



872708
26

Universidad Don Vasco, A. C.

---INCORPORACIÓN No. 8727-08---
a la Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela de Administración y Contaduría

**"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
EVALUACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO
DE UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS,
EN LA CIUDAD DE URUAPAN, MICHOACÁN.**

TESIS

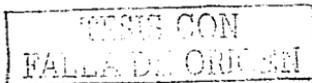
Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN CONTADURÍA

presentan:

Alejandra Ramírez González

Nancy Heidi Rodríguez Quezadas



Uruapan, Michoacán, enero del 2003.

A



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

Lo pasado ha quedado atrás; ya nunca volverá... El futuro esta ausente; además es incierto, pero el presente es nuestro y está hoy aquí.

A MIS PADRES con cariño por su apoyo, comprensión, esfuerzo, paciencia, por darme los valores y principios que me dieron pero, sobre todo, por que gracias a ellos soy lo que soy, y vivo, por que si volviera a nacer me gustaría ser la misma persona y tener la misma familia.

Porque mis padres me dieron algo muy valioso, estudios y bases para realizarme profesionalmente y llegar hasta aquí, hasta este preciso momento, porque si estoy logrando este sueño, y esta meta es gracias a Dios y a ellos. **INFINTAMENTE GRACIAS**!!!!

A mis hermanos por ser lo que son, por quererme, apoyarme y por ser simplemente mi familia y estar ahí siempre.

A ALEJANDRA, por ser mi amiga y por apoyarme tanto en lo personal como en lo académico y porque gracias a la amistad que nos une hemos podido finalizar este gran proyecto que nos costo tanto esfuerzo y precisamente por eso, es que es tan valorado y especial para las dos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

B

A ALBERTO ODILÓN, por estar conmigo en parte de la carrera, y sobre todo por ser ante todo mi amigo y apoyarme y ayudarme cuando mas lo he necesitado y, porque gracias a mucho de ello, logramos esta meta.

A todos mis MAESTROS Y ASESORES, porque durante el transcurso de la carrera, de cada uno de ellos aprendí algo y fueron dejando algo en mi, que me hace mejor y me ayudará por siempre en mi existencia como profesionista y como persona y que, se aprecia y se valora sinceramente.

A todos gracias, porque sin ellos no hubiese sido posible llegar al término de este proyecto y, a quienes espero no defraudar sino al contrario, retribuir a ellos y a la sociedad con un poco de todo lo que he recibido.

Nancy H. Rodríguez Quezadas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

C

DEDICATORIA

A DIOS, por el tesoro más grande que me pudo ofrecer en vida: mis padres.

A MIS PADRES, por el regalo más grande que me pudieron dar: la vida, sus enseñanzas y el orgullo de ser parte de la familia que con tanto amor formaron.

Por que desde que llegue a este mundo he tenido su protección y su sonrisa cálida, por que me han brindado su apoyo, confianza y cariño sincero, por que desde que di mi primer paso estuvieron ahí para fotografiarme, por que son el tesoro más grande que me pudo dar la vida, por que no necesito sacar la lotería teniéndolos a ustedes le agradezco infinitamente a papá y mamá.

Por que de cada juego hicimos una travesura, por que no son necesarias las palabras cuando los corazones laten expresando el sentimiento, por que hemos sido cómplices en cada instante de nuestras vidas y por que compartimos una familia, unos padres y un hogar, a mis hermanos, Gerardo, Magdalena y Claudia.

A NANCY, por el gran equipo que hemos formado, la gran amistad que hemos compartido y sobre todo por el momento en que nuestras vidas coincidieron.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por que todo logro en la vida implica un esfuerzo, por que toda meta requiere dedicación, y por que cada triunfo no es más que un paso más en nuestras vidas, que este sea, no el fin de una Carrera, sino el principio de una Profesión llena de metas alcanzadas, obstáculos que vencer y deseos compartidos con las personas que amo.

Con mucho cariño para los seres que siempre tendrán un sitio muy especial en mi corazón y que estarán por siempre en cada proyecto que emprenda. Por pequeñas que parezcan las metas nunca dejarán de ser sueños convertidos en realidad.

Alejandra Ramírez González.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

Introducción	1
	Páginas
1. CAPÍTULO I. GENERALIDADES	
1.1. La Empresa.....	12
1.1.1. Concepto de empresa.....	12
1.1.2. Elementos que la integran	13
1.1.3. Clasificación	15
1.2. Hotel.....	17
1.2.1. Concepto de Hotel.....	17
1.2.2. Concepto de Agencia de viajes	18
1.2.3. Antecedentes de la hotelería a nivel nacional.....	19
1.2.4. Clasificación actual de los hoteles en México.....	20
1.2.5. Asignación actual de categorías por estrellas.....	21
1.2.6. Características y servicios actuales de hoteles de 5 estrellas.....	26
1.2.7. Antecedentes y actualidad de la actividad hotelera a nivel nacional.....	27
1.2.8. Antecedentes de la actividad hotelera en Uruapan.....	28
1.2.9. Análisis de la ocupación hotelera actual en Uruapan.....	31
1.2.10. Análisis de la necesidad hotelera actual en Uruapan.....	32

1.3. Turismo.....	34
1.3.1. Aspecto conceptual.....	34
1.3.2. Aspecto técnico.....	36
1.3.3. Clasificación básica.....	37
1.3.4. Otras clasificaciones.....	38
1.3.5. Turismo a nivel nacional e internacional.....	39
1.3.6. Realidad del turismo en Uruapan.....	39
1.3.7. Tipos de Turismo en Uruapan.....	41
2. CAPÍTULO II. PROYECTOS DE INVERSIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Conceptos y Técnicas de Proyectos de Inversión.....	42
2.1.1. Concepto.....	42
2.1.2. Origen.....	44
2.1.3. Tipos.....	45
2.1.4. Objetivos.....	45
2.1.5. Etapas.....	45
2.1.6. Contenido.....	47
2.2. Estudio de Mercado.....	47
2.2.1. Concepto de mercado.....	48
2.2.2. Estructura de análisis.....	49
2.2.3. Pasos a seguir en la investigación.....	50
2.2.4. Definición del producto o servicio.....	51
2.2.5. Análisis de la demanda.....	52

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

2.2.5.1.	Recopilación de información de fuentes secundarias.....	54
2.2.5.2.	Métodos de proyección.....	55
2.2.5.3.	Recopilación de información de fuentes primarias.....	56
2.2.5.4.	Procedimiento de muestreo y determinación de la muestra.....	59
2.2.5.5.	Procedimientos no probabilísticos de muestreo.....	61
2.2.6.	Análisis de la oferta.....	62
2.2.6.1.	Concepto.....	62
2.2.6.2.	Tipos de oferta.....	63
2.2.6.3.	Proyección de la oferta.....	64
2.2.6.4.	Definición de la demanda potencial insatisfecha.....	64
2.2.6.5.	Cálculo.....	64
2.2.7.	Análisis de los precios.....	65
2.2.7.1.	Tipos de precios.....	66
2.2.7.2.	Determinación del precio.....	67
2.2.7.3.	Proyección del precio del producto o servicio.....	67
2.2.8.	Comercialización del producto o servicio.....	68
2.2.8.1.	Canales de Distribución.....	68
2.2.8.2.	Cómo seleccionar el canal más adecuado.....	69

3. CAPÍTULO III. ESTUDIO TÉCNICO Y ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Estudio Técnico.....	71
---------------------------	----

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.1.1. Tamaño óptimo de la planta.....	72
3.1.2. Localización óptima del proyecto.....	74
3.1.3. Ingeniería del proyecto.....	76
3.1.4. Adquisición del equipo y maquinaria.....	76
3.1.5. Distribución de la planta.....	77
3.1.6. Áreas de la planta.....	79
3.1.7. Organización del recurso humano y organigrama.....	79
3.1.8. Marco legal.....	80
3.2. Estudio Financiero.....	81
3.2.1. Evaluación económica.....	81
3.2.1.1. Aceptación o rechazo del proyecto.....	82
3.2.1.2. Método del cálculo del período de recuperación de la inversión.....	83
3.2.1.3. Método del cálculo del rendimiento.....	84
3.2.1.4. Método del valor presente neto.....	85
3.2.1.5. Método del valor actual neto.....	87
3.2.1.6. Método de la tasa interna de rendimiento.....	87
3.2.2. Riesgo por sensibilidad del proyecto.....	88
3.2.3. Análisis de sensibilidad.....	89

4. CAPÍTULO IV. PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN HOTEL DE 5 ESTRELLAS CASO:

"HOTEL URHUAPANI S. DE R.L. DE C.V."

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.1. Antecedentes del proyecto.....	91
4.2. Metodología de la investigación.....	92
4.2.1. Objetivo general del proyecto.....	93
4.2.2. Objetivos particulares.....	93
4.2.3. Hipótesis.....	94
4.2.4. Técnicas de investigación.....	94
4.2.5. Justificación económica y social.....	94
4.3. Desarrollo del proyecto (caso práctico).....	96
4.3.1. Ubicación y constitución de la empresa.....	99
4.3.2. Formas de tributación y giro.....	99
4.3.3. Método contable de registro.....	101
4.3.4. Determinación de la muestra.....	101
4.3.5. Cuestionario para hoteles en Uruapan, modelo, gráficas interpretación.....	103
4.3.6. Cuestionario para agencias de viaje en Uruapan, modelo, gráficas e interpretación.....	126
4.3.7. Cuestionario para turistas en Uruapan, modelo, gráficas e interpretación.....	140
4.3.8. Ubicación, inversión, costos y gastos del proyecto.....	156
4.3.9. Construcción del hotel.....	159
4.3.10. Costo de construcción y desglose.....	159
4.3.11. Organigrama.....	160

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

4.3.12. Descripción de puestos.....	160
4.4. Análisis financiero.....	192
4.4.1. Estado de Resultados.....	192
4.4.2. Flujo de efectivo.....	197
4.4.3. Estado de situación financiera.....	199
4.4.4. Indicadores Financieros del proyecto.....	202
Conclusiones.....	206
Bibliografía.....	210
Hemerografía.....	212
Anexos.....	213

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La ubicación de la ciudad de Uruapan en una zona donde coinciden clima de tierra fría y de tierra caliente otorga importantes oportunidades de desarrollo para sus habitantes además de características naturales únicas que invitan al fomento del turismo; además las comunidades indígenas de la región aún conservan costumbres y valores dignos de apreciarse. Convirtiéndose en un sitio interesante para la práctica del turismo de índole religioso y alternativo principalmente.

Estas características traen como consecuencia la oportunidad de negocios que existe para los prestadores del servicio de hotelería que cuenten con el capital necesario para proyectos de inversiones tan fuertes como ésta; fomentando así la generación de empleos, el debido respeto al medio ambiente y a las comunidades que habitan la región de Uruapan y sus alrededores.

Por otro lado la industria del turismo a nivel nacional y municipal no se ha visto afectada en mayores magnitudes a pesar de los acontecimientos políticos, sociales y naturales de los últimos años, situación que representa la manera más eficaz de fortalecer la economía de la nación y más aún de la ciudad de Uruapan, otorgando una fuente de generación de empleos de forma directa e indirecta, captación de ingresos, promoción de la cultura, tradiciones y costumbres, promoción del desarrollo, fomento de la conservación de ecosistemas e integración de la comunidad con las poblaciones visitantes, obligando a empresarios de hoteles ya existentes a la adopción de nuevas estrategias competitivas que les permitan no solo

mantenerse, sino captar un segmento mayor de mercado creciendo de manera sostenida. Es indudable que la clasificación de los hoteles actuales representa una realidad en torno al potencial turístico de servicios otorgados por una comunidad o región, dado que en competencia con otros países, México, y en particular Uruapan se encuentran capacitados para ofrecer buenos servicios al visitante de cualquier clase social (en el caso de turismo internacional), la clave es el establecimiento apropiado a las exigencias del cliente y por supuesto a sus posibilidades económicas puesto que se podría disponer desde el tipo más elemental de hospedaje hasta el más lujoso y completo en calidad y variedad de servicios en la Ciudad.

En el presente proyecto se plantea como objetivo general evaluar la viabilidad para establecer un hotel típico de 5 estrellas en la ciudad de Uruapan, Mich. que ofrezca todos los servicios para ser considerado de dicha categoría, pretendiendo que con él se generen más y mejores empleos para la población, y, de esta manera y por medio de la investigación establecer un mercado más atractivo para los inversionistas interesados en proyectos como éste, y proporcionar información que sea útil a todos los interesados en el presente trabajo. Se debe demostrar que es rentable el establecimiento del hotel de 5 estrellas, por los beneficios que trae a la población como ya se había mencionado, ya que atrae el turismo, la inversión, empleos y una buen derrama económica. Para tal efecto se deberán cumplir también objetivos particulares, pero estos, en su mayoría se verán hasta el final debido a que algunos se demuestran con el caso práctico realizado del hotel, al cual se pretende denominar "Hotel Urhuapani S. de R.L. de C.V".

Lo anterior se logrará primeramente, comenzando por los antecedentes, el concepto y características de las empresas de servicios, enfocándose a los hoteles en si como prestadores de servicios y a los diferentes tipos de turismo y teóricamente cuáles son sus preferencias y necesidades; situación que se corrobora a través del caso práctico en una primera parte de lo que es el proyecto de inversión denominada Estudio de Mercado en el Capítulo II.

En la parte correspondiente al marco teórico se plasma la idea de un Proyecto de inversión en teoría, cuáles son sus partes y que características debe de reunir de acuerdo a los estereotipos establecidos para la elaboración de los mismos; conjuntamente se plasma dentro del mismo marco teórico lo que será el estudio financiero y el análisis de los datos para una efectiva toma de decisiones que deberá realizarse con estricto apego a las normas establecidas en las bases.

