo de trabajo, se refiere a los bienes tangibles que será necesario adquirir para un buen funcionamiento, entre estas están, aparatos electrónicos, artículos de cocina, maquinas contables, herramientas para mantenimiento, etc.

Toso este equipo deberá ser contabilizado dentro de la inversión fija del proyecto.

Cuadro N.34
Equipo de habitaciones

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Secadoras de cabello	280	42	322	210	67,620	8,820
Radio despertador	151	22.65	173.65	210	36,466.5	4,756.5
Lampara de trabajo	377	56.55	433.55	210	91,045.5	11,875.5
Servibar	1,450	217.5	1,667.5	210	350,175	45,675
TV a color	2,580	387	2,967	210	623,070	81,270
Teléfono	287	43.05	330.05	210	69,310.5	9,040.5
Cafeteria	342	51.3	393.3	210	82,593	10,773
Tina para baño con	3,380	507	3,887	210	777,400	101,400

hidromasaje						
Regadera fija	269	44.4	340.4	210	71,484	9,324
Regadera manual	464	69.6	533.6	210	112,056	14,616
Mezcladora	440	66	506	210	106,260	13,860
TOTAL					2,387,480.5	311,410.5

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.35
Equipo del área de recepción

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	4	84,635.4	11,039.4
Impresora	1,840	276	2,116	4	8,464	1,104
Fax	2,800	420	3,220	4	12,880	1,680
Teléfono	287	43.05	330.05	6	1,980.3	258.3
Caja registradora	2,072	310.8	2,382.8	2	4,765.6	621.6
Caja de seguridad	6,116	917.4	7,033.4	2	14,066.8	1,834.8
Fotocopiadora	10,600	1,590	12,190	1	12,190	1,590
TOTAL					138,982.1	18,128.1

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.36
Equipo de bar

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Caja registradora	2,072	310.8	2,382.8	1	2,382.8	310.8
Licuadora	420	63	483	4	1,932	252

Refrigerador	7,435	1,115.25	8,550.25	2	17,100.5	2,230.5
Batidor	1,000	150	1,150	4	4,600	600
Teléfono	287	43.05	330.05	1	330.05	43.05
TOTAL					26,345.35	3,436.35

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.37
Equipo de cocina

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Plancha modular con base	12,076	1,811.4	13,887.4	4	55,549.6	7,245.6
Parrilla modular con base	20,804	3,120.6	23,924.6	4	95,698.4	12,482.4
Asador al carbon con base	22,833	3,424.95	26,257.95	4	105,31.8	13,699.8
Freidora	22,031	3,304.65	25,335.65	4	101,342.6	13,218.6
Sarten de volteo	50,639	7,595.85	58,234.85	2	116,469.7	15,191.7
Horno	81,083	12,162.45	93,245.45	2	186,490.9	24,324.9
Refrigerador	35,417	5,312.55	40,729.55	2	81,459.1	10,625.1
Congelador	46,580	6,987	53,567	2	107,134	13,974
Maquina lavavajillas	42,521	6,378.15	48,899.15	2	97,798.3	12,756.3
Campana de extraccion	24,629	3,694.35	28,323.35	2	56,646.7	7,388.7
Campana de humos para lavavajillas	4,704	705.6	5,409.6	2	10,819.2	1,411.2
Campana de humos para horno	704	105.6	809.6	2	1,619.2	211.2
Licudora	420	63	483	5	2,415	315
Teléfono	287	43.05	330.05	1	330.05	43.05
TOTAL					1,018,804.55	132,887.5

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.38
Equipo de restaurante

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Caja registradora	2,072	310.8	2,382.8	1	2,382.8	310.8
Teléfono	287	43.05	330.05	1	330.05	43.05
TOTAL					2,712.85	353.85

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.39
Equipo de salón de usos múltiples

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Pantalla	16,800	2,520	19,320	2	38,640	5,040
Video proyector	3,851	577.65	4,428.65	2	8,857.3	1,155.3
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	20	423,177	55,197
Impresora	1,840	276	2,116	10	21,160	2,760
Fax	2,800	420	3,220	10	32,200	4,200
Teléfono	287	43.05	330.05	10	3,350	430.5
TOTAL					527,334.8	68,782.8

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.40
Equipo de áreas recreativas

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Equipo de alberca (redes, jabones, cloro y coladeras)	2,314	347.1	2,661.1	6	15,966.6	2,082.6
Equipo de iluminación	3,797	569.55	4,366.55	2	8,733.1	1,139.1
Equipo de calentamiento	12,345	1,851.75	14,196.75	2	28,393.5	3,703.5
Podadora	4,850	727.5	5,577.5	3	16,732.5	2,182.5

Caja registradora	2,072	310.8	2,382.8	1	2,382.8	310.8
TOTAL					72,208.5	9,418.5

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.41
Equipo para el área de plazas

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	30	634,765.5	82,795.5
Teléfono	287	43.05	330.05	30	9,901.5	1,291.5
TOTAL					644,667	84,087

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.42
Equipo de lavandería

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	1	21,158.85	2,759.85
Impresora	1,840	276	2,116	1	2,116	276
Lavadora (MAYTAG con cap. Para 20 kg incluye accesorios y detergentes)	11,790	1,768.5	13,558.5	20	271,170	35,370
TOTAL					264,444.85	38,405.85

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.43
Equipo de transporte

Articulo	Precio unitario	IVA 15%	Subtotal	Cantidades	Importe	IVA (pesos)
----------	-----------------	---------	----------	------------	---------	-------------

	(pesos)			(unidades)	total (pesos)	
Camioneta de carga chasis cabina 350 con caseta y chasis de 8 cilindros con cap. Para 3 tons.	194,100	29,115	223,215	2	446,430	58,230
Llantas	800	120	920	4	3,680	480
TOTAL					450,110	58,710

Fuente: Nissan refacciones y accesorios.

Cuadro N.44 **Equipo de almacén**

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	1	21,158.85	2,759.85
Impresora	1,840	276	2,116	1	2,116	276
Teléfono	287	43.05	330.05	1	330.05	43.05
Camara modular de refrigeracion para alimentos perecederos	17,899	2,684.85	20,583.85	1	20,583.85	2,684.85
Compartimento para almacenar alimentos no perecederos	5,465	819.75	6,284.75	2	12,569.5	1,639.5
TOTAL					56,758.25	7,403.25

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.45 **Equipo para el área administrativa**

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Computadora	18,399	2,759.85	21,158.85	6	126,953.1	16,559.1
Impresora	1,840	276	2,116	3	6,348	828
Teléfono	287	43.05	330.05	4	1,320.2	172.2
Fotocopiadora	10,600	1,590	12,190	2	24,380	3,180
Fax	2,800	420	3,220	4	12,880	1,680
TV a color	2,580	387	2,967	2	5,934	774

TOTAL

177,815.3

23,193.3

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 46
Resumen de inversiones en equipo fijo

Concepto	Precio unitario (pesos)	IVA	Costo total (pesos)
Habitaciones	2,076,070	311,410.5	2,387,480.5
Recepción	120,854	18,128.1	138,982.1
Cocina	885,917	132,887.55	1,018,804.55
Bar	22,909	3,436.35	26,345.35
Restaurante	2,359	353.85	2,712.85
Salón de usos múltiples	458,552	68,782.8	527,334.8
Áreas recreativas	62,790	9,418.5	72,208.5
Locales	560,580	84,087	644,667
Lavandería	256,039	38,405.87	294,444.85
Transporte	391,400	58,710	450,110
Área administrativa	154,622	23,193.3	177,815.3
Almacén	49,355	7,403.25	56,758.25
TOTAL	5,041,447		5,797,664.05

Fuente: Elaboración propia basada en la elaboración de los cuadros 41-52.

UTENSILIOS Y HERRAMIENTAS

Cuadro N.47
Herramientas y utensilios del área de recepción

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Papelería (PQT bolígrafos, calculadoras, etiquetas, libretas, etc.)	1,380	207	1,587	40	63,480	8,280
TOTAL					63,480	8,280

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.48
Herramientas y utensilios de bar

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mantelería y utensilios de bar (PQT cristalería, azucarera, servilleteros, etc.)	5,506	825.9	6,331.9	112	709,172.8	92,500.8
TOTAL					709,172.8	92,500.8

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.49
Herramientas y utensilios de cocina

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Baterías de cocina, cristalería, vajilla y cubiertos	1,785	267.75	2,052.75	80	164,220	21,420
TOTAL					164,220	21,420

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.50
Herramientas y utensilios de restaurante

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Mantelería	215	32.25	247.25	115	28,433.75	3,708.75
Utensilios (azucareras, saleros, servilleteros)	200	30	230	115	26,450	3,450
TOTAL					54,883.75	7,158.75

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.51
Herramientas y utensilios de área recreativa

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Herramienta para jardín (Tijeras, pala, guantes, etc.)	3,210	481.5	3,691.5	10	36,915	4,815
Mantelería y utensilios de bar (PQT cristalería, azucarera, servilleteros, etc.)	5,605	825.9	6,331.9	1	6,331.9	825.9
Papelería (PQT bolígrafos, calculadoras, etiquetas, libretas, etc.)	1,380	207	1,587	1	1,587	207
TOTAL					44,833.9	5,847.9

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.52
Uniformes

Articulo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Uniformes para personal del hotel	588	88.2	676.5	215	145,383	18,963
TOTAL					145,383	18,963

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.53
Utensilios del área de almacén

Articulo	Precio unitario	IVA 15%	Subtotal	Cantidades	Importe total	IVA
----------	-----------------	---------	----------	------------	---------------	-----

	(pesos)			(unidades)	(pesos)	(pesos)
Papelería (PQT bolígrafos, calculadoras, etiquetas, libretas, etc.)	1,380	207	1,587	6	9,522	1,242
TOTAL					9,522	1,242

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.54

Herramientas y utensilios de equipo de transporte

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Paquete de refacciones (llaves, gapo, tapones, etc.)	3,000	450	3,450	2	6,900	900
TOTAL					6,900	900

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.55

Utensilios para el área administrativa

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Papelería (PQT bolígrafos, calculadoras, etiquetas, libretas, etc.)	1,380	207	1,587	70	111,090	14,490
TOTAL					111,090	14,490

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N.56

Utensilios para el área de plazas

Artículo	Precio unitario (pesos)	IVA 15%	Subtotal	Cantidades (unidades)	Importe total (pesos)	IVA (pesos)
Papelería (PQT bolígrafos,	1,380	207	1,587	120	190,440	24.840

calculadoras, etiquetas,
libretas, etc.)

TOTAL

190,440

24.840

Fuente: Elaboración propia con en base a los precios unitarios por la industria GURZA MUEBLES para restaurant, hoteles, bares oficinas, etc.

Cuadro N. 57

Resumen de inversiones en equipo de operación

Concepto	Precio unitario (pesos)	IVA	Costo total (pesos)
Uniformes	126,420	18,963	145,383
Recepción	55,200	8,280	63,480
Cocina	142,800	21,420	164,220
Bar	616,672	92,500.8	709,172.8
Restaurante	47,725	7,158.75	54,883.75
Áreas recreativas	38,986	5,847.9	44,833.9
Locales	165,600	24,840	190,440
Transporte	6,000	900	6,900
Área administrativa	96,600	14,490	111,090
Almacén	8,280	1,242	9,522
TOTAL	1,304,283	195,642.45	1,499,925.45

Fuente: Elaboración propia basada en la elaboración de los cuadros anteriores.

Cuadro N. 58

Resumen de inversión fija

Resumen de inversión fija

Concepto	Precio unitario (pesos)	IVA	Costo total (pesos)
Terreno	30,873,959.7		30,873,959.7
Obra civil	60,500,099.03		60,500,099.03
Subtotal			91,374,058.73

EQUIPO FIJO

Habitaciones	2,076,070	311,410.5	2,387,480.5
Recepción	120,854	18,128.1	138,982.1
Cocina	885,917	132,887.55	1,018,804.55
Bar	22,909	3,436.35	26,345.35

Restaurante	2,359	353.85	2,712.85
Salón de usos múltiples	458,552	68,782.8	527,334.8
Áreas recreativas	62,790	9,418.5	72,208.5
Locales	560,580	84,087	644,667
Lavandería	256,039	38,405.85	294,444.85
Transporte	391,400	58,710	450,110
Área administrativa	154,622	23,193.3	177,815.3
Almacén	49,355	7,403.25	56,758.25
Subtotal			5,797,664.05

EQUIPO DE OPERACIÓN

Subtotal	1,304,283	195,642.45	1,499,925.45
-----------------	------------------	-------------------	---------------------

MOBILIARIO

Habitaciones	6,988,180	1,048,227	8,036,407
Recepción	5,533	829.95	6,362.95
Cocina	114,024	17,103.6	131,127.6
Bar	85,565	12,834.75	98,399.75
Restaurante	178,460	26,769	205,229
Salón de usos múltiples	226,000	33,900	259,900
Áreas recreativas	112,580	16,887	129,467
Locales	30,600	4,590	35,190
Lavandería	700	105	805
Área administrativa	7,092	1,063.8	8,155.8
Álmacén	700	105	805
Subtotal			8,911,849.1

TOTAL			107,583,497.33
--------------	--	--	-----------------------

RESUMEN DE INVERSION FIJA

De acuerdo a lo señalado en los cuadros anteriores referente a la inversión fija destinada tanto al costo del terreno, a la construcción de la obra civil, al equipo fijo que será utilizable dentro del proyecto, mobiliario y herramientas de estima que el costo total de la inversión fija será de:
\$ 107,583,497.33

De los cuales están distribuidos de la siguiente manera.