Asimismo, en una parte del proyecto de inversión denominada Estudio Técnico, se establece cuales serán los requerimientos mínimos en cuanto a planta, mobiliarios, equipos, mano de obra, recursos humanos impuestos y demás que se requieran erogar para el correcto funcionamiento y logro de los fines para los cuales fue implantado o establecido el proyecto inicial, todo esto se hace en un profundo análisis tanto de las características del mercado como de la competencia o posible competencia que entonces se tendrá.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como punto último en el Capítulo IV con base en la recopilación de datos y el análisis de los mismos, se redacta el caso práctico que, apoyado con la investigación de campo va llevando a la determinación de cada uno de los conceptos para la correcta justificación y elaboración de los análisis y resultados de las comparaciones hechas entre la teoría investigada y la práctica.

Como dato interesante se puede decir que, actualmente el turismo es considerado como la industria del siglo XXI; en el año 2006, uno de cada 9 trabajadores en el mundo, estará empleado en el sector turístico. El turismo creara el 11% de la riqueza mundial y supondrá el 8.5% de todas las exportaciones que se realicen mundialmente (Esto según datos de la Organización Mundial del Turismo). En ese sentido, el estado de Michoacán, a través de la secretaria de turismo, se enfoca a la detección de áreas de oportunidad para desarrollo turístico en las diferentes regiones de la entidad, creando oportunidades de inversión para el turismo, para crear infraestructura de hospedaje y recreación en este importante sector, que lleven al Estado a un buen lugar en él, aprovechando sus enormes recursos y que consolide por otra parte la oferta turística actual. Lo anterior se da a pesar de la poca difusión que se ha hecho en lo particular de la Ciudad de Uruapan, ya que, a lo que más han dado importancia es a la capital del estado que es Morelia y a Pátzcuaro que es un lugar turístico, a pesar de que Uruapan, también ofrece muchos lugares para el descanso y el placer, lo cual pretendemos demostrar a través el proyecto y la investigación a fondo de éste mismo.

TESIS CON
FAMILIA DE ORIGEN

Se tiene la seguridad de que después de leer los puntos integrantes y las conclusiones del presente trabajo de tesis se ampliará su visión acerca de la inversión en un hotel de cinco estrellas y se tendrá por seguro que es una excelente oportunidad para los inversionistas de la Región, para inversionistas de otros estados e incluso para los extranjeros interesados en invertir en la zona Uruapense.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO I

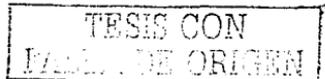
1. GENERALIDADES

En este primer Capítulo se abordarán los conceptos más importantes para el establecimiento de un hotel de 5 estrellas en la Ciudad de Uruapan, así como lo concerniente al Turismo y sus características más esenciales y en general, todo acerca de la Actividad Hotelera en el País y en la Ciudad desde sus inicios. Se considera de importancia hacer al final del capítulo un Análisis de la importancia de la necesidad hotelera en nuestra Ciudad, ya que esto es de gran trascendencia para el desarrollo de todo proyecto de inversión en general.

1.1. EMPRESA

1.1.1. Concepto

A continuación, y con base en la autora Ana Migdelina Méndez Monge, y NAFIN (Nacional financiera), se verán los conceptos de la empresa como ente principal en el desarrollo de la investigación del presente proyecto, para lo cual, primeramente se verán algunas diferencias en cuanto dichos conceptos, ya que, al ser de autores distintos, servirán como base para poder llegar a una sola definición que



sea de utilidad para los fines perseguidos. Además se verá la clasificación de las empresas de acuerdo al criterio que establece NAFIN.

“La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que corresponda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa”. (GUZMÁN, citado por Méndez,1987: 236).

“Es la unidad productiva o de servicio, que constituida según aspectos prácticos o legales se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos”. (MÉNDEZ,1987: 236).

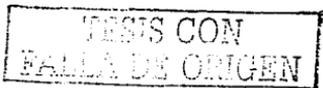
“Es la célula del sistema económico capitalista, es la unidad básica de producción, representa un tipo de organización económica que se dedica a cualquiera de las actividades económicas fundamentales en algunas de las ramas productivas de los sectores económicos” (NAFIN,1987:2)

De acuerdo con las definiciones anteriores se puede establecer la siguiente definición :

Es un ente económico-social, el cual combina los recursos, humanos, técnicos y materiales; que incluyen a su vez a los económicos, financieros y de capital, así como jurídicos, etc., para que, en su conjunto, produzcan bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades generales o sociales de un mercado, pretendiendo obtener generalmente un beneficio económico .

1.1.2. Elementos que la integran

Humano



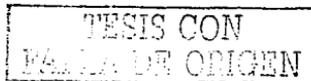
Son el elemento más activo en la empresa.

- ✓ Directores, cuya función básica es la de fijar los objetivos y políticas, aprobar los planes generales y revisar los resultados finales.
- ✓ Altos Ejecutivos, o sea, aquellos en quienes predomina la función administrativa.
- ✓ Los Técnicos, o sea, las personas que, con base en un conjunto de reglas o principios, buscan crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos, etc.
- ✓ Los Supervisores, cuya misión fundamental es vigilar el cumplimiento exacto de los planes y órdenes señalados.
- ✓ Los obreros, son aquellos cuyo trabajo es predominantemente manual, los cuales pueden ser clasificados en calificados y no calificados. Los empleados, cuyo trabajo es de categoría más intelectual y de servicio, conocidos también como oficinescos. (MENDEZ:1987,249)

Material

Integran a las empresas, sus edificios, instalaciones para realizar la labor productiva; la maquinaria, y, los instrumentos o herramientas que complementa a la maquinaria.

1. Las materias primas, son las que han de salir transformadas en productos; las materias auxiliares, son necesarias para la producción, así como los productos terminados; que forman parte del capital y se consideran parte de la empresa.



2. El efectivo, que es lo que se tiene como disponible para pagos diarios, urgentes. Además que la empresa posee como valor de todos los bienes como un capital constituido por, valores, acciones, etc. (Ibid:250)

Técnico

Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, personas, o éstas con aquellas; puede decirse que son los bienes inmateriales de la empresa.

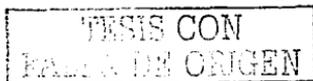
1. Existen sistemas de producción; como las fórmulas, patentes, métodos etc.; sistema de ventas, como el autoservicio, venta a domicilio, etc.; sistemas de finanzas, como por ejemplo, las distintas combinaciones de capital propio o prestado, etc.
2. Existen los sistemas de organización y administración, que consisten en la forma de cómo debe estar estructurada la empresa. (Ibid :250)

1.1.3. Clasificación

Existen diversas clasificaciones de las empresas, para el presente caso se tomó la clasificación establecida por Ana Migdelina Méndez Monge, así como la clasificación que establece NAFIN (Nacional Financiera).

La clasificación general y la más común de las empresas comprenderá los tres grupos siguientes:

Comerciales



Son aquellas cuya actividad consiste en realizar operaciones de compraventa, es decir, se constituyen en intermediarias entre el productor y el consumidor. Asimismo las empresas comerciales se pueden dividir en: mayoristas, al detalle y mixtas. (Ibid: 253)

Industriales

Son aquellas cuya actividad consiste en transformar la materia prima para producir artículos necesarios para la sociedad consumidora. Asimismo las empresas industriales se dividen en: Naturales, extractivas, de transformación, de construcción, y de características especiales. (Ibid: 256)

De servicios

Estas son las más importantes para la presente investigación ya que el proyecto de inversión es referente a un hotel, que es una empresa de servicios turísticos. Por tanto las empresas de servicio son aquellas que se dedican a prestar al público un servicio necesario. Atendiendo a la índole del servicio que prestan, estas empresas se pueden clasificar en: De suministro, de transporte, de comunicación, de información, de índole financiera y de servicios varios, esta última definición sería dentro de la cual se incluyen los hoteles como prestadores de servicios turísticos. (Ibid: 258)

De Servicios Varios

Son todas aquellas empresas de servicios que no están agrupadas dentro de ninguna clasificación dentro de la prestación de servicios común, y también dentro de esta sub-clasificación podemos encontrar a los hoteles, y pueden ser: empresas de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

espectáculos, centros educativos, centros deportivos, hoteles, restaurantes, etc.
(Ibid:260)

Para la clasificación que establece NAFIN existen varios elementos o criterios a tomar en cuenta y son:

- El número de trabajadores que emplea.
- Volumen de producción de ventas
- El valor del capital invertido, y,
- El consumo de energía.

De acuerdo a los elementos mencionados se establece la clasificación más común tomando como base el número de personas que emplea el tipo de empresa de que se trate, y que se puede aplicar como sigue:

ESTRATO

NÚMERO DE TRABAJADORES

	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO	Hasta 30	Hasta 5	Hasta 20
PEQUEÑA	De 31 a 100	De 6 a 20	De 21 a 50
MEDIANA	De 101 a 500	De 21 a 100	De 51 a 100
GRANDE	Más de 300	Más de 100	Más de 100

Fuente: Nafin 2002

1.2. HOTEL

1.2.1. Concepto

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

“Establecimiento dedicado al servicio de alojamiento que en su versión moderna es prototipo de establecimientos de hospedaje para turistas. Ofrece generalmente servicios complementarios: de alimentos y bebidas, de tintorería, de recreación, de áreas para fiestas y reuniones de trabajo, de atención médica, etc.; y, adicionalmente, los de agencias de viajes y arrendamiento de vehículos, de banco, de auxilio secretarial, de peluquería y salón de belleza, etc.; y la venta concesionada en tabaquería florería, regalos, etc. Albergue, casa de huéspedes, diversorio, condhotel, econhotel, fonda o restaurant, hostel, hostelaje, hostería, mesón, parador, pensión, posada, venta, etc’’. (ROMERO:1991,78).

Asimismo se define a un huésped como la persona que se aloja en casa ajena y se dice que es aquel cuyo bienestar depende de la intención de quien visita, por lo que se puede decir que de la calidez y confort del hotel depende la buena imagen que los huéspedes tendrán de éste. (ROMERO:1991,79).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.2.2. Agencia de viajes

Se toma este concepto por ser importante para el entendimiento integral del proyecto, además de qué, a las agencias de viajes se les considera como un factor muy importante para el funcionamiento y desarrollo de los hoteles en general. Se define a las agencias de viajes como a las empresas o negocios especializados e intermediarios que vinculan la oferta y la demanda de bienes y servicios turísticos para promover su consumo y, que además, organizan viajes y orientan a los turistas acerca de características, facilidades, modalidades y condiciones referentes a atractivos y

servicios turísticos y la mejor forma de disfrutarlos. Pueden ser detallistas o mayoristas. (ROMERO:1991,79).

1.2.3. Antecedentes de la hotelería a nivel nacional

La hotelería se originó a través de los mesones y las ventas las cuales se han ido desarrollando sobre la base de la nueva tecnología y a las necesidades del turista, tomando en cuenta los servicios que se proporcionan en otros países y tomando como referencia las distintas cadenas hoteleras que están establecidas en nuestro país. (www.miexamen.com.mx/)

La influencia de países europeos nos muestra una gama de sucesos interesantes que han dado origen a nuestra industria hotelera.

La actividad hotelera nace el 1° de diciembre de 1523 con el Sr. Pedro Hernández Paniagua, donde solicita permiso al cabildo de España para ofrecer en su casa "Pan y Vino", convirtiéndose sus propiedades en los primeros mesones. Los primeros mesones que existieron llevaban el nombre Villas Ricas del colonizador Francisco Aguilar que en octubre de 1525 obtuvo el primer permiso para hacer un mesón en el camino de Medellín y Veracruz.

En este mismo año el Sr. Don Juan de la Torre obtuvo permiso para hacer una venta en Tajimaron en la ciudad de Hidalgo, Michoacán y otros mesones. La diferencia que existió entre un mesón y una venta, es que un mesón ofrecía hospedaje

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a los viajeros dentro de la población y las ventas se encontraban ubicadas generalmente en las orillas o caminos fuera de la población.

Históricamente el servicio que se ofrece al viajero no ha tenido un cambio en cuestión de hospedaje a lo que se ofreció en la época colonial; en la actualidad los Hoteles y Moteles ofrecen al público exactamente lo mismo solo que en forma más completa y con una técnica administrativa más organizada.

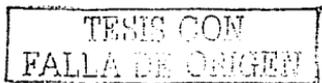
Los mesones y las ventas empezaron a ceder su lugar a los primeros Hoteles con el desarrollo de las comunicaciones, transporte, carreteras, etc.

En el siglo XIX debido al desarrollo de comunicaciones y medios de transporte fueron incrementando los hoteles pero en forma reglamentaria.
(www.miexamen.com.mx/)

1.2.4. Clasificación actual de los hoteles en México

El sistema de hospedaje de México, está constituido en su mayor parte por establecimientos hoteleros, que es la institución más popular.

Hay una forma de clasificar los hoteles, muy usada en Europa, y también empleada en México, considerando sus categorías, de una a cinco estrellas, de acuerdo a los servicios y calidad de los mismos, así como la capacitación y experiencia de los empleados que laboren en la empresa.



La categoría que se le otorga a cada hotel es expedida por SECTUR (Secretaría de Turismo), clasificándolos de la siguiente manera: Clase económica, de 1 a 5 estrellas y Gran Turismo.

El trámite para obtener la categoría se hace a través de un cuestionario solicitado a SECTUR y que será llenado por el prestador de servicios. Al final del cuestionario se obtiene la clasificación del puntaje obtenido. (www.miexamen.com.mx/).

1.2.5. Asignación actual de categorías por estrellas

Las categorías se asignan evaluando al hotel, los servicios que presta, las instalaciones e incluso a su personal de acuerdo a los cuadros mostrados a continuación, en el cuadro 1 se muestran los aspectos a evaluar como sigue:

CUADRO 1

ASPECTOS A EVALUAR EN HOTELERÍA	
Habitación	40 puntos
Servicios principales	25 puntos
Servicios complementarios	10 puntos
Instalación Física	15 puntos
Personal Administrativo y de Servicio	10 puntos
TOTAL	100 puntos

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para calificar cada uno de los renglones mencionados, se consideran algunos factores, evaluados parcialmente y desglosados en el cuadro 2 como se indica:

CUADRO 2

HABITACIÓN CON BAÑO Y CLOSET (40 PUNTOS)	
Espacio (de 12 m ² a 20 mts ² 6 más)	
Acondicionamiento del ambiente	
Aire acondicionado y calefacción	1)Calefacción Central 2)Calefacción individual 3)Ventilador
Recubrimiento del espacio	1)Alfombra o equivalente 2)Linoleum o equivalente 3)Tapetes
Equipos audiovisuales	1)Televisión blanco y negro o color 2)Radio AM y FM
Box Spring y Colchon	1)Calidad de primera 2)Calidad comercial 3)Colchon y tambor
Cortinas	1)Calidad de primera 2)Calidad comercial 3)Tipo Forrado
Comoda o tocador	1)Tipo selecto 2)Tipo comercial
Escritorio o mesa	
Teléfono	1) Directo 2) Conmutador
Buro	
Sillas y sillones	1)Tipo selecto 2)Tipo comercial
Recubrimiento de paredes	1)Pintura 2)Papel Tapiz 3)Recubrimiento con madera 4)Recubrimiento con corcho
Lamparas	
Objetos decorativos	1)Tipo selecto 2)Tipo comercial
Miscelaneos	1)Papeleria 2)Directorio de Servicios 3)Directorio Telefonico 4)Cerillos y ceniceros 5)Papel correspondencia, sobres y boligrafo 6)Bolsas de plastico multiusos

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

La categoría de 5 estrellas debe contar como servicios básicos los mencionados en el cuadro 3:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CUADRO 3

SERVICIOS PRINCIPALES (25 PUNTOS)
Restaurante
Caféteria
Salón de Banquetes y convenciones
Área Lobby
Servicio a Cuartos
Centro Nocturno
Alberca
Bar

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

A continuación en el cuadro número 4 se muestran algunos de los servicios adicionales con los que puede contar un hotel, esto principalmente para evaluar la categoría de 5 estrellas en la que se pueden ubicar los diferentes tipos de hoteles. Además de estos servicios, se pueden prestar otros de los cuales se pueden tener todos o no, dependiendo de cada empresa y su estructura u organización.

CUADRO 4

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (10 PUNTOS)
Peluquería
Salón de belleza
Tabaquería
Farmacia
Arrendadora de Autos
Agencia de viajes
Boutique
Cajas de seguridad
Servicio médico
Lavandería y Tintorería
Área de recreación
Área comercial

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Las instalaciones con las que debe contar un hotel de 5 estrellas se pueden calificar como se ve en el cuadro 5, el cual ilustra a continuación cuantos puntos se otorgan por cada uno de los servicios prestados, y en el estado en que se encuentran, ya que como se observa se da una máxima de 15 puntos en el caso de tener estos servicios con excelentes instalaciones:

CUADRO 5

INSTALACIÓN FÍSICA (15 PUNTOS)	
Ubicación	1) Excelente 2) Muy buena 3) Buena 4) Regular 5) Mínima
Calidad del inmueble	1) Excelente 2) Muy buena 3) Buena 4) Regular 5) Mínima
Estado de conservación	1) Excelente 2) Muy buena 3) Buena 4) Regular 5) Mínima
Instalaciones especiales	1) Excelente 2) Muy buena 3) Buena 4) Regular 5) Mínima

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

En el cuadro número 6 se muestra al personal administrativo y de servicios, con el cual debe contar principalmente un hotel de 5 estrellas para brindar un buen servicio a sus huéspedes; obviamente según el personal instalado en el hotel se dará la puntuación requerida.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 6

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIOS (10 PUNTOS)	
Director o Gerente Bilingüe	Personal especializado de mantenimiento
Subdirector o subgerente bilingüe	Personal de vigilancia y seguridad
Un subgerente por turno	Maitre de hotelería bilingüe
Director de alimentos o bebidas	Jefe de cocinas
Director bilingüe de banquetes	Capitán bilingüe de comedor
Director bilingüe de ventas	Meseros bilingües
Departamento de reservaciones	Ama de llaves
Director de Relaciones Públicas	Supervisora de habitaciones
Recepcionistas bilingües (uno por turno)	Camaristas en proporcion al número de cuartos
Gerente bilingüe de crédito	Capitan bilingüe de botones
Cajeros bilingües (caja general y cajas departamentales)	Botones bilingües uniformados (Servicio de Valet)
Jefe de mantenimiento	

Fuente:(www.miexamen.com.mx/)

Como se puede observar, en cada cuadro mencionado se detallan una cierta cantidad de puntos que se otorgan a los servicios de hotelería, de aquí la denominación en cuanto al número de estrellas, es decir, para clasificar un hotel, se tomaría el número total de puntos reunidos en los aspectos mencionados, como se indica en el cuadro 7:

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CUADRO 7

PUNTOS PARA DETERMINAR LA CATEGORÍA		
De 50 a 59 puntos	1 estrella	(*)
De 60 a 69 puntos	2 estrellas	(**)
De 70 a 84 puntos	3 estrellas	(***)
De 85 a 94 puntos	4 estrellas	(****)
De 95 a 100 puntos	5 estrellas	(*****)

Fuente: (www.miexamen.com.mx/)

1.2.6. Características y servicios actuales de los hoteles de cinco estrellas

La Secretaría de Turismo define esta categoría como empresas de servicios cuya administración debe ser especializada, y cuyo personal debe tener un equipo ejecutivo amplio, donde debe haber división funcional de labores ejecutivas y operativas.

La variedad que ofrece un hotel a sus huéspedes es normalmente lo que determina el número de estrellas o la clasificación que le asigna a un hotel. Estos proporcionarán servicios principalmente a personas que consideren la calidad más importante que el precio. Además se clasifican así específicamente porque proveen alimentación en uno o varios restaurantes o cafeterías, cuentan con un bar música y entretenimiento, servicio de alimentos a las habitaciones durante las 16 horas locales comerciales, personal directivo, de supervisión y operativo bilingüe (inglés-español), personal de servicio Atención al huésped las 24 horas al día, perfectamente uniformados, su amueblado, acabado e instalaciones son de calidad selecta, cuenta con recepción, lobby, estacionamiento, habitación privada, closet en habitación, baño, aire acondicionado, televisor, antena parabólica, cable, teléfono en habitación, servicios para discapacitados, lavandería y tintorería, servicio a habitaciones, niñera, servicio médico, cajas de seguridad, cambio de moneda, sistema de reservaciones, servicio de correo, restaurante de especialidades, servicio de correo, restaurante de especialidades, restaurante-cafetería, bar, centro nocturno, salón de banquetes y

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

convenciones, alberca, gimnasio, cancha de tenis, área de juegos, mesas infantiles, agencia de viajes y locales comerciales.

Los hoteles de cinco estrellas deben contar con 340 puntos y los requisitos que debe cumplir son los siguientes servicios a través de los cuales se reunirá dicha cantidad de puntos:

- ✦ Superficie de la habitación
- ✦ Mobiliario y servicio de la habitación
- ✦ Instalaciones; sanitario en la habitación
- ✦ Número y características de los ascensores
- ✦ Características del área de recepción y administración
- ✦ Establecimiento de alimentos y bebidas o de espectáculos
- ✦ Servicio e instalaciones complementarias y recreativas
- ✦ Áreas comerciales
- ✦ Condiciones de seguridad e higiene
- ✦ Servicio de mantenimiento y conservación

(www.miexamen.com.mx/)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.2.7. Antecedentes y actualidad de la actividad hotelera a nivel nacional

Algunos datos importantes de años pasados se refieren a que la industria hotelera continua en plena expansión. Entre 1995 y el año 2000 solo de los principales

grupos de inversionistas en México, las nuevas habitaciones hoteleras de calidad turística sumaron más de 39.000 unidades, lo que representara un incremento de cerca del 10% respecto de 1994. (www.sectur.gob.mx/)

En base al análisis de la inversión de los principales grupos, se observa que el crecimiento se esta dando principalmente en dos segmentos. 1) hoteles de playa, y 2) en hoteles de ciudad, principalmente en hoteles dirigidos al segmento de viajeros de negocios, lo cual es una gran oportunidad de desarrollo turístico en Michoacán pero, sobre todo en Uruapan, ya que es algo que, según especialistas se debe aprovechar y explotar al máximo teniendo en cuenta las nuevas empresas, los programas adecuados y alianzas de comercialización. (www.sectur.gob.mx/)

El 24 de julio de 2001, la Secretaría de Turismo informó que durante los primeros cinco meses de ese año la captación de divisas por esa actividad en México ascendió a 3957 millones de dólares, 9.7% más respecto del mismo lapso del año pasado, fundamentalmente por la afluencia de visitantes estadounidenses. El número de turistas extranjeros totalizó 9 millones (6% más). La dependencia precisó que el empleo en ese sector se mantuvo sin variación, con 1.9 millones de puestos de trabajo formales, mientras la ocupación hotelera descendió ligeramente, de 62.19 a 61.43 por ciento. (www.bancomext.com).

1.2.8. Antecedentes de la Actividad hotelera en Uruapan

La investigación acerca de la historia de la actividad hotelera en Uruapan está basada en la plática sostenida con el Sr. Carlos Villalobos, quien es actualmente el

dueño del que fuera el Hotel Progreso en Uruapan, ubicado en la calle 5 de Febrero en el centro de la ciudad el cual, de acuerdo con lo narrado por él, en Uruapan dicho Hotel fue de los primeros establecidos en el estado de Michoacán a principios del siglo pasado.

Hasta antes del siglo XX en Uruapan, no existían los hoteles, como actualmente se les conoce, es decir, el desarrollo de la actividad como tal, hoteles con comodidades especiales.

Anteriormente, más o menos a finales del siglo XIX, lo que se conocía como casas de hospedaje u hostelerías en Uruapan se les llamaba comercialmente "mesones", debido a que la gente que visitaba Uruapan, no eran turistas propiamente dichos, sino gente que acudía a la ciudad por necesidad comercial, agrícola, etc., además de que dichas personas se trasladaban de un lugar a otro en mulas, caballos y carruajes que era el tipo de transporte más común en aquella época. Entre algunos de los mesones más importantes de ese tiempo se encuentran "El mesón de la Trinidad", otro que se ubicaba en la calle Cupatitzio, "El paso preciso" en la calle Manuel Ocaranza, a éste último se le llamaba así, debido a que era el paso obligado para llegar al cementerio municipal.

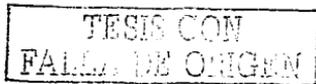
Posteriormente surgieron las casas de asistencia, las cuales ya fueron habilitadas para dar hospedaje de mejor manera, las cuales serían las precursoras de lo que ahora conocemos como hoteles. La mayor parte de estas casas de asistencia se encontraban en el centro de la ciudad, por ejemplo, una se ubicaba en la actualmente Plaza Uruapan en la calle 5 de Febrero llamada "Palacio", otra se ubicaba en la

ESTADO DE MICHOACÁN
FALLA DE ORIGEN

esquina que forman las calles de 5 de febrero y Obregón en el centro, y se denominaba "Oriente".

Después, a principios del siglo XX en época de la Revolución, entre los años 1910 y 1913, surge en lo que anteriormente fuera una finca, el Hotel Progreso, ya proyectado para brindar servicios de hotel exclusivamente y sin las adaptaciones de una casa común como las que existían en esa época, aunque no contaba con el servicio de baño, pero sí con instalaciones propias de un hotel de acuerdo a la época, éste fue uno de los primeros de esos años en Uruapan y Michoacán. Posteriormente con el paso de los años se fueron mejorando y adecuando las instalaciones del hotel progreso de acuerdo con las necesidades que se iban presentando, ya que, conforme transcurría el tiempo el hotel logró tener éxito, por lo cual se instalaron más habitaciones y servicios, que no eran como los actuales pero que, poco a poco se fueron incrementando en los años 30's y 40's, paralelos al desarrollo del país, del estado y de Uruapan, ya que fueron surgiendo otros hoteles en la ciudad como el hotel Palacio y el hotel Mirador, en los cuales ya se fueron incrementando y mejorando los servicios, además de que los dueños contaban ya con personas que hablaban el inglés para dar un mejor servicio.

Así es como se empezó a desarrollar la actividad hotelera en la ciudad de Uruapan desde los servicios más rudimentarios hasta los actualmente más sofisticados, modernos y cómodos que hacen que los turistas vengan a visitar Uruapan por placer y descanso y no solo por negocios.



1.2.9. Análisis de la ocupación hotelera actual en Uruapan

La ciudad de Uruapan, cuenta con seis hoteles de tres estrellas y siete hoteles de cuatro estrellas, como se observa en el cuadro 8, la ocupación hotelera anual, la oferta de habitaciones así como el nombre y la categoría, fueron proporcionados por la Secretaría de Turismo en Uruapan, a través de su titular la Lic. Silvia Huanosto.

CUADRO 8

OCUPACIÓN HOTELERA DURANTE EL EJERCICIO 2001	OCUPACIÓN ANUAL %
HOTEL PLAZA	56.18
HOTEL VICTORIA	57
HOTEL MANSIÓN DEL CUPATITZIO	65
MOTEL PIE DE LA SIERRA	50
HOTEL NUEVO ALAMEDA	69.12
HOTEL CONCORDIA	55
OFERTA HOTELERA	HABITACIONES
H. PLAZA	35
H. VICTORIA	120
H. MANSIÓN DEL CUPATITZIO	80
MOTEL PIE DE LA SIERRA	57
H. NUEVO ALAMEDA	74
H. CONCORDIA	45
	71
TOTAL DE HABITACIONES DISPONIBLES	447

FUENTE: SECTUR 2002.

En el siguiente cuadro, se muestra el porcentaje que ocupan dentro del mercado en Uruapan los hoteles con mayor presencia y participación:

TESTES CON
BASE DE ORIGEN

CUADRO 9

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	
HOTELES Y MOTELES	PORCENTAJE
PLAZA MANSIÓN	15%
MANSIÓN DEL CUPATITZIO	17%
VICTORIA	15%
PIE DE LA SIERRA	13%
NUEVO ALAMEDA	19%
CONCORDIA	15%

FUENTE: SECTUR 2002.