Costo del terreno: \$30,873,959.7

Obra civil: \$60,500,099.03

Equipo fijo. \$5,797,664.05

Mobiliario: \$8,911,849.1

Herramientas: \$1,499,925.45

Total: \$ 107,583,497.33

4.7 INVERSION DIFERIDA

La inversión diferida son las erogaciones surgidas durante la realización del anteproyecto hasta la ejecución que a diferencia de la inversión fija, la diferida se realiza sobre bienes intangibles como son: gastos de operación, administrativos y pre operativos, etc.

También puede haber gastos diferidos durante la operación del proyecto.

Entre los principales gastos están:

Los realizados por los estudios de pre inversión, como la variedad de estudios y proyectos a realizar.

Los gastos enmonados sobre la constitución de la sociedad ante las autoridades correspondientes.

Los gastos realizados sobre la capacidad del personal operativo (sujeto a las necesidades del proyecto).

Los gastos financieros realizados ya sean en el posible préstamo, es decir, pagar los intereses.

Dentro del concepto de inversión diferida, existen ciertos tipos de inversiones que se tienen que realizar antes de ejecutar el proyecto.

Dentro de estos gastos están los diversos estudios que pueden ser de mercado, topográficos, de clima, de estatus social, económicos, comerciales, cuyos resultados reflejaran una posible vía sobre la obtención de los objetivos finales.

Otro tipo de gastos que se tienen que realizar es el pago de permisos y licencias a la entidad Federal, esto es con la finalidad de ofrecer tanto al Gobierno Municipal como a los turistas la tranquilidad necesaria y confiabilidad.

Finalmente habrá que tener una cierta cantidad e capital disponible para cualquier imprevisto que surja durante la ejecución del proyecto.

En el siguiente cuadro se señalan las cantidades invertidas para los conceptos antes mencionados.

Cuadro N. 59

Inversión diferida

Concepto	Precio unitario (pesos)	IVA	Total (pesos)
Instalación telefónica	947,179.13	142,076.87	1,089,256
Instalación hidráulica	850,299.13	127,544.87	977,844
Aire acondicionado	992,395.65	148,859.35	1,141,255
Instalación eléctrica	1,294,560.87	194,184.13	1,488,745
Instalación sanitaria	1,692,942.61	253,941.39	1,946,884
Estudio de mercado	45,687		45,687
Estudio topográfico	61,254		61,254
Estudio climático	8,693		8,693
Estudio de estatus social	14,569		14,569
Estudio económico	25,698		25,698
Estudio comercial	23,567		23,567
Licencia de uso de suelo	124,569		124,569
Licencia de construcción	225,478		225,478
Licencia de funcionamiento tipo A	75,236		75,236
Seguros y fianzas	2,424,013	363,601.95	2,787,614.95
Renta nom.	300,000		300,000
Subtotal			10,336,349.95

Nota: En este apartado se toman en cuenta las posibilidades de enfrentar factores externos a la administración del hotel, factores propios como el clima sismos, etc.

4.8 CAPITAL PARA INVERSION

El concepto de capital de trabajo para cualquier proyecto es de un significado medular, ya que se refiere a los recursos necesarios para la operación y manejo de una empresa que produce un bien o servicio.

Sobre el proyecto hotelero, el manejo y el flujo que se le dé al capital de trabajo, garantizaran el buen funcionamiento de este.

Para lograrlo se requiere de la combinación de conceptos tales como:

La provisión y circulación del efectivo en caja, simplemente es necesario tener dinero en caja para la operación y mantenimiento del servicio en todas sus áreas.

Se puede incluir el pago de la nomina, gastos de operación administrativa, papelería, gastos destinados a ventas, publicidad, etc.

MANO DE OBRA

De la mano de obra se puede considerar con base en dos conceptos, la mano de obra directa y la indirecta.

En la primera se refiere al personal que tiene funciones específicas y directas con base en el funcionamiento del hotel, entre estos están, los botones, las camaristas, cocineros, meseros, lavandería, mantenimiento, locales, recepcionistas, auxiliares de meseros, etc.

Mientras los segundos se refieren al personal económico administrativo entre estos están los gerentes, director general, contadores, auxiliares, publicistas.

Aquí debe tomarse en cuenta el salario mínimo en esta región que en este caso es de la zona "C", perteneciente a Guadalajara, con un salario mínimo de \$ 51.95, sobre la base de la comisión de salarios mínimos.

Deben de considerarse las prestaciones del empleado que son promedio del 40%.

Realizar la ponderación primeramente mensual y posteriormente anual.

puesto	salario por día	salario por mes	prestaciones 40%	salario + prestaciones	salario anual	número de empleados	total
gerente	571.45	17143.5	6857.4	24000.9	288010.8	1	288010.8
contador	363.65	10909.5	4363.8	15273.3	183279.6	1	183279.6
aux.contable	207.8	6234	2493.6	8727.6	104731.2	1	104731.2
repcionista	259.75	7792.5	3117	10909.5	130914	3	392742
vallet parking	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	3	78548.4
Bell boy	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	3	78548.4
ama de llaves	88.315	2649.45	1059.78	3709.23	44510.76	2	89021.52
jefa de piso	103.9	3117	1246.8	4363.8	52365.6	2	104731.2
camarista	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	20	523656
galopina	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	4	104731.2

lavandería	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	2	52365.6
chef	363.65	10909.5	4363.8	15273.3	183279.6	2	366559.2
repostería	129.875	3896.25	1558.5	5454.75	65457	2	130914
capitán de							
meseros	259.75	7792.5	3117	10909.5	130914	2	261828
cocinero	88.315	2649.45	1059.78	3709.23	44510.76	5	222553.8
mesero	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	8	209462.4
cantinero	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	9	235645.2
cajero	233.775	7013.25	2805.3	9818.55	117822.6	2	235645.2
garrotero	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	2	52365.6
lavavajillas	51.95	1558.5	623.4	2181.9	26182.8	5	130914
hostess	337.675	10130.25	4052.1	14182.35	170188.2	3	510564.6
ayudantes gcales.	103.9	3117	1246.8	4363.8	52365.6	5	261828
vigilancia	129.875	3896.25	1558.5	5454.75	65457	20	1309140
entrenador							
deportivo	155.85	4675.5	1870.2	6545.7	78548.4	2	157096.8
secretaria	275.335	8260.05	3304.02	11564.07	138768.84	3	416306.52
total	4140.415	124212.45	49684.98	173897.43	2086769.16	112	6501189.24

Fuente: elaboración propia.

LUZ, AGUA, GAS, INTERNET, TELEFONO, GASOLINA.

Sin duda son insumos de suma importancia para la operación del hotel.

Luz: De acuerdo al manual de operación de hotel de cinco estrellas de la SECTUR, el hotel requerirá dos plantas de 4,300 watts. Con 6 subestaciones receptoras, deberá de considerar para el buen funcionamiento de la planta eléctrica el número de focos, lámparas, contactos, motores del hotel.

Agua: Deberá contar con un abastecimiento importante para todo el personal y turistas que requieran de este servicio, la distribución del agua está en función de la red hidráulica del lugar y los pagos correspondientes por este servicio.

Gas: serán cuatro tanques estacionarios, donde darán función a la alberca del hotel y al número de habitaciones y oficinas del hotel, de igual forma que el agua deberá pagarse mensualmente.

Teléfono e internet: Se tendrán los mejores servicios telefónicos disponibles para el cliente y al igual que los alimentos y bebidas este concepto depende del nivel promedio de ocupación del hotel.

Gasolina: Dependerá del uso exclusivo del transporte del hotel y de las necesidades correspondientes.

Cuadro N 60
Insumos

Concepto	Día	Mes	Año	IVA	Total
Teléfono	5,708.93	171,267.83	2,055,213.91	308,289.09	2,363,496
Internet	60.87	1,826.09	21,913.04	3,286.96	25,200
Agua	329.57	9,886.96	118,643.48	17,796.52	136,440
Gas	427.83	12,834.78	154,017.39	23,102.61	177,120
Gasolina	115.94	3,478.26	41,739.13	6,260.87	48,000
Energía eléctrica	713.91	21,417.39	257,008.7	38,551.3	295,560
Total	7,357.04	220,711.3	2,648,535.65	397,280.35	3,045,816

Fuente: elaboración propia, basada en el promedio de asistencia en el hotel que es del 62% de la capacidad instalada.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

En lo que se refiere al inventario de alimentos y bebidas, tendremos que tomar en cuenta las siguientes observaciones para establecer tanto los costos como los ingresos que se generan por este concepto.

Cabe señalar que el sector turístico se caracteriza por su temporalidad, quiere decir, que hay meses en los cuales el servicio hotelero esta a su máxima capacidad, y en ocasiones no lo está, es por eso que al determinar el gasto y los ingresos que se realiza en la adquisición de esta materia prima debe considerarse:

- El nivel de ocupación del hotel.
- La variación promedio mensual de los precios de los alimentos perecederos y los no perecederos.

- La calidad del producto
- El transporte.

Definitivamente son factores que conducen a la realización de una proyección más específica sobre los gastos e ingresos sobre esta materia prima.

En el siguiente cuadro se determina la cantidad económica que se debe destinar a este concepto, tomando en cuenta el nivel promedio de ocupación del hotel.

Cuadro N. 61
Materia prima

Concepto	Día	Mes	Año	IVA	Total
Alimentos perecederos	1,715.65	51,469.57	617,634.78	92,645.22	710,280
Alimentos no perecederos	2,010.43	60,313.04	723,756.52	108,563.48	832,320
Bebidas	2,342.61	70,278.26	843,339.13	126,500.87	969,840
Total	6,068.7	182,060.87	2,184,730.43	327,709.57	2,512,440

Fuente: elaboración propia, basado en el promedio de asistencia en el hotel que es del 62% de la capacidad instalada

Cuadro N. 62
Otros

Concepto	Precio unitario	IVA	Total
Gastos de venta (% comisiones)	597,950.59		597,950.59
Gastos de admón. (papelería)	26,086.96	3,913.04	30,000
Publicidad	2,695,617.39	404,342.61	3,099,960
Reserva 6 meses	7,344,230.86		7,344,230.86

Fuente: elaboración propia, basado en el promedio de asistencia en el hotel que es del 62% de la capacidad instalada

Cuadro N. 63
Resumen de capital para inversión

Concepto	Precio unitario	IVA	Total
Mano de obra	5,238,329.04		5,238,329.04
Insumos auxiliares	2,648,535.65	397,280.35	3,045,816
Materia prima	2,184,730.43	327,709.57	2,512,440
Gastos de venta (% comisiones)	597,950.59		597,950.59
Gastos de admón. (papelería)	26,086.96	3,913.04	30,000
Publicidad	2,695,617.39	404,342.61	3,099,960
Reserva 6 meses	7,344,230.86		7,344,230.86
Total			21,862,726.49

Fuente: elaboración propia, basado en los cuadros 67-70.

Cuadro N. 64
Resumen final de construcción

Concepto	Precio unitario	IVA	Total
Terreno	30,873,959.7		30,873,959.7
Obra civil	52,608,781.77	7,891,317.26	60,500,099.03
Subtotal			91,374,058.73

EQUIPO FIJO

Habitaciones	2,076,070	311,410.5	2,387,480.5
Recepción	120,854	18,128.1	138,982.1
Cocina	885,917	132,887.55	1,018,804.55
Bar	22,909	3,436.35	26,345.35
Restaurante	2,359	353.85	2,712.85
Salón de usos múltiples	458,552	68,782.8	527,334.8
Áreas recreativas	62,790	9,418.5	72,298.5
Locales	560,580	84,087	644,667
Lavandería	256,039	38,405.85	294,444.85
Transporte	391,400	58,710	450,110
Área administrativa	154,622	23,193.3	177,815.3

Almacén	49,335	7,403.25	56,758.25
Subtotal	5,041,447	756,217.05	5,797,664.05

EQUIPO DE OPERACIÓN

Subtotal	1,304,283	195,642.45	1,499,925.45
----------	-----------	------------	--------------

MOBILIARIO

Habitaciones	6,988,180	1,048,227	8,036,407
Recepción	5,533	829.95	6,362.95
Cocina	114,024	17,103.6	131,127.6
Bar	85,565	12,834.75	98,399.75
Restaurante	178,460	26,769	205,229
Salón de usos múltiples	226,000	33,900	259,900
Áreas recreativas	112,580	16,887	129,467
Locales	30,600	4,590	35,190
Lavandería	700	105	805
Área administrativa	7,092	1,063.8	8,165.8
Almacén	700	105	805
Subtotal	7,740,434	1,162,415.1	8,911,849.1

INVERSION DIFERIDA

Instalación telefónica	947,179.13	142,076.87	1,089,256
Instalación hidráulica	850,299.13	127,544.87	977,844
Aire acondicionado	992,395.65	148,859.35	1,141,255
Instalación eléctrica	1,294,560.87	194,184.13	1,488,745
Instalación sanitaria	1,692,942.61	253,941.39	1,946,884
Estudio de mercado	45,687		45,687
Estudio topográfico	61,254		61,254
Estudio climático	8,693		8,693
Estudio de estatus social	14,569		14,569
Estudio económico	25,698		25,698
Estudio comercial	23,567		23,567
Licencia de uso de suelo	124,569		124,569
Licencia de construcción	225,478		225,478
Licencia de funcionamiento tipo A	75,236		75,236

Seguros y fianzas	2,424,013	363,601.95	2,787,614.95
Renta nom.	300,000		300,000
Subtotal			10,336,349.95

CAPITAL PARA INVERSIÓN

Mano de obra	5,238,329.04		5,238,329.04
Insumos auxiliares	2,648,535.65	397,280.35	3,045,816
Materia prima	2,184,730.43	327,709.57	2,512,440
Gastos de venta (% comisiones)	597,950.59		597,950.59
Gastos de admón. (papelería)	26,086.96	3,913.04	30,000
Publicidad	2,695,617.39	404,342.61	3,099,960
Reserva 6 meses	7,344,230.86		7,344,230.86
Subtotal			21,862,726.49
Total		1,133,245.57	139,788,573.77

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO V. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 CALENDARIO DE INVERSIONES

Para el funcionamiento del proyecto, se tendrán que realizar las siguientes investigaciones:

- Compra de terreno
- Realización de obra civil
- Adquisición de equipo fijo
- Adquisición de equipo de operación
- Capital de trabajo
- Permisos
- Instalaciones
- Seguros
- Renta

Para realizar lo anterior, las inversiones tendrán que calendarizarse, de acuerdo con la programación del proyecto, con el fin de tener un orden específico no solo en la utilización de recursos sino también en la forma en que estas se tendrán que cubrir.