En promedio, los hoteles de Uruapan mantienen una ocupación del 60% de su capacidad, aunque cabe destacar que esto es un promedio anual según los datos otorgados por la Secretaría del Turismo en la Ciudad de Uruapan, por lo que observamos que se tiene afluencia de turismo importante en la zona, debido a esto, falta en la ciudad un hotel que cubra las necesidades de los visitantes que buscan otros destinos para su hospedaje, llegando a Uruapan solo de paso.

A pesar de la poca difusión en el mercado turístico por parte de las autoridades del estado y de la Ciudad, los hoteles tienen una importante participación a causa de las festividades de ciertas temporadas a pesar de que, ofrecen solo los servicios indispensables a los visitantes.

1.2.10. Análisis de la necesidad hotelera actual en Uruapan

Con los datos proporcionados por la Secretaría de Turismo en Uruapan podemos establecer que, en la Ciudad de Uruapan, se cuenta con 13 hoteles en los

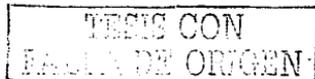
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

cuales se concentran los mejores servicios; de los cuales 6 son de cuatro estrellas, que, se pueden mencionar como de alta categoría, mientras que 7 son de tres estrellas. Se destaca el que, en la ciudad no contamos con servicios de un hotel de cinco estrellas, ya que no lo hay, aun teniendo las características de una Ciudad con una importante Afluencia Turística.

De acuerdo con la plática sostenida con el Sr. Carlos Villalobos, así como la investigación y análisis con ayuda de la Secretaría de Turismo de Uruapan se obtuvieron los resultados ya expuestos, y, se puede concluir que, el establecimiento de las primeras empresas de la industria hotelera en la Ciudad de Uruapan fue realizada hace muchos años; por lo que los hoteles de la Ciudad en la actualidad son antiguos en su totalidad y no ofrecen espacios recreativos al turista, a través de todos los servicios que se requieren.

Se puede ver que la derrama económica que se puede generar a través del establecimiento de hoteles de nueva creación, depende del empuje y apoyo que se tenga por parte del sector gubernamental, de la difusión que las autoridades hagan de nuestro estado, en realidad, esto beneficia a los habitantes de la región en el establecimiento de nuevos empleos y generación de riqueza para la población Uruapense.

Ya que Uruapan requiere inversión externa, servicios bien remunerados y competencia entre los que existen, se considera la necesidad que tiene la localidad por la creación de empresas que generen ingresos tanto a los habitantes de la localidad como para las autoridades municipales.



Con base en estas cifras y datos obtenidos se considera que no sólo es necesaria sino también importante la creación de lugares que permitan el verdadero esparcimiento de los visitantes de Uruapan, y por que no, la distracción de las personas de la localidad, aprovechando que tenemos aún recursos naturales como ventaja competitiva. Cabe destacar que otros estados han hecho más con menos recursos, y aprovechando su poca vegetación y sus lugares con poco atractivo han logrado hacer de las ciudades importantes centros de esparcimiento.

Uruapan, es un lugar bello no solo en vegetación, sino en las costumbres y tradiciones, en clima, en hidrología y sobre todo la calidez de su gente hace de nuestra ciudad sea cada vez, más visitado por turistas principalmente de otros estados de la República, a quienes les llama la atención la riqueza natural e histórica que tiene la ciudad y la región.

1.3. TURISMO

1.3.1. Aspecto Conceptual

En lo referente al turismo, y sus generalidades, se investigó en base al autor Miguel Ángel Acerenza, del cual se tomaron algunas de sus definiciones y clasificaciones acerca del Turismo para desarrollar este primer capítulo, así como para determinar conclusiones y definiciones propias.

Existen varios significados para el Turismo, y son, dependiendo de la función que éste desempeñe en cada caso y según las personas que intervienen en él, y

obviamente dada su característica de complejidad. Se diferencian el aspecto conceptual del técnico según la apreciación del autor consultado.

La definición general y conceptual del turismo que nos permita diferenciarlo de otras actividades será la siguiente:

“Es un fenómeno de los tiempos actuales, basado en la creciente necesidad de recuperación y cambio de ambiente, el conocimiento y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza y es, en particular, producto de la creciente fusión entre naciones y países de la sociedad humana, como resultado del desenvolvimiento del comercio, la industria y los mercados y el perfeccionamiento de los medios de transporte”. (ACERENZA, 1983:22).

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias, no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. (HUNZIKER, citado por Acerenza, 1983:22).

En la práctica, el turismo no es más que una forma particular del uso del tiempo libre y una forma particular de la recreación y se relaciona esencialmente con el placer, el descanso y la recreación.

Al turismo también lo integran las formas de recreación que pueden realizar las personas, y, por tanto entenderemos por recreación, cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este en uso, y que se realice con una actitud placentera.

obviamente dada su característica de complejidad. Se diferencian el aspecto conceptual del técnico según la apreciación del autor consultado.

La definición general y conceptual del turismo que nos permita diferenciarlo de otras actividades será la siguiente:

“Es un fenómeno de los tiempos actuales, basado en la creciente necesidad de recuperación y cambio de ambiente, el conocimiento y la apreciación de la belleza escénica, el goce del contacto con la naturaleza y es, en particular, producto de la creciente fusión entre naciones y países de la sociedad humana, como resultado del desenvolvimiento del comercio, la industria y los mercados y el perfeccionamiento de los medios de transporte”. (ACERENZA, 1983:22).

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias, no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”. (HUNZIKER, citado por Acerenza, 1983:22).

En la práctica, el turismo no es más que una forma particular del uso del tiempo libre y una forma particular de la recreación y se relaciona esencialmente con el placer, el descanso y la recreación.

Al turismo también lo integran las formas de recreación que pueden realizar las personas, y, por tanto entenderemos por recreación, cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este en uso, y que se realice con una actitud placentera.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.3.2. Aspecto Técnico

Al igual que pasa con el aspecto conceptual del turismo, desde el punto de vista técnico existen, varias definiciones sobre el turismo, como la que es para fines estadísticos, para fines comerciales, para fines económicos y otra para fines jurídicos.

Definición para fines estadísticos

“Turista debe ser interpretado, en principio, como significativo de toda persona que viaje durante veinticuatro horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual”. (Comité de expertos en Estadísticas de la Sociedad de Naciones, citado por Acerenza,1983:26).

“Turista es aquel visitante que permanece por lo menos veinticuatro horas en el país visitado, y cuyos motivos de viajes pueden ser:

- ✓ Descanso (recreación, vacaciones, salud, estudios, religión y deportes).
- ✓ Negocios, familiares, misión oficial, reuniones.

Excursionista, visitante temporario cuya permanencia no sobrepasa las veinticuatro horas en el país visitado (comprenden a los viajeros en cruceros). (Comité de Estadísticas de las Naciones Unidas, citado por Acerenza,1983:27).

Definición para fines comerciales

“Turismo; el negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros”, y por tanto, el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento, e indirectamente, virtualmente a toda la industria y negocios en el mundo”.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Definición para fines económicos

"El turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista, en y fuera de un determinado municipio, país, o estado".

"No puede elaborarse un concepto formal del "sector turístico", pero sí puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales". (Secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, citado por Acerenza, 1983: 28).

"Para efectos la ley de Turismo, se entiende que el turismo comprende el conjunto de actividades que se originan por quienes de propia voluntad viajan o se proponen viajar, preponderantemente con propósitos de recreación, salud, descanso, cultura, o cualquier similar". (Ley Federal de Turismo, 2000: 29).

1.3.3. Clasificación Básica

Los factores considerados para establecer la clasificación básica del turismo son: el lugar de residencia del turista y su desplazamiento. Se puede clasificar en Turismo Nacional o Turismo Internacional:

El Turismo Interno, doméstico o turismo nacional, se refiere a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país, fuera de su domicilio particular, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país.

El Turista nacional es toda persona con cualquier nacionalidad, que reside en un país y que se traslada a un lugar situado en ese mismo país.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otro tipo es el Turismo Externo o Internacional, que se refiere a los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país diferente.

1.3.4. Otras Clasificaciones

El turismo puede ser clasificado de acuerdo con algunas de sus principales características como pueden ser la forma del viaje (que puede clasificarse en turismo individual o turismo de grupo). Existe por ejemplo el turismo especializado que se refiere a motivaciones ligadas con la emoción, aventura o con el Interés científico y se puede dividir en: turismo de montaña, turismo de ríos y turismo científico.

Otro tipo de turismo es el Turismo de afinidad, o de interés común, que se caracteriza por ligarse a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica y a su vez, puede dividirse en: turismo de congresos y convenciones, turismo religioso o turismo de incentivos.

Después de haber estudiado el fenómeno del turismo, este se puede definir como una actividad que realizan las personas donde la característica esencial es su traslado de un sitio habitual a otro que no lo es, con la finalidad ya sea del descanso, la distracción, el esparcimiento y las preferencias personales que cada quien tenga en cuanto a la utilización de su tiempo libre.

1.3.5. Turismo a nivel nacional e internacional

Lo que a continuación se describe, acerca de la actividad turística y de la hotelería internacional, nacional y local, así como las tablas estadísticas de hoteles y turismo se investigó de la página de internet de la Secretaría de Turismo de México www.sectur.gob.mx/.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Después del desarrollo de estos antecedentes se hace una alusión más específica a 1923 cuando se creó la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, cuyo primer Presidente fue Don Lucas de Palacio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Ya en el año de 1992, aparecieron los primeros grupos organizados de turistas, naciendo por tanto las asociaciones relacionadas con la prestación de servicios para proteger los intereses, y velar por la seguridad y bienestar de los turistas. (www.miexamen.com.mx/)

Actualmente el 98% del valor de la industria turística mexicana se compone de alojamiento, transporte y restaurantes, lo cual refleja el inmenso potencial que existe para el desarrollo de proyectos enfocados al entretenimiento. (www.sectur.gob.mx).

1.3.6. Realidad del Turismo en Uruapan

De acuerdo a lo investigado en la Secretaría de Turismo en Uruapan y en plática sostenida con su titular la Lic. Silvia Huanosto, se explica el hecho de que el turismo en la Ciudad de Uruapan ha sido más bien fortuito, ya que no ha sido posible atraer turismo a la Ciudad tan sólo por el hecho de tener lugares importantes, cultivables, o una Ciudad limpia que ofrezca los mejores servicios al turismo que nos visita. Además de que, el turismo que más llega a la ciudad suele ser el denominado religioso, y que no genera mayor derrama económica, puesto que no se hospedan en los hoteles, muchas de las veces, y duermen en los mismos transportes en los que llegan, por lo cual es importante observar esto para poder realizar un plan estratégico y atraer otros tipos de turismo, como el alternativo o de aventura, deportivo, de

negocios o el histórico, ya que Uruapan, cuenta con muchas riquezas históricas y naturales que son de gran atractivo para los visitantes, o hacer que el turismo religioso pueda quedarse en un hotel que sea un poco más accesible y, así generar la derrama y recursos económicos que esperan todos los habitantes de Uruapan.

Aunque en Uruapan se tiene una asociación de hoteles y moteles, si vienen visitantes a la ciudad, es, en mayor medida por el turismo que atrae la difusión de lugares turísticos a nivel estatal, por que Michoacán cuenta con mucha vegetación, lo que para las personas que nos visitan es novedoso y diferente a los lugares de donde vienen. Así que en estos aspectos es donde la Secretaría de Turismo del estado y municipal están tratando de hacer más por difundir los atractivos de la ciudad y se ve el que, se puedan realizar campañas de mayor intensidad y difusión y que esto, aunado el promover la afluencia se puedan también conservar las riquezas que se tienen no sólo en Uruapan sino en todo el estado.

1.3.7. Tipos de Turismo en Uruapan

- ✓ Turismo religioso (tercera edad)
- ✓ Turismo deportivo (jóvenes)
- ✓ Turismo de negocios (clase media alta).
- ✓ Turismo de aventura (c/ mochila)
- ✓ Turismo histórico
- ✓ Turismo arquitectónico
- ✓ Turismo rural (clase media y baja)

FUENTE: SECTUR de Uruapan, Michoacán 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se han determinado en este primer capítulo, los aspectos más importantes para el proyecto que se pretende llevar a cabo, y, se concluye que, lo visto en este primer capítulo acerca del turismo, la actividad turística, hotelera entre otros datos importantes de la ciudad de Uruapan, revisten gran importancia debido a que la hotelería y el turismo en sí, son grandes generadoras de ingresos hacia la localidad en la cual se desarrollan; y en el caso de Uruapan se tienen ventajas, y esto porque, a través de la elaboración de proyectos de inversión se pueden desarrollar fuentes de recursos y de empleos que beneficien a la población en general.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO II

2. PROYECTOS DE INVERSIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO

A continuación se verán los conceptos, tipos, objetivos, partes, origen, etapas y otros datos acerca de los proyectos de inversión, y, para esto se tomaron como referencia básica a los autores: Alfonso Martínez Cortazar y Gabriel Baca Urbina, entre otros, para dar una idea acorde al desarrollo de la investigación, de, qué son los proyectos de inversión, como se pueden dividir, cómo surgen, y, quienes fueron los primeros en realizarlos.

2.1. CONCEPTOS Y TÉCNICAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

La formulación y evaluación de proyectos de inversión es una técnica relativamente reciente, se encuentra dentro de la programación de inversiones y forma parte de los planes económicos y de las inversiones a largo plazo.

2.1.1. Concepto

Existen diferentes definiciones de lo que es un proyecto, algunos de los más sencillos pueden ser:

1. Designio o pensamiento de ejecutar algo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. Plan y disposición que se forma para un tratado, o para la ejecución de una cosa de importancia.
3. Conjunto de diseños, planos y cálculos, plantas, alzados, perspectivas, etc., que determinan todo lo necesario para la construcción de una obra arquitectónica.

Un proyecto de inversión implica otras cuestiones dentro de su concepto por lo que, podemos ver a algunos de éstos, de acuerdo a con autores

“Es un conjunto de planes detallados que se presentan con el fin de aumentar la productividad de una empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable” (BACA,1999:2).

“El proyecto de inversión se puede describir como un plan, que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general” (BACA,1999:2).

“Es una unidad microeconómica o microsociaI cuyo significado concreto siempre depende de una estrategia general del desarrollo y que no puede analizarse, si no está relacionado con la estrategia general” (MUSTO, citado por Cortazar:12).

Dado lo anterior, se puede entender como definición propia del proyecto de inversión la siguiente: *Los proyectos de inversión son planes específicos a los cuales se les aplican recursos financieros, sociales, de servicios, entre otros, para realizar u optimizar la producción de un bien o servicio, satisfaciendo a un demandante y tomando decisiones de inversión que concuerden con los objetivos de un ente económico, incluso que ayuden a la solución de problemas que se presenten en el mismo, sobre todo de una necesidad humana.*

2.1.2. Origen

Existen cuatro necesidades básicas con las que se puede saber porqué surgen los proyectos:

- 1) Por la demanda de un producto
- 2) Por la necesidad de nuevos productos
- 3) Por la sustitución de importaciones
- 4) Por el desarrollo y avance tecnológico.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El estudio de un proyecto surge como respuesta a una "idea" que busca la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad. Un análisis preliminar de la situación debe permitir un juicio, también preliminar, de la posibilidad de concretar la idea en una acción. Algo fundamental en esta etapa es la identificación de posibles opciones de solución. Con la evaluación de cada una de ellas se podrá elegir la más conveniente para el inversionista o la sociedad. Una alternativa importante podrá ser siempre no hacer nada. Esto se conoce como la situación base o situación sin proyecto. (CORTAZAR,1993:13).

Como antecedente se puede mencionar que en México, concretamente en Monterrey, Puebla, Guadalajara y el Distrito Federal, se elaboraron documentos de proyección para asegurar las inversiones realizadas principalmente por empresas estadounidenses y europeas.

El primer documento que se editó en México, fue el "Manual de proyectos de desarrollo económico" en 1958, coordinado por el Ing. Julio Melnick y fue útil para formular y evaluar proyectos de inversión pública. (CORTAZAR,1993:15).

2.1.3. Tipos

Producción de bienes:

Encontrados en los sectores agrícolas, mineros, forestales, industriales, entre otros.

Infraestructura:

1. Económica

Deniro de los sectores de Energía, transporte y comunicación.

2. Social

Cuyos sectores son: educación, vivienda, organización comunitaria, saneamiento, ecología ambiental, alcantarillado, abastecimiento de agua, entre otros.

Prestación de servicios:

Los cuales se clasifican en: personales, técnicos, institucionales, financieros, entre otros. (CORTAZAR,1993:18)

2.1.4. Objetivos

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que este sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

2.1.5. Etapas

ESTUDIO GENERAL DE GRAN VISIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de esta etapa se busca la asociación de la satisfacción de necesidades humanas, y nuevas oportunidades de inversión que traigan como consecuencia el fortalecimiento de la empresa. Tiene a su vez los siguientes pasos:

- a) Identificar el objetivo
- b) Detección de los posibles obstáculos
- c) Determinación de fuerzas y debilidades

PROYECTO PRELIMINAR

También llamado estudio de prefactibilidad, el cual consiste en un análisis que incluye investigaciones de mercado pronóstico de ventas, estimación del volumen de producción, determinación de la capacidad de la producción, proceso de fabricación, requerimientos de insumos para producción; situaciones que, permiten establecer la disponibilidad de los recursos permitiendo la estimación de la inversión inicial y la determinación de los flujos de efectivo necesarios para el cálculo del rendimiento. Incluye los siguientes pasos:

- a) Antecedentes del proyecto
- b) Estudio de \bar{m} ercado
- c) Estudio técnico
- d) Estudio financiero
- e) Evaluación del proyecto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PROYECTO DEFINITIVO

También llamado estudio de factibilidad, y se trata de la realización del proyecto, esta etapa enfatiza los elementos que hace una valoración de la situación

económica general, la situación detallada del mercado (tanto consumidor como el de materias primas), ingeniería básica, recursos humanos, organización, determinación de costos y cálculo de indicadores financieros, así como el análisis de sensibilidad.

Puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano como: la educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.1.6. Contenido

Dentro de la etapa de Proyecto Preliminar se encuentran cuatro partes importantes que deben contener los proyectos de inversión además de la metodología de la investigación, estas partes son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero; y se describen a continuación.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

A continuación se explicará el estudio de mercado de un proyecto como una de las partes más importantes y complejas a realizar. Para esta parte del desarrollo teórico se tomó como base al autor Gabriel Baca Urbina, el cual, concentra su atención y análisis hacia el consumidor o cliente, en la cantidad de productos o servicios que éste demandará, los mercados internos y externos, proveedores, competidores y distribuidores.

El estudio de mercado debe ser la base sólida para el estudio de un proyecto de inversión dado, ya que proporcionará datos básicos para las demás partes del estudio. Debe permitir definir la situación actual con y sin el proyecto, y un estudio proyectado que concluya cual será el mercado particular que pueda tener la empresa en cuestión, con la determinación de su estrategia comercial que es muy importante para nuevos productos y servicios, ya que, permitirá definir el precio o costo de servicio así como los márgenes de utilidad que la empresa que realice el proyecto deseé obtener.

El estudio de mercado responde a preguntas como: ¿Qué producir?, ¿Para quién producir?, ¿Cuánto producir?, ¿A que precio?, ¿Cómo producir?, ¿Cuándo producir?, ¿Dónde producir?, ¿Quiénes producen lo que se desea producir?, etc.

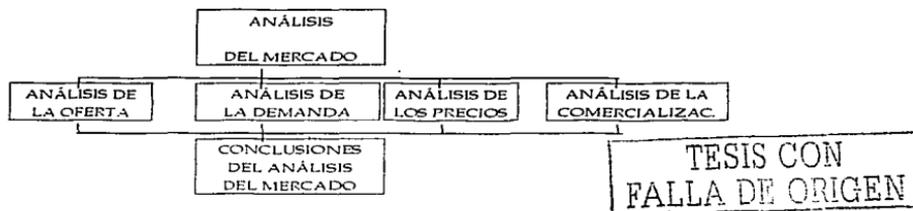
Mediante el estudio mercado se pueden determinar aspectos como son, la identificación del producto o servicio, análisis de la oferta y la demanda de dicho producto o servicio, proyección de las variables que influyen por medio de gráficas y su interpretación así como un adecuado diseño de la investigación que se haya realizado, y, por ultimo programas de producción y venta, así como la comercialización.

2.2.1. Concepto de Mercado

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”(BACA, 1993:14)

2.2.2. Estructura de análisis

Para el análisis del mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que conforman la sig. Estructura:



La investigación realizada debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, y, al final se debe determinar si las condiciones del mercado son las mejores para el proyecto de inversión.

La investigación debe tener las siguientes características:

- A. La recopilación de la información debe ser sistemática.
- B. El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- C. Los datos recopilados siempre deben constituir información útil.
- D. El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir de base para tomar decisiones.

La investigación de mercado tiene una aplicación amplia, como en las investigaciones sobre publicidad, ventas, precios, diseño y aceptación de envases, segmentación y potencialidad del mercado, etcétera. Si se trata de un servicio nuevo, muchos estudios de los ya mencionados no son aplicables, ya que el servicio aún no

se presta. En cambio, las investigaciones se realizan sobre servicios similares ya existentes, para tomarlos como referencia en las siguientes decisiones aplicables en la evolución del nuevo servicio:

- A. Cuál es el medio publicitario más usado en productos o servicios similares al que se propone lanzar al mercado.
- B. Cuáles son las características promedio en precio y calidad.
- C. Qué tipo de envase de envase es el preferido por el consumidor
- D. Qué problemas actuales tienen tanto el intermediario como el consumidor con los proveedores de artículos similares y qué características le pedirían a un nuevo productor o proveedor.

Con el estudio de mercado puede obtenerse información de la situación real, y probabilidades de éxito o fracaso del mercado en el cual se pretende introducir un servicio.

2.2.3. Pasos a seguir en la investigación

A. Definición del problema.

Se debe tener un conocimiento completo del problema. Para que el planteamiento de solución sea correcto. Siempre hay varias alternativas de solución y todas deben observarse por sus posibles consecuencias

B. Necesidades y fuentes de información

Existen dos tipos de fuentes de información:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Las fuentes primarias, que consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas, y,

Las fuentes secundarias, que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema, ya sea en estadísticas gubernamentales (fuentes secundarias ajenas a la empresa) y estadísticas de la propia empresa (fuentes secundarias provenientes de la empresa). Se debe saber exactamente cual es la información que existe y con esa base decidir donde realizará la investigación.

C. Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos.

Si se obtiene información por medio de encuestas habrá que diseñar éstas de manera distinta a como se procederá en la obtención de información de fuentes secundarias.

Procesamiento y análisis de los datos.

Una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquier tipo de fuente, se debe procesar y analizar.

Informe.

Ya procesada la información adecuadamente, solo faltará al investigador rendir su informe, el cual deberá ser veraz, oportuno y no tendencioso.

2.2.4. Definición del producto o servicio

Aquí se debe hacer una descripción exacta del producto o el servicio, que se pretenda ofrecer. Esto debe ir acompañado en el caso de la prestación de un servicio en particular, de todas las normas dictadas por las diferentes dependencias

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

autorizadas que correspondan para tal servicio, características, señalamientos, dibujos de instalaciones, pruebas, etc. de dicho servicio a prestar.

2.2.5. Análisis de la demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Ibid:17)

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto o servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc.

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado (básicamente investigación estadística e investigación de mercado).

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

$Demanda = CNA = Producción nacional + Importaciones - Exportaciones$

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cuando existe información estadística se puede conocer cual es el monto y el comportamiento histórico de la demanda. Cuando no existen estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos o servicios, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

Existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue: En relación a su oportunidad, existen dos tipos:

- a. Demanda insatisfecha, aquella en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b. Demanda satisfecha, aquella en la que lo que se ofrece al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

Satisfecha saturada : Aquella que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

Satisfecha no saturada : Aquella que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación a la necesidad, se encuentran dos tipos:

- a. Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- b. Demanda de bienes no necesarios o de gusto, que es prácticamente el llamado consumo suntuuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina, y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a. Demanda continua, aquella que permanece durante largos períodos de tiempo, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo no irá en aumento mientras crezca la población..
- b. Demanda cíclica o estacional, aquella que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etc.

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a. Demanda de bienes finales, que son aquellos adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b. Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

2.2.5.1. Recopilación de información de fuentes secundarias

Son fuentes secundarias las que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa, y otras. Se pueden utilizar dichas fuentes porque pueden solucionar el problema sin

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

necesidad de que se obtenga información de fuentes primarias, y, sus costos de búsqueda son muy bajos, además de que, aunque no resuelva el problema puede ayudar a formular una hipótesis sobre la solución y contribuir a la planeación de la recolección de datos de fuentes primarias.

Existen dos tipos de información de fuentes secundarias:

1. Ajenas a la empresa, como las estadísticas de las cámaras sectoriales, del gobierno, las revistas especializadas, etc.
2. Provenientes de la empresa, como lo es toda la información que se reciba a diario por el solo funcionamiento de la empresa, como son las facturas de ventas. Esta información puede no sólo puede ser útil, sino la única disponible para el estudio.

2.2.5.2. Métodos de proyección

Los cambios futuros, no sólo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios, pueden ser conocidos con cierta exactitud si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para lo cual se usan las llamadas series de tiempo, pues lo que se desea observar es el comportamiento de un fenómeno respecto del tiempo.

Existen cuatro patrones básicos de tendencia de fenómeno en el tiempo: la tendencia secular surge cuando el fenómeno tiene poca variación en largos períodos, y puede representarse gráficamente por una línea recta o por una curva suave; la variación estacional, que surge por los hábitos o tradiciones de la gente o por



condiciones climatológicas; fluctuaciones cíclicas, que surgen principalmente por razones de tipo económico, y los movimientos irregulares, que surgen por cualquier causa aleatoria que afecta al fenómeno.

La tendencia secular es la más común para el estudio de la demanda y oferta. Para calcular una tendencia de este tipo se puede usar el método gráfico, el método de las medias móviles y el método de mínimos cuadrados.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.5.3. Recopilación de información de fuentes primarias

Las fuentes primarias de información se constituyen por el propio usuario o consumidor del producto o servicio, de manera que, para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo; se puede hacer en tres formas:

1. Observar directamente la conducta del usuario:

Es el llamado método de observación, que consiste en acudir a donde está el usuario y observar la conducta que tiene. Este método se aplica normalmente en tiendas de todo tipo, para observar los hábitos de conducta de los clientes al comprar.

2. Método de experimentación:

En este método se obtiene información directa del usuario usando y observando cambios de conducta. Se llama método experimental porque trata de descubrir relaciones causa-efecto.

Estos métodos tienen poca aplicación para la evaluación de un proyecto, ya que ambos se aplican a productos o servicios ya existentes.

3. Acercamiento y conversación directa con el usuario.

Se puede evaluar un producto o servicio nuevo, para determinar qué le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales que hay en el abastecimiento o prestación de productos y servicios, y la mejor forma de saberlo es preguntando directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

Esto se puede hacer por correo, por teléfono o con entrevistas personales. Este último método es el mejor, pero también es el más costoso.

Independientemente de la forma que se use, existen principios básicos para el diseño de un cuestionario. La persona que vaya a aplicar las encuestas por medio de cuestionarios debe tomar en cuenta las reglas más elementales que se aplican en la elaboración y aplicación de cuestionarios, en lo referente a la evaluación de proyectos.

- a. Sólo se deben hacer las preguntas necesarias porque si se hacen más de las debidas se aburrirá al entrevistado. Se pueden notar las preguntas que están de más, ya que suelen ser muy parecidas y dan la misma información, y hay preguntas que no ayudan a alcanzar los objetivos.
- b. Cuando no es un experto en el área la persona que aplica y analiza las preguntas, deberá hacer preguntas sencillas y directas, por ejemplo, opción múltiple, ordenación, indicación de porcentaje, listas de verificación, etc. Nunca se deben hacer preguntas como "que opina acerca de", porque la evaluación de estas respuestas está reservada para expertos, y no será sencillo ordenar, clasificar ni analizar dichas respuestas.

c. Nunca se deben hacer preguntas personales que puedan molestar o incomodar al entrevistado, como "que edad tiene", "ingresos exactos", etc. Si esto es muy importante, se puede hacer por medio de intervalos.

d. Se debe usar un lenguaje que cualquier persona entienda y nunca se debe predisponer al entrevistado para que dé la respuesta que el encuestador quiere, las respuestas deben ser en forma espontánea.