De acuerdo a los siguientes cuadros y a lo programado se realizó un calendario de 10 meses divididos en cuatro semanas cada uno, obteniendo la mensualidad que se debe cubrir por distintos conceptos.

Cuadro N. 65

(SP): se pago

Fuente: elaboración propia

Nota: de acuerdo a los imprevistos, es factible que durante la realización del proyecto surjan algunos contratiempos, es por este motivo que el pago se realiza casi a la mitad y al final de la ejecución del proyecto.

Cuadro N. 66

5.2 ESTRUCTURA FINANCIERA

Antes de determinar el pago de los intereses generados del capital por parte del financiamiento, será necesario señalar la estructura del financiamiento, del cual será la base medular para la ejecución del proyecto.

5.3 FINANCIAMIENTO

Cualquier unidad económica requiere de recursos humanos, materiales y financieros para llegar al objetivo.

En toda empresa es importante atraer recursos financieros y para esto existen diversas organizaciones tanto públicas como privadas, de las cuales los responsables del proyecto deberán conocer las políticas económicas y financieras que estas manejan para otorgar diversos tipos de financiamiento²³.

Para esto la sociedad responsable del proyecto deberá analizar sus necesidades, tomando en cuenta el monto el cual necesita, el tiempo de amortización para pagar, sin afectar la estabilidad del proyecto, obviamente la tasa de interés, si es fija o variable, algunos factores externos como es la inflación y así el monto es en pesos o en dólares, de igual forma tanto las sanciones y beneficios por ser cliente y por último la política de renovación de créditos.

Algunas de las opciones para aprovechar más el financiamiento, es que los créditos que se utilizan para capital de trabajo deben ser adquiridos a largo plazo ya que de no hacerlo, correría el riesgo de que no hubiera liquidez, para compromisos a corto plazo, otra recomendación es que el compromiso financiero debe ser menor a la capacidad de pago ya que se corre el riesgo de ir a la

²³ Coss Bu Raúl. Análisis y evaluación de proyectos de Inversión. México.

quiebra y por último toda inversión provoca un flujo extra y esto deberá ser analizado por las distintas evaluaciones económicas que más adelante se detallaran.

De acuerdo con las necesidades del proyecto y la previa investigación en las diversas instituciones financieras sobre el otorgamiento del crédito. Se dedico a la institución de BBVA Bancomer como la fuente de financiamiento que más se apega a las necesidades para financiar parte del proyecto.

Una vez cumplido con los trámites correspondientes (en el anexo se mencionan las condiciones de financiamiento y acceso) y al previo estudio del proyecto de común acuerdo se tomo la decisión de pedir un crédito refaccionario de 10 años, sin periodo de gracia, la base será la tasa de interés interbancaria de equilibrio a 28 días²⁴, reportada por el Banco de México más una sobre tasa de 2 puntos porcentuales en función de apertura y manejo de cuenta ya tomada en cuenta la inflación.

Cabe recordar que la estructura financiera es la siguiente:

70% será aportación de socios

30% será a crédito SECTUR por medio de Banco. Como crédito refaccionario

5.3.1 TIPO DE FINANCIAMIENTO

Inversión: Puede ser útil para la construcción, ampliación, adquisición, el monto podrá ser hasta del 70% del valor total del proyecto.

BBVA Bancomer

Crédito refaccionario

Financiamiento a proyectos de inversión Inmobiliaria Comercial y de Vivienda

Características

Se atienden a diversos sectores económicos, tales como: Turismo, Vivienda, Centros Comerciales, Oficinas, Naves Industriales, Centros de Distribución y Bodegas.

Descripción

²⁴ TIIIE. Banco de México 2008.

Es el tipo de financiamiento diseñado a la medida del proyecto y de la empresa propietaria.

El monto, plaza, gracia y forma de pago se ajustan a las necesidades del tipo de negocio y de la demanda que atenderá.

El proyecto es parte integral de la garantía.

Se reduce el riesgo proyecto y el riesgo sector apoyado hasta el 50% del valor de la inversión.

Se financia el 50% de la inversión.

Con pagos mensuales, trimestrales o semestrales, de acuerdo a la capacidad de generación del proyecto.

El proyecto es parte de la garantía del crédito.

Créditos en pesos o en dólares e incluso otro tipo de moneda extranjera que solicite el cliente.

Créditos hasta por 10 años, con o sin periodo de gracia para el pago de capital según la generación de flujos del proyecto.

Beneficios

El financiar proyectos de inversión inmobiliarios, comerciales, permite a nuestra institución participar con mesura tanto del riesgo proyecto, como del riesgo empresa, otorgando los mejores créditos para nuestros mejores clientes.

Fuente: www.bbvabancomer.com.mx; financiamiento para proyectos turísticos

Características del préstamo:

Plazo:	10 años en función del tipo de proyecto
Periodo de gracia:	sin periodo de gracia
Amortización:	pagos anuales de capital e interés
Tasa:	TIIIE de cetes a 28 días más 2% por manejo de cuenta. (16.63)+2%

5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos como el de egresos nos presenta ordenadamente la información financiera referente a las diversas operaciones que realiza el hotel en el cual le retribuye un ingreso o un egreso y cuya información será de valiosa participación para la realización de la evaluación económica.

El presupuesto de ingreso como se muestra en el siguiente cuadro se tomaron aquellas actividades que generaron recursos financieros al proyecto, uno de los principales y cuyo fin de este proyecto es el descanso, es decir, el concepto de hospedaje cuyos ingresos son los principales.

Para determinar el ingreso en hospedaje se tomo en cuenta el precio de alojamiento, recordando que en temporada alta el precio es más alto un 15% al de temporada baja. Se tomo en cuenta el número de habitaciones, la estadía promedio y la densidad y el nivel de ocupación promedio anual.

Otro concepto importante es el de alimentos y bebidas, para este mismo se tomo en cuenta el consumo cuantificable de una persona en Puerto Vallarta, el número de habitaciones anual, la estadía promedio, la densidad, y el nivel de ocupación del restaurante o del bar más un 10% de incremento anual.

Otros ingresos son los de la renta del local donde los artesanos podrán vender una gran variedad de productos, a los huéspedes.

Cuadro N. 67
Presupuesto de ingresos por concepto de hospedaje

Concepto	Años	N. de habitaciones	N. de habitaciones por año	Precio por noche (pesos)	% de ocupación anual	Ingresos (pesos)
Habitaciones	1	200	73,000	1,542	53.12	59,795,059.2
Tipo Máster	2	200	73,000	1,575	55.28	61,074,720
Suite	3	200	73,000	1,609	57.44	62,393,158.4
	4	200	73,000	1,644	59.6	63,750,374.4
	5	200	73,000	1,680	61.76	65,146,368
	6	200	73,000	1,716	63.92	66,542,361.6
	7	200	73,000	1,753	66.08	67,977,132.8
	8	200	73,000	1,791	68.24	69,450,681.6

9	200	73,000	1,830	70.4	70,963,008
10	200	73,000	1,869	72.56	72,475,334.4
					659,568,198.4

Fuente: Elaboración propia, no incluye IVA.

Ejemplo de cálculo del ingreso para el año 1; los ingresos para los años siguientes se calculan de la misma manera, solo que los precios por noche de la habitación aumentarían un 10%.

Cálculo año 1

Número de habitaciones por año=365 * 200=73,000

0.5312 * 73,000=38,777.6

38,777.6 * 1,542=59,795,059.2

CALCULO DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS POR ALIMENTOS

Para calcular este presupuesto se tomo en consideración un precio de \$100, por concepto de desayunos por persona, un precio de \$120, por concepto de comidas y un precio de \$70, por concepto de cenas, con base en ello se procedió a calcular los ingresos tomando en consideración el porcentaje de ocupación proyectado para los años subsecuentes, sacando de esta manera el ingreso diario, y posteriormente el ingresos anual, tomando en cuenta que el precio de estos rubros tendrá un incremento del 10% tras el paso del primer año.

Cuadro N. 68
Presupuesto de ingresos por alimentación

Concepto	Costo (pesos)	Año 1		Ingresos Anuales (pesos)
		Capacidad restaurante (n. de personas)	% de ocupación anual	
Desayunos	100	150		2,908,320
Comidas	120	150	53.12	3,489,984
Cenas	70	150		2,035,824
Total año 1				8,434,128
		Año 2		
Desayunos	102	150		3,087,111.6
Comidas	123	150	55.28	3,722,693.4

Cenas	71.5	150		2,164,004.7
Total año 2				8,973,809.7
Año 3				
Desayunos	104.2	150		3,276,923.28
Comidas	125.65	150	57.44	3,951,491.46
Cenas	73	150		2,295,733.2
Total año 3				9,524,147.94
Año 4				
Desayunos	106.45	150		3,473,569.95
Comidas	128.36	150	59.6	4,188,515.16
Cenas	74.6	150		2,434,272.6
Total año 4				10,096,357.71
Año 5				
Desayunos	108.75	150		3,677,229
Comidas	131.10	150	61.76	4,432,962.96
Cenas	76.2	150		2,576,596.32
Total año 5				10,686,788.28
Año 6				
Desayunos	111.10	150		3,888,077.82
Comidas	140	150	63.92	4,899,468
Cenas	77.85	150		2,724,454.17
Total año 6				11,511,999.99
Año 7				
Desayunos	113.5	150		4,106,293.8
Comidas	143	150	66.08	5,173,568.4
Cenas	79.5	150		2,876,214.6
Total año 7				12,156,076.8
Año 8				
Desayunos	116	150		4,333,922.4
Comidas	146	150	68.24	5,454,764.4
Cenas	81.2	150		3,033,745.68
Total año 8				12,822,432.48
Año 9				
Desayunos	118.5	150		4,567,464
Comidas	149.15	150	70.4	5,748,837.6

Cenas	83	150		3,199,152
Total año 9				13,515,453.6
		Año 10		
Desayunos	121	150		4,806,918.6
Comidas	152.37	150	72.56	6,053,142.04
Cenas	84.8	150		3,368,815.68
Total año 10				14,228,876.32
				111,950,070.82

Fuente: Elaboración propia.

CALCULO DEL PRESUPUESTO DE ALIMENTOS

N. de Comensales = 150 personas

Año 1 = 0.5312 (% de ocupación año1)

$0.5312 * 150 = 79.68$ redondeado total a 80 personas

Tomando en cuenta los 3 turnos resulta:

Desayuno $100 * 80 = 8000$

Comida $120 * 80 = 9600$

Cena $70 * 80 = 5600$

Total \$ 23,200 diarios. Este valor se multiplica * 365 = \$ 8,468,000 de ingreso anual en alimentos.

Para los años siguientes el cálculo se realiza de la misma manera, solo que el precio de las comidas aumenta un 10% anual.

CALCULO DEL PRESUPUESTO DE INGRESO DE BEBIDAS

En lo que respecta a este rubro, se considera un tamaño para el bar de 90 personas, además del precio promedio de gasto por persona en lo que respecta a este servicio, el cual es de \$250, mismo que se plantea se irá incrementando en un 10% en los años subsecuentes, también se considero el porcentaje de ocupación hotelera en cada año, para tener una referencia en cuanto a que porcentaje de capacidad instalada se tendrá en el bar, el cual se pondero con la capacidad neta del establecimiento el cual es de 90% y bajo el supuesto de que el establecimiento opere los 365 días del año.