Es recomendable que primero se hagan preguntas que interesen al entrevistado, es decir, con preguntas sencillas, y, después, las que requieran un poco más de esfuerzo para contestar. Al final se pueden hacer las preguntas de clasificación, como edad, sexo, ingresos, y no se recomienda preguntar el nombre y el domicilio al entrevistado.

El cuestionario puede aplicarse de dos formas: darlo al entrevistado para que él lo conteste, o sólo hacer preguntas cuyas respuestas irá anotando el entrevistador. Sobre todo en el primer caso, el cuestionario deberá estar diseñado de tal manera que sea fácil de leer y comprender. Su distribución debe ser adecuada, para que no provoque cansancio óptico al verlo. Es recomendable no ceder el cuestionario para que sea contestado, sino hacer las preguntas uno mismo y antes de aplicarlo hacer una breve presentación personal explicando los objetivos de la encuesta. Al terminar el cuestionario se le dirá lo útil que ha sido su colaboración. Se aconseja realizar una prueba antes de aplicar el cuestionario, con un experto, y, si la opinión del experto es positiva, se podrá aplicar el cuestionario, y, si es negativa, se puede analizar nuevamente para mejorarlo. Se pueden realizar dos tipos de cuestionarios, uno, a los

clientes que reciben un servicio determinado, y otro, a las empresas del mismo giro que la que se pretende crear o que ya esté establecida, y así se puede obtener una idea clara de la situación que guarda el mercado en el que se desea penetrar.

2.2.5.4. Procedimiento de muestreo y determinación del tamaño de la muestra

Existen dos tipos generales de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. En el primero, cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser muestreado, y en el muestreo no probabilístico, la probabilidad de ser muestreado no es igual para todos los elementos de espacio muestral.

La mayor parte de investigaciones de mercado se realizan en base a encuestas, en las cuales se encontrará siempre una estratificación preliminar implícita, y esto es un muestreo no probabilístico. Por tanto el muestreo probabilístico queda fuera de aplicación en la evaluación de proyectos. Esta teoría es de gran aplicación en control de calidad, donde el universo de la muestra es finito y conocido.

Para calcular el tamaño de la muestra se deben tomar en cuenta algunas propiedades de ella y el error máximo que se permitirá en los resultados. Para el cálculo de n (tamaño de la muestra) se puede emplear la siguiente fórmula:

$$n = \frac{O \cdot Z}{E}$$

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Donde O (sigma) es la desviación estándar, que puede calcularse por criterio, por referencia a otros estudios o mediante una prueba. El nivel de confianza deseado se denota por Z , el cual se acepta que sea de 95% en la mayoría de las investigaciones.

El valor de Z es entonces llamado número de errores estándar asociados con el nivel de confianza. Su valor se obtiene de la tabla de probabilidades de una distribución normal. Para un nivel de confianza de 95%, $Z = 1.96$, lo que significa que con una probabilidad total del 0.05 la media de la población caería fuera del intervalo 3σ (desviación estándar de la muestra). Finalmente, E es el error máximo permitido y se puede interpretar como la mayor diferencia permitida entre la media de la muestra y la media de la población ($X + E$).

Después de recopilar la información, lo siguiente será medir los resultados. Una medición consiste en representar por medio de símbolos las propiedades de personas, objetos, eventos o estados. En la evaluación de proyectos, se puede medir la actitud de las personas y evaluar ciertos estados del mercado.

Las escalas que se pueden usar para medir en ciencias sociales, son:

- 1) Nominal.- Consiste en que el encuestado mencione tres nombres de marcas de productos o servicios que recuerde.

Para medir el resultado, se considera el número de encuestados como el 100%, y de acuerdo a eso se interpreta.

- 2) Ordinal.- Consiste en que el encuestado ordene datos conforme a su preferencia.

Aquí también se calculan los porcentajes de cada característica, lo cual servirá para saber que característica del producto o servicio se debe cuidar más.

- 3) Intervalos.- Permite realizar afirmaciones significativas acerca de la diferencia entre dos o más objetos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Este tipo de preguntas tiene diversos usos. Uno de ellos es cuando se quiere saber edades o ingresos del encuestado, y no es muy claro el saberlo.

- 4) Proporcional.- No tiene utilidad en la evaluación de proyectos, aunque sí en investigación de mercado en general. Son las escalas que miden peso, volumen, longitud, etc.

Para medir la actitud de un usuario hacia cualquier situación no se debe hacer una sola pregunta, sino cuando menos dos.

Para interpretar mejor los datos es necesario formar varias categorías.

Para aplicar encuestas en la evaluación de un proyecto, se pueden ver las siguientes categorías:

- ❖ Perspectivas del mercado en volumen probable de ventas
- ❖ Perspectivas de los precios en el mercado
- ❖ Facilidad de penetración en el mercado
- ❖ Problemas de los intermediarios con los proveedores de productos o servicios similares (calidad, precio, tiempo de entrega, etc.)
- ❖ Hábitos de consumo o utilización de productos o servicios similares del usuario.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.5.5. Procedimientos no probabilísticos de muestreo.

Dentro del muestreo no probabilístico hay 3 principales tipos de muestreo:

1. Muestreo de estratos o cuota.- En este tipo de muestreo el encuestador puede o no seleccionar, antes de la encuesta, un estrato determinado de la población,

según le convenga , por ejemplo: estratos de ingresos, edad, etc. Así, este es más usado por ser más directo y menos costoso.

2. Muestreo de conveniencia de sitio.- Aquí se acude a un sitio determinado, donde se supone que estará presente el encuestado que interesa al investigador.
3. Muestreo de bola de nieve.- En este tipo de muestreo, los informantes iniciales se localizan o seleccionan al azar, pero los informantes posteriores se obtienen por referencia de los primeros y es útil el estudiar características escasas en la población; de hecho, con este tipo de muestreo se localizan subpoblaciones específicas, aunque estas sean muy reducidas.

2.2.6. Análisis de la oferta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.6.1. Concepto

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores o prestadores de servicios), están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Ibid: 36).

El propósito que se persigue al analizar a la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios o tarifas en el mercado del producto o servicio, los apoyos del gobierno, etc. La investigación de campo que se haga deberá

tomar en cuenta todos los factores anteriores junto con el entorno económico en el cual se desarrollará el proyecto de inversión.

2.2.6.2. Tipos de oferta

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

- a) Oferta competitiva o de mercado libre.- Es en la que los productores o prestadores de un servicio se encuentran en circunstancias de libre competencia, debido a que son tal cantidad de productores o prestadores de un servicio del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, precio y servicio ofrecidos al consumidor. También se caracteriza porque nadie domina el mercado.
- b) Oferta oligopólica .- Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores o prestadores de un servicio. Tratar de penetrar en estos mercados es riesgoso y hasta imposible.
- c) Oferta monopolítica.- Es en la que existe un solo productor de un bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Entre los datos para hacer un mejor análisis de la oferta están:

- ❖ Número de productores

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- ❖ Localización
- ❖ Capacidad instalada y utilizada
- ❖ Calidad y precio de productos o servicios.
- ❖ Planes de expansión
- ❖ Inversión fija y número de trabajadores.

2.2.6.3. Proyección de la oferta

Al igual que en la demanda, se debe hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios.

2.2.6.4. Definición de la demanda potencial insatisfecha

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor o prestador de un servicio actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (Ibid: 39).

2.2.6.5. Cálculo

Cuando se tienen datos graficados de oferta – demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta – demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Normalmente en la demanda existen ciertos artículos o servicios, que carecen de datos estadísticos, y, para presentar tendencias de demanda, se hace uso de terceros factores que la afectan. Como la escasez de datos provoca que sólo exista una curva de tendencia donde la oferta es igual a la demanda, ésta debe ser ascendente. Un proyecto debería rechazarse sólo cuando en la curva de tendencia de la demanda la pendiente fuera cero o negativa, es decir, que indicara que a lo largo de los años ya no se han vendido más productos o servicios, incluso, su consumo o prestación haya disminuido.

Aunque no se tenga un cálculo numérico de la demanda insatisfecha futura y aunque se calcule, es necesario analizar una serie de factores que existen en todo el mercado y que pesan aún más que el cálculo de un número llamado "demanda insatisfecha", y recalcar que los datos obtenidos de fuentes primarias son más importantes que los obtenidos de fuentes secundarias, dados por los problemas de confiabilidad de estos últimos.

2.2.7. Análisis de los \bar{p} precios

"Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio" (Ibid:41).

En México, desde hace tiempo, existe un control gubernamental de precios de ciertos productos y servicios, lo cual hace que la definición anterior se vuelva obsoleta. También algunos piensan que el precio no lo determina el equilibrio entre la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

oferta y la demanda, sino que es el costo de producción o de servicio más un porcentaje de ganancia, pero, es difícil saber mediante un cálculo ligero o un porcentaje para obtener una ganancia real. Se puede decir que quien realmente determina los precios en el mercado es sólo el equilibrio entre la oferta y la demanda.

2.2.7.1. Tipos de precios

Los precios se pueden tipificar como sigue:

1. Internacional.- Es el que se usa para artículos o servicios de importación. Normalmente está cotizado en dólares y F.O.B. (libre a bordo) en el país de origen.
2. Regional externo.- Es el precio vigente en sólo una parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico hechos entre los países de dichos continentes, y el precio cambia si se sale de esa región. Ej. América, Europa, etc.
3. Regional Interno.- Es el precio vigente en sólo una parte de un país, por ejemplo: en el sureste o zona norte. Rige normalmente para artículos o servicios que se producen, consumen o prestan en esa región; el precio cambia, si se cambia de región.
4. Local.- Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas.
5. Nacional.- Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

TESIS CON
FALSA DE ORIGEN

Conocer el precio es importante, porque es la base para calcular los ingresos futuros.

2.2.7.2. Determinación del precio

En cualquier tipo de producto o servicio, aún siendo de exportación si es producto, hay diferentes calidades y precios. El precio también está influido por la cantidad que se compre o las veces que se utilice o goce de un servicio. Para tener una base de cálculo de ingresos futuros es conveniente usar el precio promedio, que se determina precisamente haciendo un promedio, pero, el precio obtenido de este promedio, no es el que se usa para calcular los ingresos, excepto si la empresa vende un producto o da el servicio directamente al consumidor. El precio promedio que se tenga es la referencia para calcularlo.

2.2.7.3. Proyección del precio del producto o servicio

Es muy importante realizar la proyección de precios, y, para esto no se usa un método estadístico que ajuste la tendencia. Es difícil proyectar en un país como México, ya que la inflación no mantiene un ritmo uniforme. Como no hay un método estadístico que proporcione la curva real en una gráfica, se da por conclusión que no debe usarse un método de ajuste para proyectar los precios. La única alternativa es hacer variar los precios conforme a la tasa de inflación esperada, para mostrar así, los precios reales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.2.8. Comercialización del producto o servicio

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Ibid: 44).

Actualmente la mercadotecnia y la comercialización son de gran importancia para que un producto o servicio funcione o salga del mercado, pues si no llega a los consumidores con los medios necesarios, una empresa puede ir a la quiebra. Por lo cual se puede decir, como conclusión que la comercialización de un producto o servicio es parte vital en el funcionamiento de cualquier tipo de empresa.

2.2.8.1. Canales de distribución

“Un canal de distribución es la ruta que toma un producto o servicio para pasar del productor o prestador de servicios a los consumidores o clientes, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria” (Ibid:45).

Existen dos tipos de productores: los de consumo en masa y los de consumo industrial. Los canales de distribución de cada uno son los siguientes:

1. CANALES PARA PRODUCTOS O SERVICIOS DE CONSUMO POPULAR.-

1A) Productores – consumidores.- Es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos o el cliente a utilizar el servicio que se le ofrece.

1B) Productores – minoristas – consumidores.- Es muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos o presten los servicios ofrecidos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1C) Productores - mayoristas - minoristas - consumidores.- Es el más indirecto, pero es el más utilizado por empresas que venden sus productos desde distancias lejanas, o prestan un servicio igualmente lejano.

2. CANALES PARA PRODUCTOS INDUSTRIALES.- Son:

2A) Productor - usuario industrial.- Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere la atención personal al consumidor.

2B) Productor - distribuidor industrial - usuario industrial.- El distribuidor es el equivalente al mayorista. En este canal el productor tiene contacto directo con muchos distribuidores, además, aquí se venden productos no muy especializados de uso industrial.

2C) Productor - agente - distribuidor - usuario industrial.- Este es igual que el canal 1D, que es para vender en lugares muy alejados.

2.2.8.2. Como seleccionar el canal más adecuado

Cuando se efectúa la evaluación de un proyecto en el nivel de prefactibilidad, se deberá determinar cuales son los canales más comunes por los cuales se comercializan u ofrecen actualmente productos o servicios similares y aceptar o proponer otros. Pero, para determinar que tipo de canal se puede utilizar, hay que basarse primordialmente en los objetivos que persiga la nueva empresa y cuanto está dispuesta a invertir en la comercialización de su producto o servicio. El canal a emplear dependerá del tipo de producto o servicio a ofrecer, así como del mercado a cubrir.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como se pudo observar, dentro de este capítulo se vio todo lo referente a los proyectos de inversión, esto por supuesto resulta ser de gran importancia ya que, al desarrollar cualquier persona un proyecto del tipo de empresa que sea, industrial, comercial o de servicios se deben observar las reglas, objetivos y etapas dependiendo de cada ente como ya se mencionó, esto para llevar a cabo correctamente un proyecto porque es muy común que las personas se aventuren a realizarlo sin mayor investigación y, al final les cuesta más caro y muchas veces no funciona, esto en parte se debe también a que no se realiza como es debido, un estudio de mercado del cual también se vio toda la teoría que es aplicable a la práctica para darse cuenta de si el proyecto en cuestión es viable o no, entre lo visto se pueden mencionar sus principales definiciones de mercado, oferta, demanda y precio, lo cual es de vital observancia en la presente investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO

El presente capítulo ilustra las dos partes que complementan un Proyecto de Inversión, además del Estudio de Mercado; es decir, la realización del Estudio Técnico y el Estudio Financiero. El primero, verifica, analiza y determina la posibilidad de llevar a cabo la realización del objetivo principal determinado en el proyecto, y la función óptima de producción del servicio utilizando los recursos disponibles de manera más eficiente posible; el segundo, la Evaluación Económica que se presenta en base a métodos financieros que se utilizan en estudios de factibilidad de proyectos de inversión, las razones o tasas financieras y el análisis de sensibilidad que serán utilizados para guiar la dirección de la empresa, el rumbo que va teniendo y los aspectos susceptibles de correcciones.