Cuadro N. 69
Presupuesto de ingreso por concepto de bebidas

Concepto	Costo por persona (pesos)	Capacidad bar (personas)	% de ocupación anual	ingresos (pesos)
	250	90	53.12	4,362,480
	255	90	55.28	4,630,667.4
	261	90	57.44	4,924,819.44
	267	90	59.6	5,227,486.2
Bebidas	273	90	61.76	5,538,667.68
	279	90	63.92	5,858,363.88
	285	90	66.08	6,186,574.8
	291	90	68.24	6,523,300.44
	297	90	70.4	6,868,540.8
	303	90	72.56	7,222,295.88

Fuente: elaboración propia. No incluye IVA

CALCULO DE PRESUPUESTO DE BEBIDAS

Por lo tanto al realizar los cálculos resulta:

Para el año 1, donde 90 es el número de personas que puede albergar el bar y 53.12% es el porcentaje de ocupación hotelera en el año 1.

\$250 es el precio de consumo promedio esperado por persona en el año 1, este precio variara en un 10% anualmente durante toda la vida útil del proyecto.

Así: $90 * 53.12\% * \$250 * 365 = \$4,362,480.00$ se estima como ingreso en el año 1.

Cuadro N.70
Presupuesto de ingresos por concepto de rentas

Años	Cobro de renta local (pesos)	Número de locales	Ingresos anuales
1	10,000	30	3,600,000

2	10,216	30	3,677,760
3	10,437	30	3,757,320
4	10,662	30	3,838,320
5	10,892	30	3,921,120
6	11,128	30	4,006,080
7	11,368	30	4,092,480
8	11,613	30	4,180,680
9	11,864	30	4,271,040
10	12,121	30	4,363,560

Fuente: elaboración propia. No incluye IVA

CALCULO DE INGRESOS POR RENTA

Este presupuesto está considerado de manera anual , para ello se estima un cobro mensual por local (concesiones) de \$10,000 siendo a su vez un total de 30 locales, así mensualmente se estima obtener un ingreso bruto de \$300,000 por este concepto, siendo anual de \$3,600,000, y generando un incremento del 10% en años subsecuentes según lo estimado.

Cuadro N. 71

5.5 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

El presupuesto de egresos como lo muestra el siguiente cuadro se tomaron aquellas actividades que generaron salida de recursos financieros al proyecto, cabe mencionar que este presupuesto se divide tanto en gastos totales, los primeros se refieren a los gastos que se tiene que realizar para poder emprender las actividades que ofrece el hotel.

Algunos de los principales conceptos de costo y gasto son: adquisición de insumos y materia prima, gastos de venta, promoción y publicidad, gastos de administración, etc.

Con base en los presupuestos previamente elaborados se obtiene las siguientes cantidades:

Cuadro N. 72

5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Tiene como objetivo final proyectar a futuro lo que será el proyecto turístico y para su realización tomará en cuenta los presupuestos tanto el de ingreso como el de egreso, el tipo de financiamiento, el monto, y la estructura financiera del proyecto.

5.6.1 ESTADO DE RESULTADOS

Sirve para calcular la pérdida o utilidad neta, que generará el proyecto en el plazo establecido, sirve para apreciar el estado económico en que se encuentra y la productividad que ha tenido en cierto periodo de tiempo dado²⁵.

El estado de resultados se integra con los siguientes rubros:

- Ingresos totales: provienen del presupuesto de ingresos totales
- Costos totales: provienen del presupuesto de egresos totales
- Gastos totales: provienen del presupuesto de egresos totales
- Utilidad bruta: simplemente es la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales.
- Utilidad antes de impuestos. Es la diferencia entre la utilidad bruta y los gastos financieros generados del financiamiento bancario y el monto anual del concepto de amortización y depreciación.
- Utilidad después de impuestos: es la diferencia entre la utilidad bruta y los impuestos que son PTU (10%) e ISR (28%).

Cuadro N.73

²⁵ Hernández Hernández Abraham. Formulación y Evaluación de proyectos de inversión. Editorial ECAFSA

5.6.2 PUNTO DE NIVELACION

Es el nivel de operación en el cual se igualan los ingresos con los egresos, se le denomina operativo, ya que se determina el nivel de ventas que es necesario registrar para cubrir costos y gastos de operación.

Observando el Cuadro N. 88 desglosando para cada año la vida útil del proyecto, los ingresos por ventas y los costos fijos y variables, y al aplicar la fórmula expuesta en dicho cuadro se obtiene el punto de nivelación tanto en porcentaje de la capacidad instalada y en unidades monetarias teniendo de esta manera una tendencia a la baja en el porcentaje de la capacidad instalada y una tendencia a la alza en los recursos necesarios para alcanzar este punto.

Esto se refiere a que los ingresos del proyecto cada año son más elevados en comparación a los costos fijos y variables, y esto da oportunidad a que el proyecto pueda sostenerse con un porcentaje cada vez más bajo de capacidad instalada.

Cuadro N. 74

Cuadro N. 75

Cuadro N. 76

CAPÍTULO VI. EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

Los métodos de evaluación económica, corresponden a la etapa final de todo proyecto de inversión y es que en la actualidad toda inversión tiene que estar sustentada por diversos análisis que permitan conocer el medio ambiente en el que el proyecto tendrá actividad.

6.1 FLUJO NETO DE EFECTIVO

Simplemente son las cantidades que nos ayudaran a realizar la evaluación económica, entre más grande sea el flujo neto, mayor será la rentabilidad, en este apartado se suman los cargos por depreciación y amortización.

6.2 CALCULA DE LA TREMA

De acuerdo a las condiciones del préstamo mencionadas anteriormente en el tema de financiamiento la base para ello, será la tasa de interés interbancaria, la cual es de 18.63%, una vez establecida la tasa será necesario obtener la tasa de interés real, que es la tasa que toma en cuenta a la inflación la cual para el año 2008 de 4.5%, así como se muestra en el siguiente cuadro, se utilizo la fórmula para el cálculo de la tasa de interés real, lo cual arrojo un resultado del 13.52%.

Cuadro N. 77
Cálculo de la tasa de descuento (TREMA)

Datos	Tasa de interés bancaria 18.63%
Inflación establecida promedio fue para el año 2008 4.5% (dato proporcionado por Banco de México, criterios de política monetaria)	
Tasa de descuento real= $[(1+18.63)/(1+4.5)]-1=$	13.52

Fuente: Elaboración propia

6.3 CALCULO DEL COSTO DEL CAPITAL PONDERADO (CKP)

Ya establecida la tasa de interés real, se procede a determinar el costo de capital ponderado, para esto en el siguiente cuadro se muestran las respectivas proporciones del capital para este proyecto con su respectivo costo, en seguida se procedió a multiplicar dicho costo por la coraza fiscal, la cual resulta de restarle a la unidad (100%) los impuestos involucrados en este proyecto los cuales son el PTU y el ISR, siendo la suma de los dos impuestos el 45% lo que al restarle a 100% nos da como resultado 55%, el cual es el resultado por el que se multiplicaran los costos correspondientes, y ambos resultados se suman lo cual arroja el resultado de 12.54%, el cual es el costo ponderado.

Cuadro N. 78
Cálculo del costo de capital ponderado

Fuente de capital	Monto inicial	Factor de ponderación %	Costo % A	Costo con coraza fiscal $B(1-t)(1-.45)=0.55$ A*B	Costo ponderado %
Capital social	97,852,001.64	70	13.52	13.52	9.46
Deuda	41,936,572.13	30	18.63	10.24	3.07
Importe total	139,788,573.77	100			12.54

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que con estos datos se calculo la relación beneficio-costos, por lo cual arrojo un resultado positivo.

Ya establecido el costo de capital ponderado en el cuadro anterior calculamos el flujo neto de efectivo a partir de la suma entre las utilidades netas de nuestro estado de resultados y los gastos virtuales.

6.4 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Recordando los criterios del VAN:

Si el VAN es 0, + el proyecto debe aceptarse

Si el VAN es -, el proyecto se rechaza

Cuadro N. 79
Cálculo del flujo neto de efectivo y Valor Actual Neto

Cuadro N. 80

6.5 RELACION BENEFICIO COSTO

Este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos, la interpretación de tales resultados es en centavos por cada peso invertido y esta dada por el cociente que hay entre el VAN y lo, es decir:

$$B/C = VAN / I_0$$

En el cuadro siguiente se realiza el mismo proceso que en el cuadro anterior pero en este caso se utiliza una tasa de descuento que volverá el VAN más cercano a cero, la cual es de 30.32%. para poder extrapolar ambos resultados del VAN y las tasa de descuento y así obtener mediante la fórmula correspondiente la TIR (Tasa Interna de Retorno), la cual se expresa en el cuadro N. 97

6.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno consiste en igualar la inversión inicial, con la sumatoria de los flujos actualizados a una tasa de descuento (i) supuesta, que haga posible su igualdad, si la tasa de interés que hace posible la igualdad es mayor o igual al costo de capital, se acepta.

En general, la TIR señala la rentabilidad en términos porcentuales, es decir, que el porcentaje obtenido es el rendimiento sobre la inversión realizada.

Cuadro N. 81 **Tasa interna de retorno (TIR)**

$TIR = I_0 + (I_2 - I_1) * VAN_1 / (VAN_1 - VAN_2)$
I1 = 12.54% (tasa que genera el VAN positivo)
I2 = 31% (tasa que genera el VAN negativo más cercano a 0)
VAN 1 = 87,575,438.97 (el VAN positivo)
VAN2 = - 2,774.95 (el VAN negativo)
TIR (%) = 30.32

Fuente: Elaboración propia

6.7 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Simplemente es el cálculo en el cual se muestra el tiempo en que se podrá recuperar la inversión inicial.

De acuerdo a la siguiente fórmula: $PRI = N - 1 + \frac{Fa_{n-1}}{(F)n}$

Donde:

N = Año en el que el flujo cambia de signo

Fa n-1 = Flujo neto de efectivo acumulado en el año n-1

(F)n = Flujo neto de efectivo en el año n

De acuerdo a la aplicación de la fórmula:

Cuadro N. 82
Periodo de recuperación de la inversión

N=	5
Fa n-1 =	11,084,299.45
(F) n =	18,761,872.03
PRI =	4.59

Fuente: Elaboración propia

Se concluye que la inversión se recupera entre el cuarto y quinto año.

6.8 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En los cuadros N. 99 y 100 se muestran diversas variaciones en los precios y costos de este proyecto para obtener distintas VAN y TIR, lo cual es nuestro análisis de sensibilidad, y se obtuvo a partir de realizar dichas variaciones en el Estado de Resultados y Flujos Netos actualizados de efectivo correspondientes, para llegar a los resultados que se muestran en los cuadros antes mencionados.

Para el rubro de disminución de precios, el proyecto soportaría una disminución del 18% y para el rubro de aumento de costos el proyecto soportaría una tasa del 43%.

Cuadro N. 83
Análisis de sensibilidad (disminución de precios)

	Precio -18%	Precio -15%	Precio -10%	Precio -5%	Proyecto base
VAN	3,515,323.74	17,525,342.95	40,875,374.95	64,225,406.96	87,575,438.97
TIR	13.33%	16.4%	21.26%	25.88%	30.32%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N. 84
Análisis de sensibilidad (aumento de costos)

Proyecto base	Costos 10%	Costos 20%	Costos 30%	Costos 35%	Costos 40%	Costos 43%	
87,575,438.97	64,424,567.06	47,273,695.16	27,122,823.25	17,047,387.3	6,971,951.35	926,689.77	VAN
30.32%	26.47%	22.51%	18.4%	16.28%	14.09%	12.74%	TIR

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N. 101 tenemos un resumen de los resultados de los principales indicadores de la evaluación para este proyecto, en el que se muestran resultados positivos y que por consiguiente se podría tomar la decisión de invertir en este proyecto.

Cuadro N. 85
Indicadores de rendimiento

Indicador	Evaluación del proyecto
Valor actual neto \$	87,575,439
Tasa interna de Rendimiento %	30.32
Razón beneficio / costo %	0.89
Periodo de recuperación de la inversión	4-5 años

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VII. ORGANIZACIÓN

La organización dentro del proyecto es indispensable, la manera en que se darán las reglas y pautas para desarrollar un manejo de calidad y eficiencia, no solo en el orden administrativo sino también comercial tendrán que ser de manera directa y clara.

Para lograrlo, la participación y actitud de cada uno de los socios y empleados tendrán que concebir una correlación con las metas y objetivos, planeados y apoyados sobre una logística turística predeterminada, con el fin de aprovechar al máximo los recursos estimados.

7.1 CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD

La Sociedad será Anónima, es una sociedad que existe bajo una denominación compuesta por socios, cuya acción se limita al pago de sus acciones. Implicando con ello que un socio deberá responder al pago equivalente de sus acciones.

Características de la sociedad:

- Existe bajo una denominación
- Se limita al pago exclusivo de los socios
- El capital se divide en acciones
- Que las acciones puedan estar representadas por títulos negociables, ya sea de carácter nominativo o al portador.

En cuanto a las acciones nominativas: cuando la acción se extiende a nombre de una persona determinada se define como acción nominativa, y la transmisión de los derechos de la misma, así como las obligaciones no pueden transferirse de un titular a otro si no es mediante un endoso de la misma, haciendo constar tanto el cuerpo de la acción como en el Registro de Acciones Nominativas que al efecto debe llevar la sociedad, de acuerdo con las prescripciones legales del caso, de acuerdo con las recientes disposiciones de las sociedades mercantiles, quedando estipulado que todas las acciones de una sociedad Anónima deberán ser del tipo nominativas.

Una vez señalado el tipo de sociedad en el cual caerá la responsabilidad del proyecto y el tipo de acción poseedora, el proyecto debe enfocarse en cuestiones de definición precisa del organigrama propuesto de la empresa hotelera.

7.2 ORGANIGRAMA

El organigrama es una representación grafica de la estructura de lo que será la empresa encargada del proyecto, y simultáneamente nos presenta los elementos que formaran parte de la empresa, así como la manera de relacionarse entre sí tomando en cuenta sus actividades respectivas.

Es necesario señalar que la comunicación debe ser lo más directa y clara posible, ya que de esta manera contribuiremos a que las funciones del personal y las actividades del hotel estarán encaminadas al cumplimiento de los objetivos señalados con anterioridad.

ORGANIGRAMA

FUNCIONES DEL PERSONAL

CONSEJO ADMINISTRATIVO

Esta conformado por los accionistas del proyecto y es la máxima autoridad en la toma de decisiones.

Gerente General

Es el intermediario más importante entre el consejo administrativo y los empleados, tomando en cuenta los objetivos previamente establecidos, por el mismo consejo, asesora, coordina, revisa y analiza los diversos recursos que maneja para cumplir dichas metas.

Secretaria

Coordina las actividades del Gerente General y del Consejo Administrativo.

Contador

Registra la contabilidad del proyecto turístico, distribuye equitativamente de acuerdo a las necesidades las utilidades netas y los ingresos, así como determinar el presupuesto de costos y gastos y realiza los tramites correspondientes ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

Auxiliar Contable

Básicamente se dedica a los Recursos Humanos, específicamente a determinar los montos correspondientes de nómina, prestaciones, vacaciones y deducciones a cada empleado.

Jefa de piso:

Coordina a las camaristas a sus respectivas tareas dentro del área de habitaciones, así como realiza informes sobre la calidad del servicio y conforma el inventario correspondiente a su áreas de trabajo.

Chef

Es el encargado de la cocina, se encarga de elaborar el menú del día, coordina el trabajo y limpieza tanto de los cocineros como de los reposteros, de igual manera realiza el inventario de los alimentos e insumos que necesita.

Entrenador Deportivo

Simplemente se encargara de las actividades deportivas y recreativas a que tiene acceso cada huesped dentro de las instalaciones.

Hostess

Coordina lo que es el área de restaurante, tanto el servicio, como la calidad de lo que se sirve.

Recepcionista

Coordina la llegada de los visitantes al hotel y proporciona información acerca de los servicios a los que tiene acceso y las medidas de seguridad correspondientes.

Cajera

Realiza el cobro correspondiente al servicio que se proporciona al cliente.

Lavanderia

Es la encargada de la lavandería y todos los asuntos concernientes a esta área del hotel, tal como inventarios, horarios de servicio y tiempo de cumplimiento de tareas, etc.

Ama de llaves

Será la encargada de revisar todas las habitaciones tomando en cuenta el estado de entrega y recepción de las mismas, antes y después de la estancia de cada cliente, reportando anomalías contando para ello con llaves duplicadas de cada habitación.

Cocinero

Lleva a cabo la realización del platillo que constituye el menú de cada día, con la calidad y limpieza requeridas.

Repostero

Se encarga de la elaboración de los postres correspondientes al menú del día con la calidad y limpieza exigidas.

Capitan de meseros

Coordina a los meseros, verifica la calidad tanto del platillo como del servicio que brindan la personas del servicio en esta área.

Bell Boy

Son las personas encargadas de auxiliar a los huéspedes para transportar el equipaje a las habitaciones correspondientes y caso contrario de las habitaciones a la recepción, sirviendo como mensajeros para los clientes mientras su estadía.

Ayudantes generales

Son las personas encargadas del mantenimiento de todas las áreas interiores y exteriores

Camaristas

Son las personas encargadas de mantener el orden en las habitaciones conforme a lo establecido

Lavavajillas

Son las personas encargadas de mantener la limpieza de los utensilios que conforman las vajillas de cocina.

Meseros

Se encargan de la atención al cliente dentro del restaurante.

Cantinero

Es el encargado de servir en el bar, de igual manera realiza el inventario en su área de trabajo.

Vallet Parking

Son los empleados encargados del acomodo de los automóviles en el estacionamiento del hotel.

Garrotero

Vigila la integridad del cliente y de los empleados en el restaurante y bar.

Vigilancia

Se encarga de la seguridad e los clientes, de las instalaciones del hotel y de todos sus empleados.

CONCLUSIONES

- El sector turístico es sin duda uno de los principales motores para impulsar la economía nacional, ya que el planteamiento para su permanencia ya no es solo promocional ya que paso a ser un planteamiento estratégico. En el contexto de la globalización significa tecnología, modernización, enriquecimiento, estructura organizada, conceptos a los cuales el sector turístico mexicano se está incorporando. La entrada a este planteamiento estratégico no solo reditúa beneficios a las ramas turísticas más directas, sino que la participación de éste aporta y apoya a diversas ramas indirectas del turismo como son el transporte, áreas restauranteras, artesanías e inversiones, siendo su participación en forma gradual y constante.
- El gobierno mexicano considera al turismo como una actividad potencial en la economía nacional, y es por eso que el PLAN DE DESARROLLO hace referencia a las estrategias y logística, que se tiene que considerar para el mejor aprovechamiento de esta actividad y estas acciones están consideradas dentro del PROGRAMA NACIONAL TURISTICO, dicho programa señala cual debe ser la participación de cada uno de los actores como son inversionistas, restauranteros, hoteleros, servicios públicos, gobierno federal y estatal, quienes deben plantear estrategias conjuntas para atraer al turista que no solo viene a vacacionar, sino también a trabajar e invertir.
- En el estado de Jalisco, se están aplicando varias de las recomendaciones del PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, ya que este estado cuenta ya con una promoción de primer orden a nivel nacional y también internacional, todo esto con una participación conjunta del Gobierno Federal.
- Dentro del estado de Jalisco podemos encontrar muy definidas las zonas turísticas. Por otra parte se busca darle la mayor calidad de servicio al visitante en o que se refiere al alojamiento, salubridad, calidad de los servicios públicos, transporte, etc.
- Puerto Vallarta es sin duda alguna uno de los lugares donde se procura con mayor énfasis el bienestar del visitante, mismo que logra percatarse del servicio de calidad que recibe, reflejándose esta cuestión en el incremento de visitantes año tras año así como su estadía se ha vuelto más duradera. Es importante señalar que el nivel de ocupación es más que aceptable durante los diez años que estima el presente proyecto, en relación con años

anteriores, la demanda crecerá pero también la oferta tendrá la necesidad de captar a esta demanda, pero su crecimiento no será tan marcado como la demanda asegurando así un superávit en la demanda.

- Dadas las características de este proyecto, la promoción e instalación podría gozar de incentivos por parte del Gobierno Federal y Estatal, como sería instalar mayor infraestructura tomando en cuenta el impacto de comercialización de este servicio, y que atraerá mayor cantidad tanto de turistas como de inversionistas.
- El proyecto estudiado bajo los parámetros establecidos, tendrá beneficios al estado de Jalisco así como a la economía nacional, ya que generará 87 empleos directos y estables, más los indirectos con una derrama de salario anual de \$5,720,699, más la capacitación tanto a servidores turísticos como a empleados, es decir, mano de obra calificada y no calificada, modernización en la logística e infraestructura turística tanto del estado como regional, servicios públicos básicos adecuados como pavimentación, energía eléctrica, agua, gas, etc.
- En el estudio de mercado las cifras determinaron un crecimiento en la demanda de turistas en hoteles de cinco estrellas año tras año, cuya principal afluencia de visitantes procede de los Estados Unidos de América y esto es debido a los programas que se están aplicando a favor del sector turístico. En el año 2006 se obtuvo la cifra de 1,877,012 turistas y para el año 2012 se determinó 3,130,337 visitantes con un nivel de ocupación del 74.72%. con respecto a la oferta de este servicio de igual forma se incrementó ya que en el año 2006 fue de 2,002,751 habitaciones ofrecidas y para el año 2012 hubo un incremento hasta 2,216,731 habitaciones, concluyendo que tanto la demanda como la oferta aumentaron pero no en la misma proporción es decir la demanda supera a la oferta lo que permite la instalación del proyecto sin problemas de mercado.
- Relativo al estudio técnico, el terreno que está ubicado en Marina Vallarta cumple con las condiciones que exige el manual de instalación de proyectos turísticos por parte de la SECTUR, dando como resultado un proyecto que responde ampliamente a las necesidades del visitante.
- Tomando en cuenta que los principales indicadores de la evaluación económica financiera de este trabajo, fueron positivos: el Valor Presente Neto con una TREMA 12.54% ofrece beneficio netos positivos de \$87,575,438.97.

- La Tasa Interna de Retorno del proyecto es de 30.32% superando a la tasa Interbancaria del 18.63% la relación costo beneficio del proyecto es del 0.89 de ganancias por cada peso invertido.
- El punto de equilibrio para el proyecto se calculo en un 30.79% que es el nivel de operación en el cual se igualan sus ingresos con sus egresos. Se le denomina operativo ya que es el que determina el nivel de ventas que es necesario registrar para cubrir los costos y gastos de operación, mínimo que debe operar el hotel para no incurrir en pérdidas.
- El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto, será a partir del cuarto año de operación.
- En suma considerando todos los resultados obtenidos en el presente estudio, el proyecto es viable y económicamente rentable.

BIBLIOGRAFÍA

- Brooking, Annie. El capital intelectual. Edit. Paídos. 2006.
- Chiavenato, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Quinta edición, 2000, Mc Graw-Hill.

- Chaivenato, Idalberto: Gestión del talento humano. Primera edición. 2002. Mc Graw-Hill. Bogotá.
- Davis y Newstrom: Comportamiento Humano en el trabajo. Undécima edición. 2003. Mc Graw-Hill. México
- Edvinsson, Leif/ Malone, Michael S. El capital intelectual. Grupo Editorial Norma.2005.
- Garfield, Charles. Los empleados son primero. Segunda edición, 1992, Mc Graw-Hill.
- Hernández y Rodríguez, Sergio. Administración del pensamiento. Edit. Mac Graw Hill 2002.
- James C. Collins, Jerry I. Porras. Empress que perduran. Edit. Norma 1995.
- Nonaka, Ikujiro/ Takeuchi, Hirotaka. La organización creadora de conocimiento. Edit. Oxford 2005.

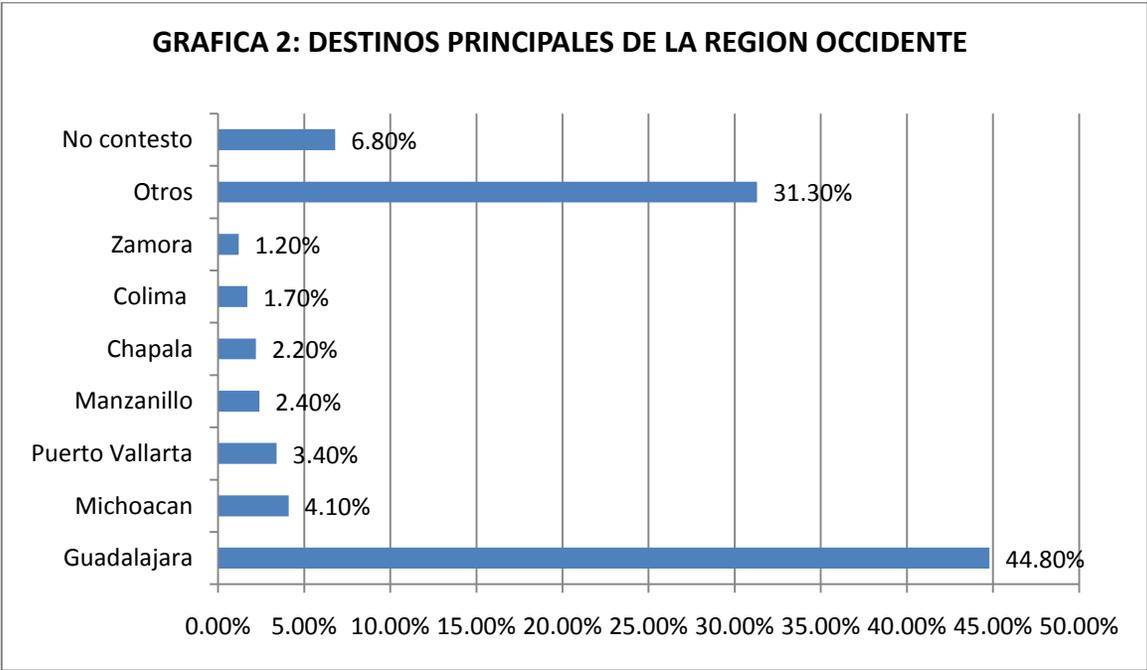
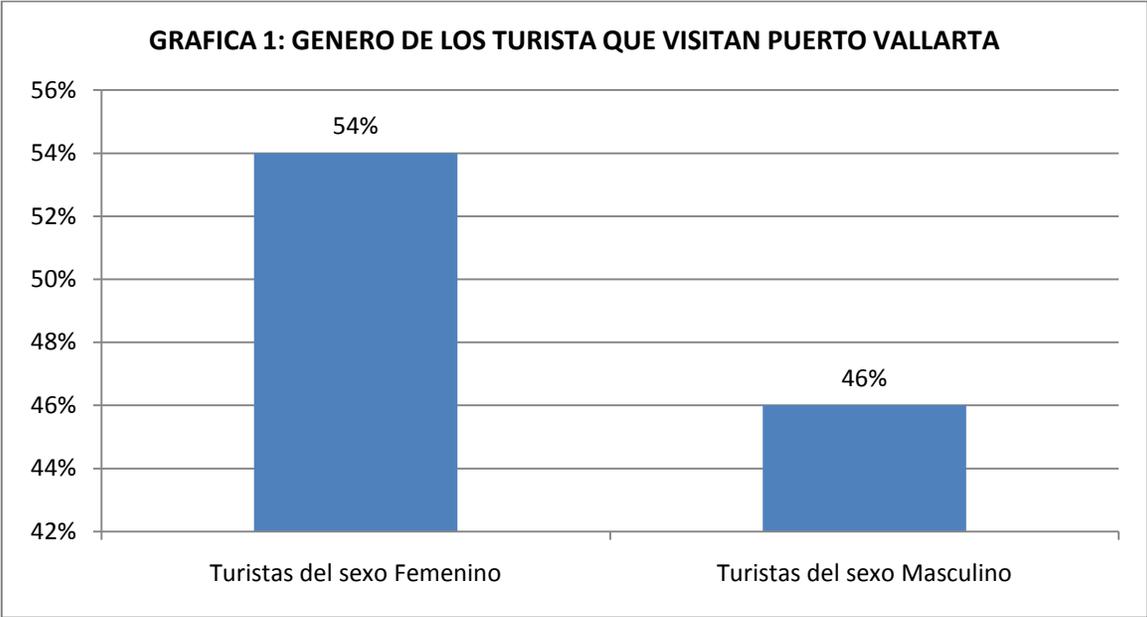
Páginas de Internet:

- <http://www.gestiondelconocimiento.com/modelos.htm>

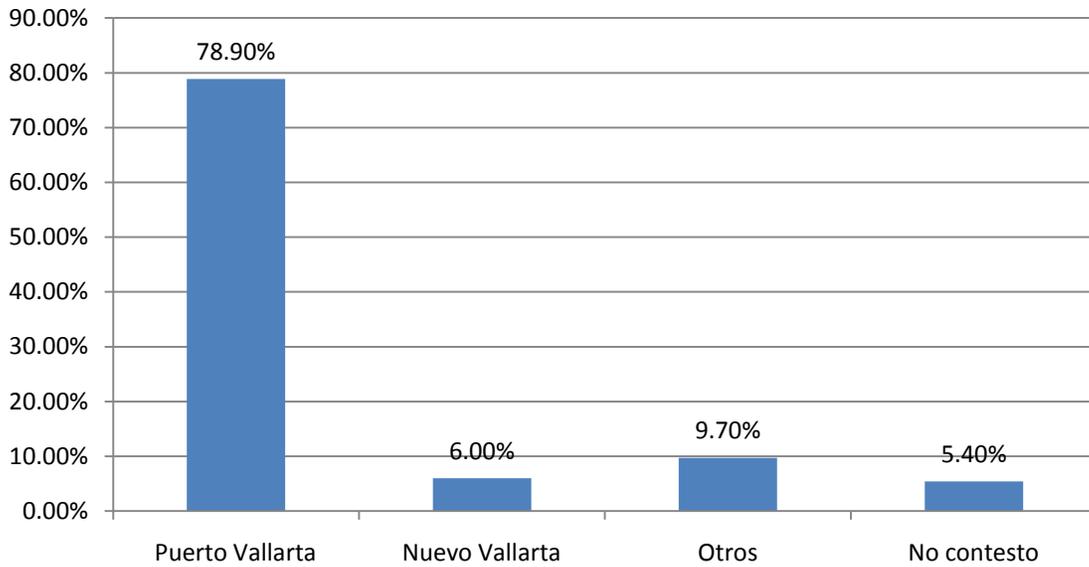
ANEXOS

Las siguientes graficas que constituyen los estudios anexos, fueron realizadas el información proporcionada por el gremio hotelero en México y en la página de Internet arriba citada, en el

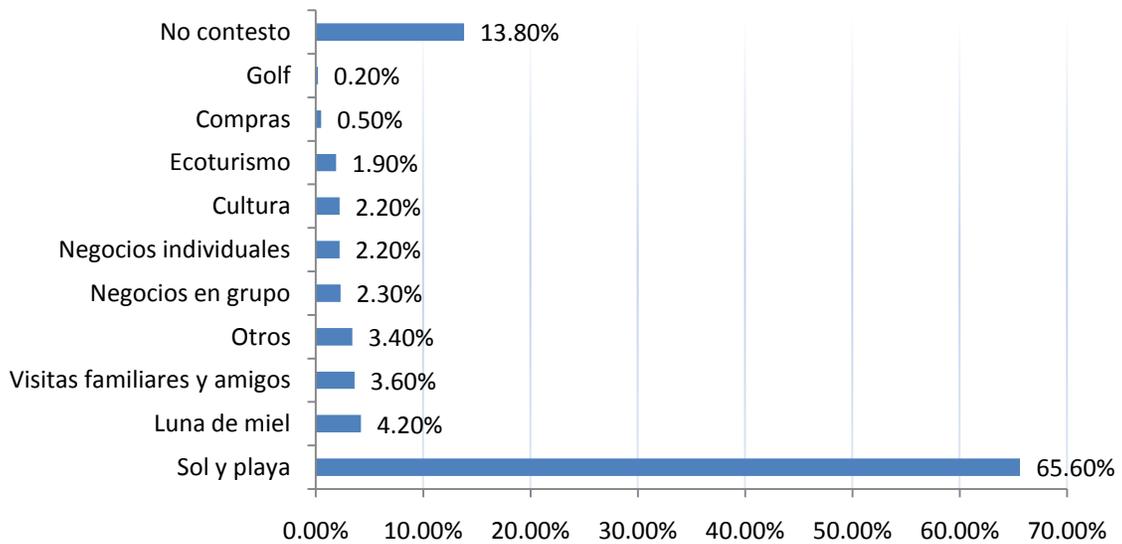
Anuario Estadístico de Jalisco, además de encuestas personales realizadas por la Organización Mundial de Turismo.

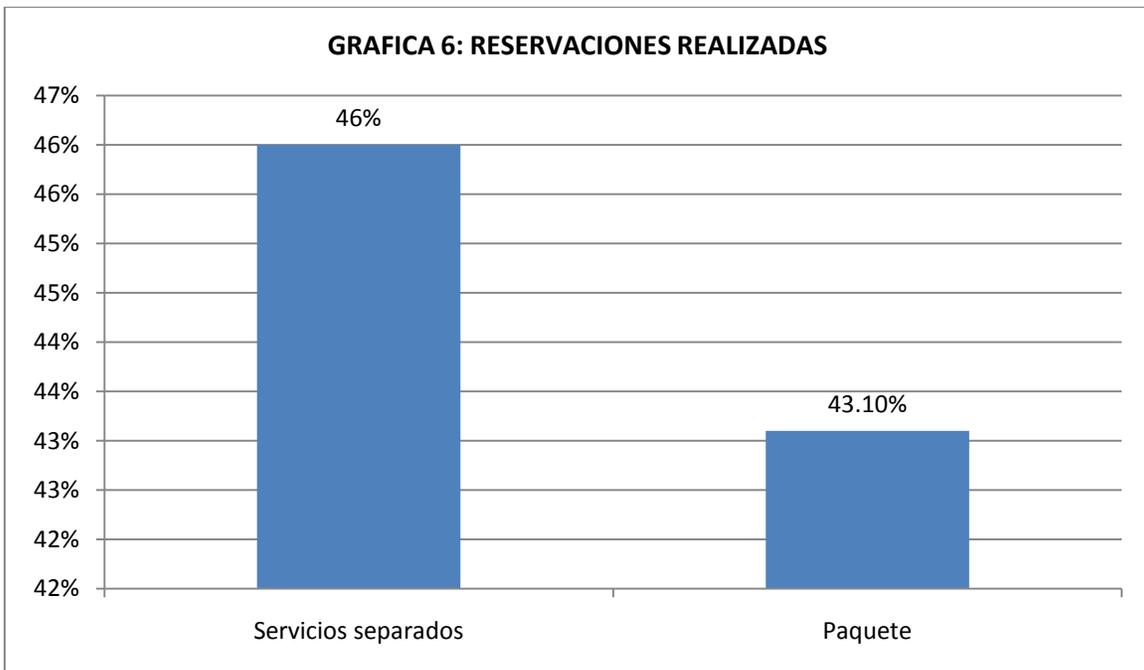
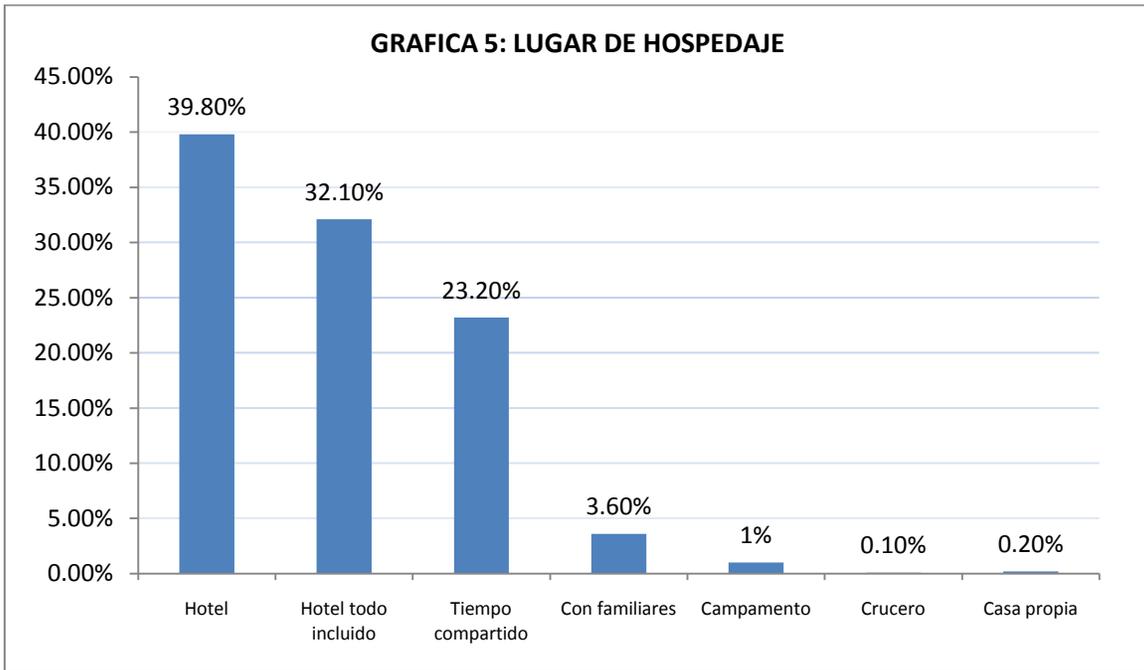