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para el desarrollo de este apartado, se tomó básicamente al autor Gabriel Baca Urbina, del cual se desprende la mayor parte de la información contenida en el mismo, además se toman algunas definiciones de otros autores. La parte del estudio técnico del proyecto de inversión pretende resolver problemas referentes a la producción del servicio que se pretende otorgar mediante la implantación del proyecto; su objetivo fundamental es verificar la posibilidad técnica de otorgar el

servicio pretendido; así como analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción y que se consideran en condiciones óptimas en el otorgamiento del servicio.

Habitualmente el estudio técnico cumple con el estudio de la localización, de materias primas, tamaño del proyecto, proceso de producción, selección de tecnología, descripción del proceso productivo, diagramas de flujos, requerimientos de maquinaria y herramientas así como de mano de obra.

3.1.1. Tamaño óptimo de la planta

En términos de producción por ejemplo, el tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se determina con base al número de unidades que se desea producir por año; por lo tanto en términos de prestación de servicios el tamaño de la planta o del proyecto se basará en un número de servicios que se desean prestar al año o los que se tiene la posibilidad de otorgar al cliente.

Para esto, será necesario tomar en cuenta la localización del proyecto, la disponibilidad de los insumos (que en el caso de servicios será el personal y de las materias primas necesarias), así como su costo, los procesos que se llevarán a cabo para determinar el servicio y por supuesto la organización que se dará a estos elementos para su correcta operación. Además deberán tomarse en cuenta para definir el tamaño de la planta factores como inversión inicial, ocupación efectiva de mano de obra, algunos efectos de la implantación del proyecto en la economía de la región, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otro factor importante es la Demanda, es decir, cuando ésta es superior al tamaño propuesto del proyecto entonces este será susceptible de llevarse a cabo, en el caso de que fueran iguales sería un proyecto riesgoso. La demanda que pretenda cubrir el proyecto no deberá ser mayor del 10%, tomando en cuenta que se tienen competidores en el caso de prestar un servicio debido a los negocios similares existentes.

Se deberá tomar en cuenta también el aseguramiento del abasto en las materias primas y la penetración efectiva que pudiera tener el servicio en el mercado adquirente; para lo cual será necesario presentar cotizaciones y listar todos los proveedores de materias primas e insumos.

Es importante recordar que de la relación entre el tamaño y la tecnología aplicada al proyecto influyen en las inversiones y en el costo que representará para el prestador el servicio que ofrecerá; por lo que "dentro de ciertos límites de operación a mayor escala estas relaciones propiciarán un menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; lo cual contribuirá a disminuir el costo de producción, a aumentar las utilidades y a elevar la rentabilidad del proyecto" (BACA, 1996: 88).

Según la tecnología y el proyecto se podrá determinar el tamaño de la planta pues parte del servicio dependerá de los equipos. Considerar por separado la serie de factores que se mencionan anteriormente es una forma de limitar el tamaño de la planta que será necesario según los requerimientos de cada proyecto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por último, será necesario determinar el tamaño de la planta basándose en la demanda, el tipo y tamaño de proyecto, los suministros e insumos que se requieren para la prestación del servicio, la tecnología y equipos que se requerirán, el financiamiento y la organización que se tendrá implantada, así como la disponibilidad de mano de obra en el caso de los proyectos encaminados a la prestación de un servicio, pues el elemento humano es un factor clave para el éxito de estos.

3.1.2. Localización óptima del proyecto

La localización tiene mucho que ver en el logro de la obtención de una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, o lo que es lo mismo, para obtener el menor costo por servicio unitario posible.

Esto se puede hacer mediante la aplicación de un "procedimiento para jerarquizar los factores cualitativos:

1. Desarrollar una lista de factores relevantes.
2. Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa, el cual será asignado según el criterio del investigador.
3. Asignar una escala común a cada factor y elegir cualquier mínimo.
4. Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación"

(Ibid: 91)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Entre los factores que se deben tomar en cuenta para realizar esta evaluación se encuentran los siguientes factores:

1. *Factores Geográficos*, los cuales se refieren principalmente a las condiciones naturales que rigen cada zona, y que intervendrán en la localización del proyecto dependiendo del tipo de proyecto de que se trate.
2. *Factores Institucionales*. Relacionados con los planes, estrategias y políticas de desarrollo industrial en la región según las autoridades y estos afectan directamente al desenvolvimiento el proyecto.
3. *Factores Sociales*. Son factores que no se atienden mucho pero sin embargo son de vital importancia sobre todo para los proyectos que tienen que ver con la prestación de un servicio, tratan de la adaptación del proyecto a la comunidad, refieren el nivel de servicios sociales con que cuente la comunidad.
4. *Factores Económicos*. Para la realización del proyecto de deberá tomar en cuenta los costos en que se incurrirá por la operación normal del negocio, después de implantado el proyecto. Estos factores se refieren a estos costos entre los que se ubican: suministros e insumos, materias primas, impuestos y derechos locales, mano de obra, infraestructura disponible, cercanía de los anteriores, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.1.3. Ingeniería del proyecto

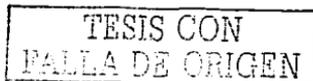
El objetivo de esta etapa es resolver lo referente a la instalación y al funcionamiento de la planta, es decir, una vez determinado el tamaño, se procederá a buscar la localización y posteriormente a instalar y hacer funcionar el proyecto de inversión.

En el caso de los servicios no se tendrá que seguir un proceso de producción denominado como tal, ni siquiera con todas sus variantes, sino que se llevará un método un tanto diferente pero que lleve a los resultados deseados en cuanto a la atención y prestación del servicio al cliente.

En esta etapa se procederá a la selección de la tecnología para lleva a cabo el desarrollo del proyecto tomando en cuenta la investigación de mercado, pues este indicará las normas de calidad y el cuidado especial que se pondrá en ciertos detalles que el público exige. Además se deberá analizar la cantidad, calidad y monto de equipos y maquinaria que se utilizarán.

Existen varias técnicas que se utilizan para analizar el proceso de producción que se implantará en el proyecto de inversión en caso de productos; en la prestación de servicios se considera adecuado el Cursograma analítico, el cual consiste en una hoja de cálculo que presenta la información detallada sobre el proceso que se sigue para prestar un servicio determinado, incluye la actividad, tiempo empleado en la misma, distancias recorridas, tipo de acción efectuada y las observaciones al respecto.

3.1.4. Adquisición del equipo y maquinaria



En el momento de adquirir los equipos necesarios para llevar a cabo la función de prestación de servicios en un proyecto de inversión se deben de tomar en cuenta varios factores que afectan la elección que se requiere tomar, por lo que después de recabar información se deberá evaluar, comparar y decidir entre varias alternativas.

Entre los elementos que se deberán tomar en cuenta en la elección de compra se encuentran, la flexibilidad de pago que otorga el proveedor, precio, capacidad de compra, mano de obra necesaria, el costo de mantenimiento, la infraestructura necesaria, los equipos auxiliares, etc.

3.1.5. Distribución de la planta

Si de economizar se trata, la distribución de la planta es muy importante, pues de ella depende que se tengan condiciones de trabajo aceptables que disminuyan tiempos y costos, así como el aseguramiento y bienestar de los trabajadores.

“Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. *Integración Total.* Integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. *Mínima distancia de recorrido.* Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3. *Utilización del Espacio Cúbico.* Aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta opción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. *Seguridad y Bienestar para el Trabajador.* Debe ser uno de los objetivos principales de toda distribución.
5. *Flexibilidad.* Se debe obtener una distribución que pueda ajustarse fácilmente a los cambios, que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario" (Ibid: 98).

La importancia de la distribución de la planta radica en que es una actividad que tiene inferencia en el manejo de los materiales, en la utilización del equipo, en los niveles de inventario que se manejan, e incluso en la productividad del equipo humano, la comunicación de grupo y la moral de los mismos.

Ya que el tipo de distribución tiene mucho que ver con el producto o servicio que se ofrece, con el tipo de proceso y obviamente con el volumen de producción o nivel de prestación de servicios que se está generando, se considera que los tipos básicos de producción se deben elegir adecuándolos a las circunstancias de cada proyecto.

Estos tipos básicos de distribución son definidos por producto, por proceso y por componente fijo; el primero, es flexible para trabajo de tipo rutinario, no es costoso, acepta bajos volúmenes de producción y requiere un alto grado de especialización para el manejo del sistema; el segundo, agrupa a las personas según el proceso que se está realizando según la secuencia de operaciones que se llevará a

cabo, requiere alta utilización del personal y equipo el cual resulta costoso y especializado, y se considera un sistema inflexible; y el tercero, tiene la ventaja de que el control y la planeación se llevan mediante métodos más científicos y sistematizados, la mano de obra, materiales y equipo van al sitio de trabajo.

3.1.6. Áreas de la planta

Estas se definen según el tipo de proyecto que se esta tratando, en realidad solo se adecuan al plano definitivo de la planta, y en el caso de prestación de servicios estas áreas se definirán de acuerdo a la comodidad que se requiera para otorgar el servicio, así como a la comodidad que el cliente tendrá al disfrutar del servicio que se le preste. Es necesario también tomar en cuenta para determinar las áreas de la planta, los lineamientos a seguir en cuanto a la seguridad e higiene de los trabajadores, los señalamientos de la Ley Federal del Trabajo en cuanto a las condiciones de los empleados, el acondicionamiento de las áreas especiales que por su naturaleza deberán ir un poco más separadas del resto de las implantadas, etc.

3.1.7. Organización del recurso humano y organigrama

La optimización de los recursos es indispensable en el establecimiento de un proyecto de nueva creación, es indiscutible que desde el momento en que se realiza una inversión inicial se debe hacer una previa planeación de los recursos monetarios con los que se seguirá contando, fijar objetivos y optimizar el uso de estos recursos.

Los trámites iniciales que se tienen que realizar al inicio de la implantación del proyecto comprenden actividades como la constitución legal, trámites

gubernamentales, erogaciones iniciales para las primeras adquisiciones, etc. deben ser previstas y programadas con un adecuado control y coordinación.

Será necesario la contratación de servicios externos para llevar a cabo funciones de implantación del proyecto en su etapa inicial, como de auditorías, control preventivo, capacitación del personal, etc.

Después de elaborada la estructura inicial de organización se deberá elaborar un organigrama para determinar los puestos y jerarquías dentro de la empresa propuesta en el proyecto de inversión.

3.1.8. Marco legal

Se deben tomar en cuenta las leyes y códigos establecidos en torno al giro, especificaciones, e implantación del proyecto según la actividad, el giro y la producción que se desea realizar o la prestación de servicios que se pretende establecer; estos lineamientos son el fiscal, el civil, el sanitario, el penal, reglamentos estatales y municipales, etc.

Ya que el marco jurídico que rodea a un proyecto es parte fundamental de su aceptación o no, puesto que implica gastos adicionales que se deben hacer; es bien sabido que al iniciar cualquier actividad económica se deberán acatar una serie de disposiciones legales y con base en ellas se deberá determinar que tipo de restricciones que se tendrán, las obligaciones, las formas de funcionamiento y su constitución; por lo cual la primera decisión que se debe tomar será el tipo de sociedad que operará y después la posible forma de participación extranjera con el conocimiento de los decretos en materia de importación y exportación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El marco legal se debe determinar recordando que de él depende el mejor aprovechamiento de los recursos con los que se cuenta para la realización del proyecto; así, entonces se debe tomar en cuenta la legislación vigente que puede ser aplicable conforme a la legislación actual, así como los estímulos fiscales en cuanto a localización, inversiones, prestaciones para los trabajadores, pago de impuestos, entre otros.

3.2. ESTUDIO FINANCIERO

Dentro de este, se efectúan presupuestos y estados financieros de inversión, de ingresos de operación, de egresos de operación y de impuestos y P. T. U.; puede incluir también la evaluación financiera la cual mide los beneficios que el proyecto pudiera generar utilizando técnicas financieras como son: período de recuperación, tasa simple de rendimiento, valor presente neto o valor actual neto, tasa interna de rendimiento, índice de costo beneficio, índice de rendimiento, costo de capital promedio ponderado, entre otras.

Para efectos de explicación esta etapa se dividirá en Evaluación Económica, y en el Riesgo por sensibilidad del proyecto.

3.2.1. Evaluación económica

Se conoce con este nombre a la parte final del análisis realizado para el cual, se habrán determinado ya, a través del estudio de mercado los posibles adquirentes del servicio y las perspectivas de aceptación en el mercado; y a través del estudio técnico los costos y gastos en que se incurrirá para la puesta en marcha del proyecto sugerido, así como sus proyecciones a un plazo determinado; pero además, la pieza

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

clave en la evaluación económica es no solo tener estos datos ni conocer las posibles utilidades del proyecto, sino también determinar que tan rentable y factible económicamente hablando será para los inversionistas.

Para tal efecto, sabemos que el dinero pierde su poder adquisitivo a medida que transcurre el tiempo a un nivel que equivale al porcentaje de inflación vigente; por esta razón existen varios métodos para evaluar económicamente un proyecto de inversión, entre ellos destacan los Métodos de Evaluación Económica que toman en cuenta el Valor del Dinero a Través del Tiempo y los Métodos de Evaluación Económica que no Toman en Cuenta el Valor del Dinero a Través del Tiempo.