GRAFICA 3: DESTINO PRINCIPAL EN PUERTO VALLARTA

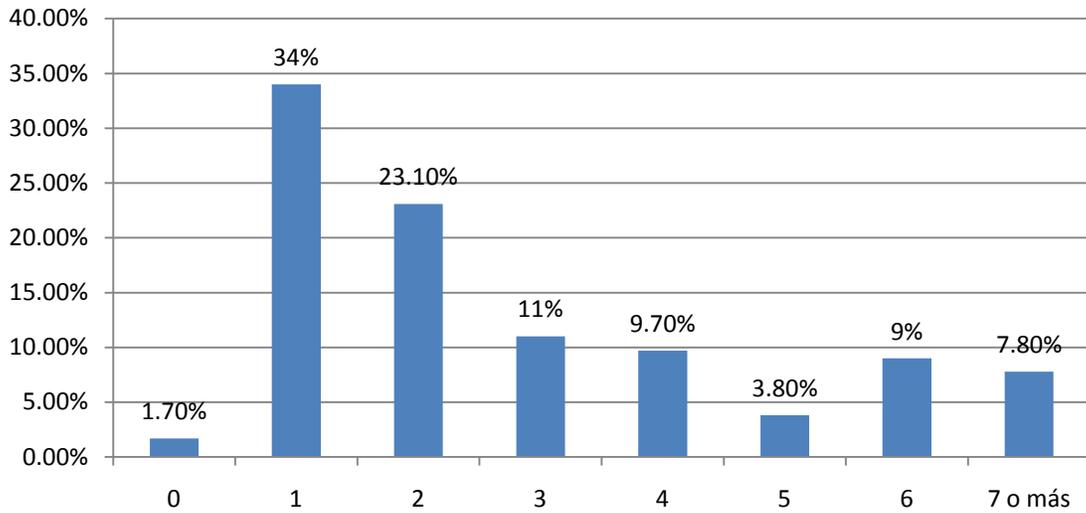


GRAFICA 4: MOTIVOS DE PARA VISITAR PUERTO VALLARTA

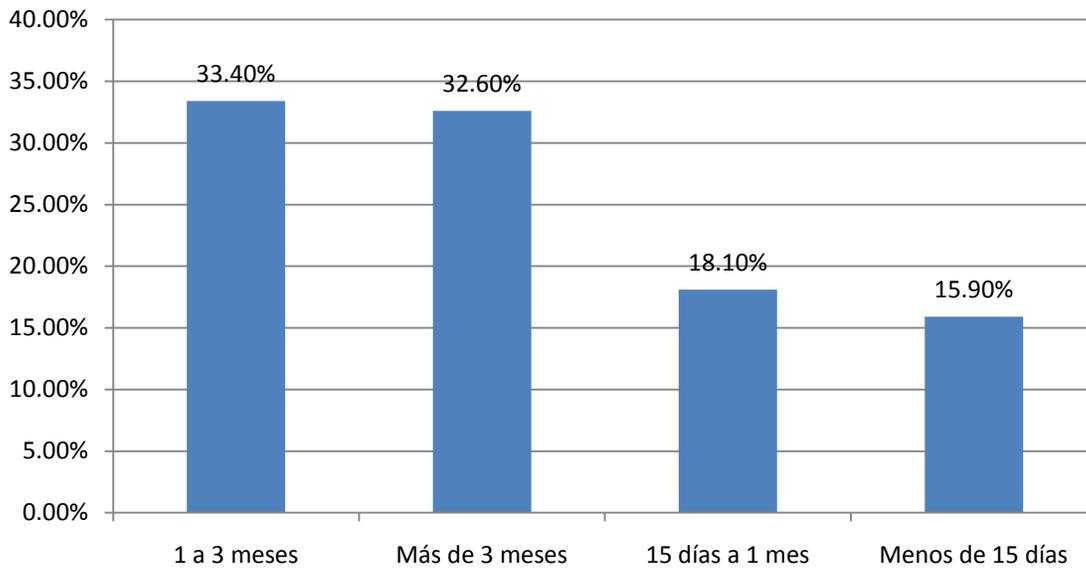




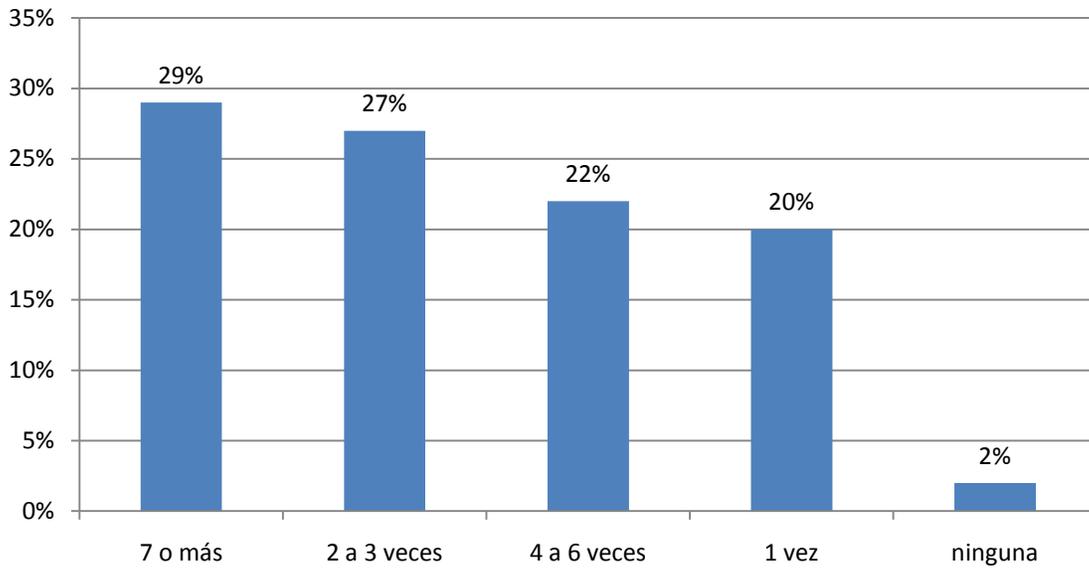
GRAFICA 7: NUMERO DE PERSONAS POR FAMILIA QUE VIAJAN A PUERTO VALLARTA



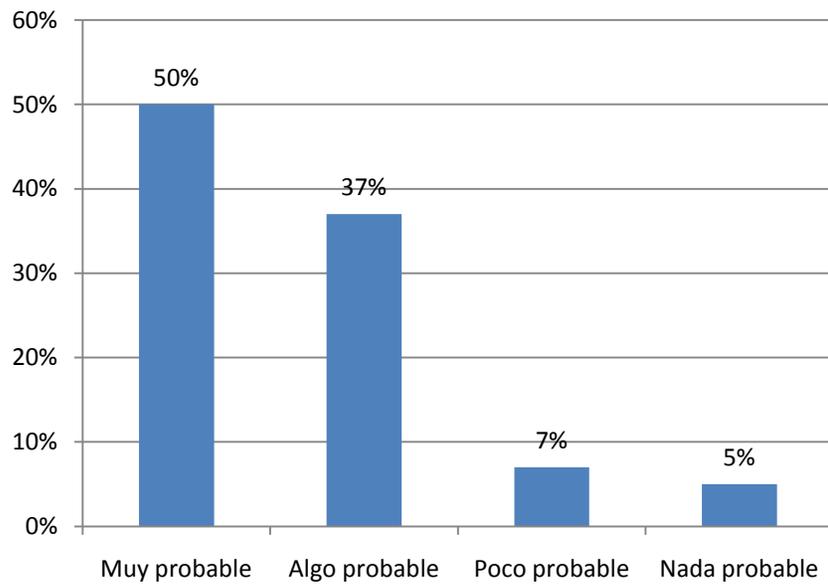
GRAFICA 8: TIEMPO DE ANTICIPO DE PLANEACION DEL VIAJE



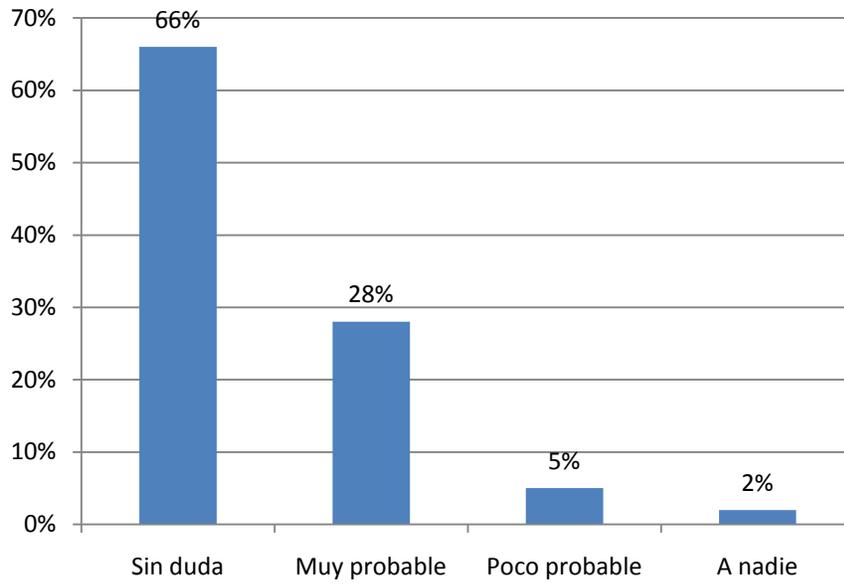
GRAFICA 9: PORCENTAJE DE VISITA A PUERTO VALLARTA



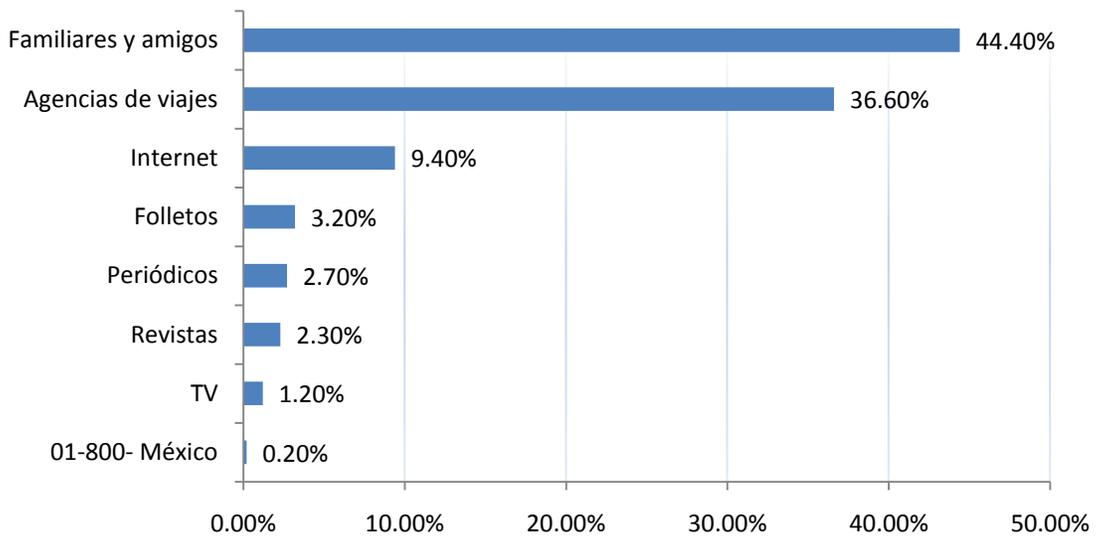
GRAFICA 10: ¿VOLVERIA A PUERTO VALLARTA?



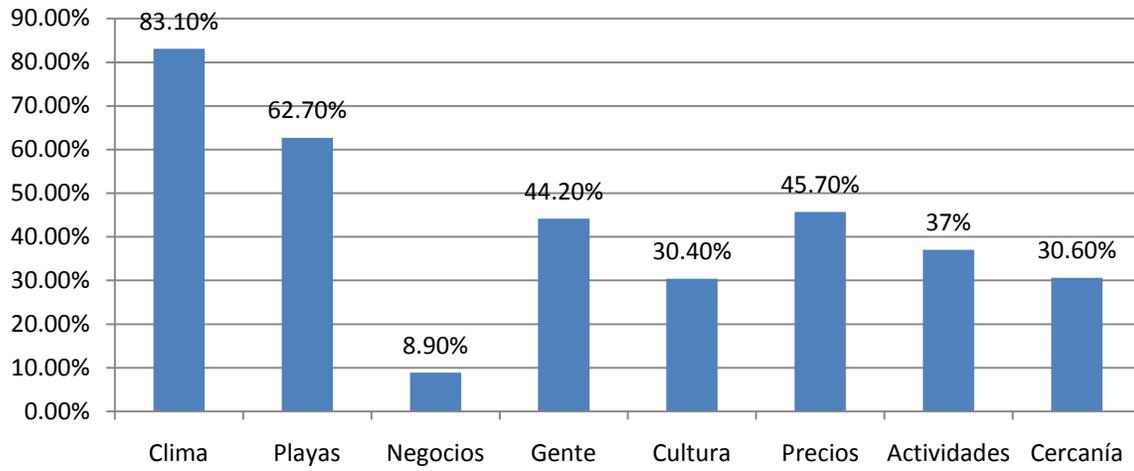
GRAFICA 11: RECOMENDACIÓN DE PUERTO VALLARTA



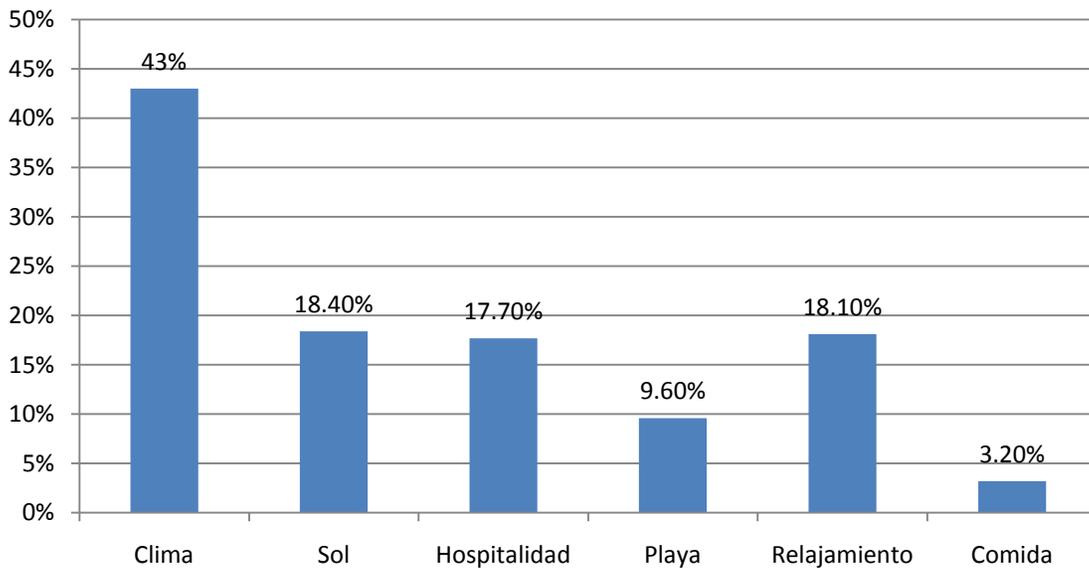
GRAFICA 12: MEDIOS DE INFORMACION PARA CONOCER PUERTO VALLARTA



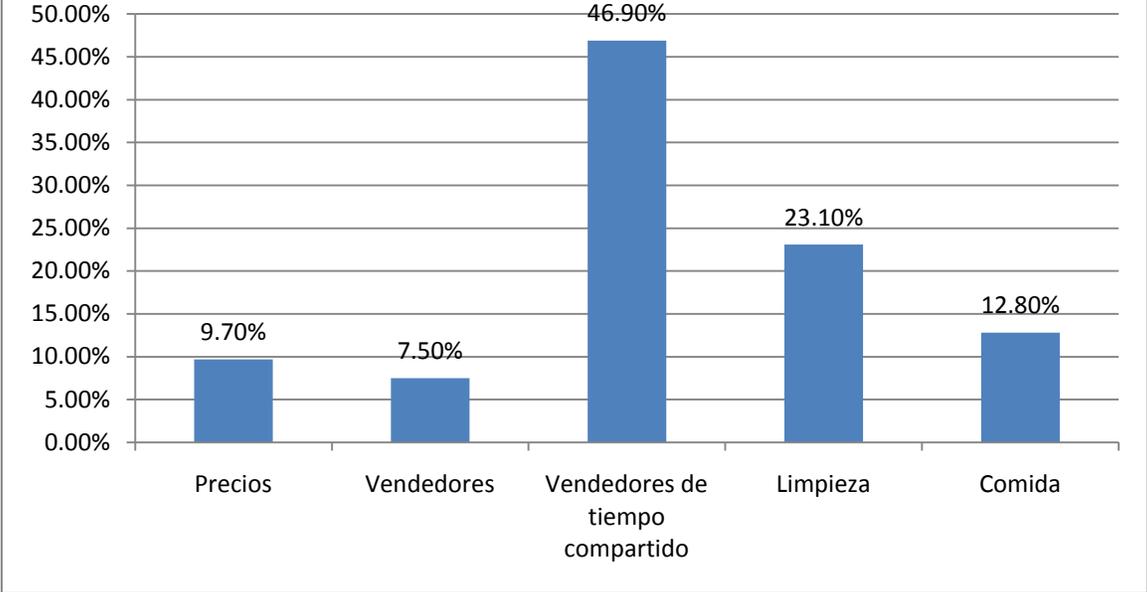
GRAFICA 13: FACTORES DE IMPORTANCIA PARA VISITAR PUERTO VALLARTA



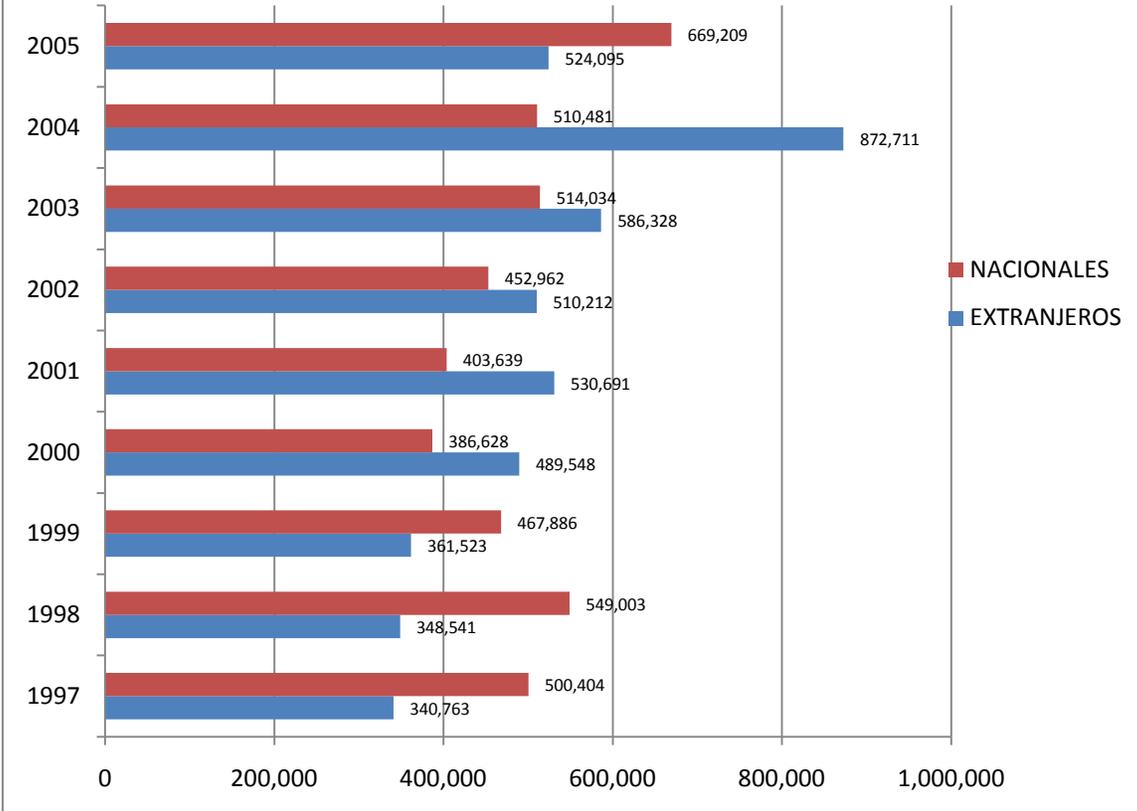
GRAFICA 14: PRINCIPALES GUSTOS PARA VISITAR EL DESTINO



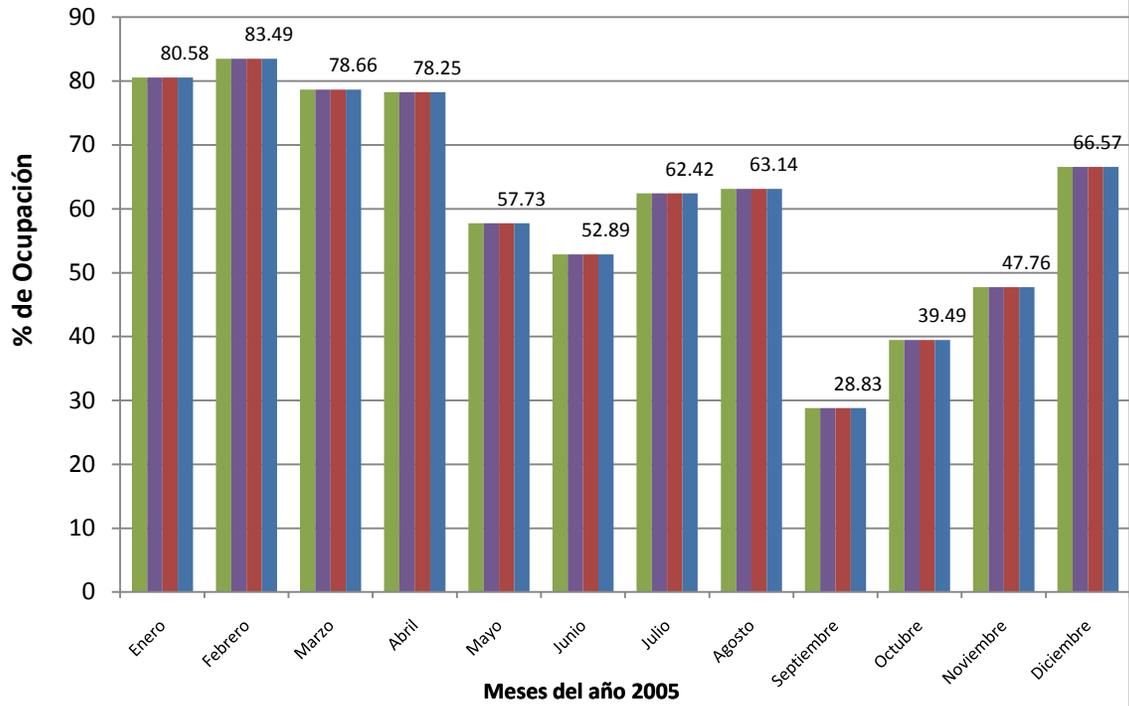
GRAFICA 15: FACTORES E MOLESTIA EN PUERTO VALLARTA



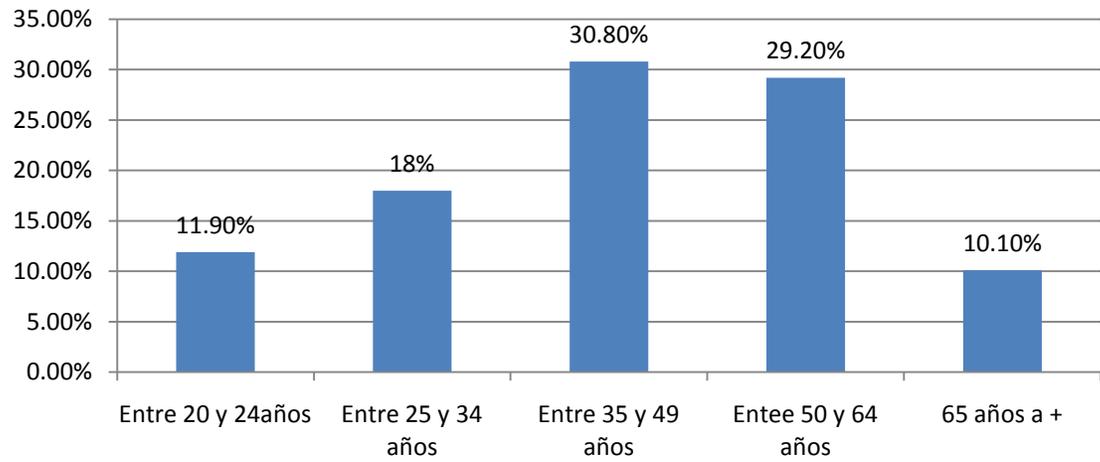
GRAFICA 16: ORIGEN HISTORICO DE TURISTAS EN PUERTO VALLARTA EN MILES DE PERSONAS



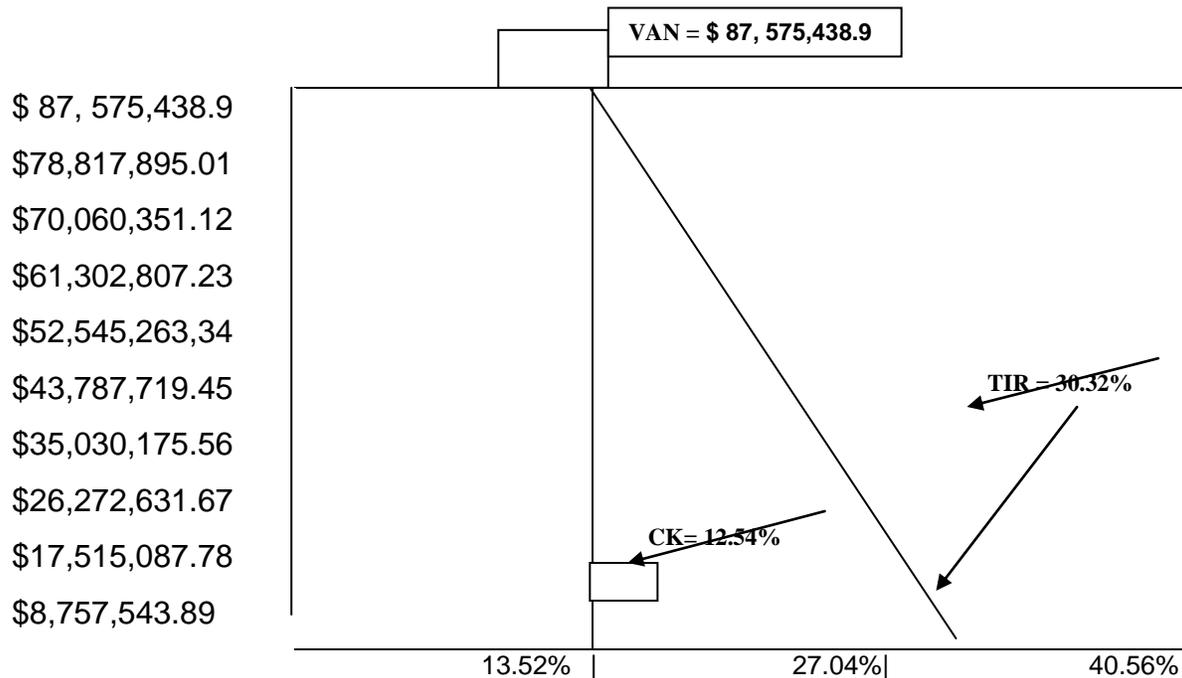
GRAFICA 17: ACTIVIDAD HOTELERA DE 5 ESTRELLAS POR MES EN PUERTO VALLARTA



GRAFICA 18: EDAD DE LOS TURISTAS QUE VISITAN PUERTO VALLARTA



GRAFICA 19: VAN Y TIR DEL PROYECTO



La grafica 19 muestra que el costo ponderado de capital que es la tasa del mínimo rendimiento aceptable 12.54%, arroja un valor actual neto durante los 10 años de vida proyectada de \$8,757,543.89, mostrando que la TIR obtenida es mucho mayor a la tasa de rendimiento mínima aceptable por lo que se define que el proyecto es rentable.

GRAFICA 20: ANALISIS DE SENSIBILIDAD VAN