3.2.1.1. Aceptación o rechazo del proyecto

Para determinar si el proyecto de inversión es aceptable o no, es necesario establecer diversas alternativas para juzgar si se optará por aceptar o rechazar dicho proyecto. Por lo regular los proyectos de inversión se evalúan conforme a la pronta recuperación de la inversión y en cuanto a su rendimiento, cuando el proyecto resulta ser recuperable en un tiempo mínimo establecido entonces se pondrán a consideración los rendimientos generados durante ese tiempo comparando la tasa real de rendimiento contra la tasa mínima de rendimiento requerida.

En esta forma los métodos de evaluación de proyectos que no consideran el valor del dinero en el tiempo son:

1. El método de periodo de recuperación de la inversión.
2. El método de tasa de rendimiento contable.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los métodos de evaluación de proyectos que sí consideran el valor del dinero a través del tiempo son:

1. El método de la tasa interna de rendimiento.
2. El método del valor presente neto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

“Es necesario mencionar respecto a los métodos de flujo de efectivo descontado, que estos, proporcionan una base más objetiva para evaluar y seleccionar los proyectos de inversión; ya que los métodos de tasa promedio de rendimiento y periodo de recuperación de la inversión presentan diversas desventajas” (GARCÍA, 1987: 49).

3.2.1.2. Método del cálculo del periodo de recuperación de la inversión

Mediante este método se desea conocer el tiempo que habremos de esperar para que una inversión genere fondos suficientes para igualar el monto de dicha inversión. Así al cabo de este tiempo, los flujos de efectivo generados por el proyecto serán iguales al valor de la inversión inicial (Ibid: 49).

El periodo de recuperación de la inversión se puede calcular de dos formas: si los flujos de ingresos netos son variables en cuyo caso será necesario sumar los flujos esperados hasta que esta suma iguale a la inversión inicial; en caso de que sean uniformes, bastará dividir el valor de la inversión entre los flujos de ingresos anuales.

Se consideran ventajas el hecho de que tiene significado cuando se comparan proyectos con vidas económicas iguales, y con flujos de efectivo uniformes, es sencillo, y fácil de utilizar en la práctica, además sus resultados resultan fáciles de comprender, y es muy bueno para utilizarlo como un método para aprobar proyectos

de inversión. Otra ventaja importante del Método de Recuperación de la Inversiones es que el recíproco del período de recuperación determinará una tasa que se aproxima a la tasa interna de rendimiento del proyecto, cuando la vida del proyecto sea mayor que el doble del período de recuperación de un proyecto (Ibid: 51).

3.2.1.3. Método del cálculo del rendimiento

Este método considera utilidades y no flujos de efectivo, pues la contabilidad calcula las utilidades sobre bases acumulativas de registro tomando en cuenta ajustes por depreciaciones, amortizaciones, pagos y cobros anticipados, ingresos devengados por cobrar y pasivos acumulados por pagar (Ibid: 52).

Se calculará dividiendo las utilidades anuales netas promedio esperadas entre el valor promedio de la inversión, cabe mencionar que las utilidades netas se tomaran después de impuesto sobre la renta y reparto de utilidades a los trabajadores. Al respecto, se considera que el valor de la inversión con el transcurso del tiempo se verá disminuido con la depreciación de los activos fijos, por lo que no sería correcto considerar el valor inicial de la inversión como denominador, pues la utilidad neta se ve afectada por el gasto de depreciación anual (Ibid: 56).

Se consideran desventajas el hecho de ser un método que no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, ya que considera en igual forma que las utilidades netas sean generadas en los primeros o en los últimos años de vida del proyecto indistintamente. Se consideran como ventajas del método, que es comúnmente utilizado para evaluar proyectos de inversión, dado que la Contabilidad Administrativa es constituida por la evaluación de ejecutivos; que las decisiones de

inversión a largo plazo repercuten sobre las utilidades de la empresa sobre el monto de lo invertido, o sea, afectan la tasa de rendimiento que se utiliza para evaluar a la administración; y que un proyecto puede ser muy rentable conforme a la tasa de rendimiento descontado, pero si tal proyecto habrá de tardar tiempo en generar los beneficios, es posible que la administración no lleve a cabo dicho proyecto.

3.2.1.4. Método del valor presente neto

Se considera dentro de los métodos de flujo de efectivo descontados junto con el Método de Tasa Interna de Rendimiento, además de que sí considera el valor del dinero en el tiempo.

En este método los flujos generados por un proyecto habrán de descontarse a la tasa mínima requerida para los proyectos o bien, al presupuesto de capital; así, si el valor presente de los flujos es inferior al valor de la inversión, se rechazará el proyecto.

“El valor presente de una inversión se define como la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto. A la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión se denomina valor presente neto. Por valor presente neto de un proyecto se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse y que además se pagará el costo de su financiamiento” (VAN HORNE, 1997: 75).

Para poder determinar a través de este método si el proyecto es bueno o no, además de sumar los flujos de efectivo generados a través del tiempo, se deberá

comparar dicha suma con el valor de la inversión que se haga al inicio; para poder comparar será necesario descontar los flujos futuros a una determinada tasa de interés, la cual constituye la tasa mínima de rendimiento que se les exige a los proyectos.

“Para poder aplicar el método de valor presente neto, será necesario determinar cuatro elementos básicos:

1. El valor neto de la inversión
2. Los flujos anuales netos esperados, además del valor de desecho del proyecto
3. La vida del proyecto
4. La tasa de descuento, o tasa mínima de aceptación o rechazo del proyecto”
(VAN HORNE, 1997: 75).

Se consideran ventajas del método en primer lugar que considera el valor del dinero en el tiempo; que es un buen criterio de optimización. Además, a través de este método es posible calcular el valor presente de los flujos de un proyecto independientemente de que en algún año los flujos sean negativos.

² Se consideran desventajas del método que se necesita conocer la tasa de descuento para poder proceder a evaluar los proyectos; que un error en la determinación de la tasa de descuento repercute en la evaluación de los proyectos; y que favorece a los proyectos con elevado valor, pues es más fácil que el valor presente de un proyecto de elevado valor sea superior al valor presente de un proyecto de valor pequeño.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.2.1.5. Método del valor actual neto (van)

Este método es muy parecido al anterior, pero más conocido; consiste en la comparación de los ingresos y egresos en un solo momento en el tiempo, este puede ser el momento cero, la situación es que es más fácil apreciar la magnitud de las cifras en el momento más cercano al que se deberá tomar la decisión; este método se toma en cuenta como una opción para medir la rentabilidad del proyecto (SAPAG CHAIN, 1993: 114).

El valor actual del flujo neto representa la cantidad que queda después de pagar los costos y ganar lo que el inversionista quiere.

3.2.1.6. Método de tasa interna de rendimiento

También considera flujos de efectivo descontados y se le puede denominar indistintamente Tasa Interna de Rendimiento o Tasa de Rendimiento Descontada.

La tasa interna de rendimiento es llamada también tasa interna de retorno, y busca el momento hasta el cual el inversionista podrá ganar, para ello buscará aquella tasa en la cual el VAN sea igual a cero; " para lograr esto, será necesario también que la diferencia entre el valor actual del flujo y la inversión sea cero, es decir, el valor actual del flujo debe ser igual a la inversión" (SAPAG CHAIN, 1993: 116).

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica, para igualarlos a la inversión. Se entiende por Tasa Interna de Rendimiento la tasa máxima que el inversionista está dispuesto a pagar a quien financia el proyecto, considerando una recuperación de la inversión.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para determinarlo, cuando los flujos generados por el proyecto sean uniformes se deberá determinar el periodo de recuperación de la inversión, posteriormente la tasa de rendimiento y la tasa mínima requerida, para compararlas y determinar si es posible aceptar o si se debe rechazar el proyecto. Cuando los flujos generados son desiguales, se recomienda obtener un promedio de los flujos no uniformes y determinar una tasa preliminar aproximada siguiendo el procedimiento descrito para los casos de flujos uniformes.

Se consideran ventajas del método que considera el valor del dinero a través del tiempo, y que no requiere conocer la tasa de descuento para poder proseguir con los cálculos.

Se consideran desventajas del método que, cuando los flujos de efectivo generados por el proyecto no son uniformes se requiere de cálculos tediosos; que favorece a los proyectos de bajo valor; que al determinar la tasa de descuento necesaria para igualar el valor presente de los flujos con el valor de la inversión se obtendrán dos o más tasas, lo cual complica la interpretación de los resultados; y que conduce a conclusiones erróneas cuando los flujos del proyecto a través de los años son negativos y positivos.

La rentabilidad de un proyecto se pueden medir en formas distintas y utilizando diversos criterios se puede medir en unidades monetarias, en porcentaje, en tiempo que tarda la recuperación de la inversión, entre otras.

3.2.2. Riesgo por sensibilidad del proyecto

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Existe una absoluta relación entre el riesgo y el rendimiento, es decir, cuando un inversionista acepta el riesgo de invertir es por que exigirá un rendimiento que compense dicho riesgo. "Cuanto más alto sea el riesgo para un valor determinado, más alto será el rendimiento esperado" (LAWRENCE, 1996: 40).

Algunos definen como riesgo a la posibilidad de experimentar pérdidas financieras; y como rendimiento al cambio en el valor de un activo más cualquier distribución en efectivo a través del tiempo.

3.2.3. Análisis de sensibilidad

"El análisis de sensibilidad es el método que se aplica a los diversos modelos matemáticos para apreciar como afectan las desviaciones de los valores numéricos de los parámetros a las conclusiones que puedan extraerse" (TAMARES, 1994: 28).

"El análisis de sensibilidad es un método que utiliza estimaciones de los posibles rendimientos a fin de percibir la variabilidad que les caracteriza. Un procedimiento de uso generalizado comprende la estimación pesimista, la más posible y optimista del rendimiento asociado. En este caso, el riesgo se mide por la amplitud de variación, de manera que cuanto mayor sea esta, mayor será su riesgo" (LAWRENCE, 1996: 346).

Ambos conceptos coinciden en que el análisis de sensibilidad es un método que toma en cuenta diferencias (desviaciones o variaciones), y se considera que en estas se basa el estudio financiero para la toma de decisiones en cuanto a la aceptación o rechazo del proyecto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Cerrando este último capítulo en lo que a teoría se refiere podemos ver que se plasma lo más importante en cuanto al estudio técnico, que es muy importante para la realización práctica y real de un proyecto, ya que mediante él sabremos que tamaño de la planta o del terreno vamos a ubicar, la maquinaria y equipo a utilizar, y, algo de lo más importante que es la organización del recurso humano y el organigrama, ya que, si se realiza un proyecto que se determina como viable en el futuro quien determina realmente si va a funcionar o no, son, en gran medida precisamente las personas que colaboran en las empresas, esto en base a sus funciones y actitudes principales, ya que llegan a tener una gran responsabilidad en sus manos por lo cual el negocio marchará en según lo que realicen dichas personas que colaboran con los dueños y socios de una empresa determinada. El estudio financiero también es de gran importancia ya que, por medio de él nos podemos dar cuenta si realmente va ser rentable el proyecto evaluado, esto por medio de los diferentes métodos de evaluación económica y financiera, ya que podemos medir las tasas de rendimientos de utilidades esperadas, de recuperación de capital, recuperación de la inversión inicial, etc. con las cuales se registrá en gran parte el desarrollo cotidiano de una empresa determinada, y, sobre todo se puede saber por conducto del factor principal que es el tiempo, y, que es lo que más requieren saber los socios. Lo anterior requiere especial importancia, si tomamos en cuenta que una empresa sana es aquella que lleva todo en orden y puede saber a ciencia cierta los indicadores financieros, y todo lo relacionado con su entorno financiero - fiscal, para en caso de alguna contingencia, poder actuar a tiempo.

CAPITULO IV

4. PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS CASO PRÁCTICO: "HOTEL URHUAPANI S. DE R.L. DE C.V."

Este capítulo se refiere al caso práctico, y plasma la idea de el establecimiento de un hotel de típico de 5 estrellas en la Ciudad de Uruapan, Michoacán, el cual se pretende cuenta con todos los requisitos y servicios a ofrecer que la Asociación de Nacional de Hoteles y Moteles establece para esta categoría y los cuales se encuentran asentados en el capítulo I.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Se comenzó con la investigación como ya se estableció en los primeros capítulos, y, se realizó un estudio metodológico para desarrolla el presente caso práctico.

Específicamente en la Ciudad de Uruapan, se cuenta con trece hoteles considerados de alta categoría; de los cuales seis son de cuatro estrellas y siete de tres estrellas; asimismo no se cuenta con los servicios de un hotel de cinco estrellas, aún teniendo las características de una Ciudad con una cantidad importante de Afluencia Turística, por lo cual, se hace patente la falta de difusión de servicios y de destinos

turísticos en la zona, para promover primordialmente el desarrollo del turismo en Uruapan.

La intención de la propuesta de un proyecto de inversión, como es el establecimiento de un hotel de cinco estrellas es mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen a los visitantes de la ciudad de Uruapan, pues se considera que la importante afluencia turística que se tiene genera una fuerte captación de ingresos por parte de los habitantes de la región y, que mejor alternativa para atraer al turismo que lugares reconfortables que permitan y ofrezcan el verdadero descanso y comodidad de los turistas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se incluyen los objetivos generales, objetivos particulares, la hipótesis y técnicas de investigación utilizadas en el desarrollo práctico del proyecto de inversión; así como la justificación económica y social que se considera que tiene el proyecto para su establecimiento en un primer plano; se consideran además las posibilidades económicas y de expansión de la ciudad de Uruapan y se presentan los resultados de la aplicación del estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero elaborados para la presentación de los resultados finales en este capítulo y en las conclusiones de la investigación.

Por otro lado, y de acuerdo a las técnicas de investigación aplicadas, se incluyen entre otras: entrevistas con personas especializadas en el ramo hotelero y demás que aportaron algunos datos importantes para la implantación del hotel.

4.2.1. Objetivo general del proyecto

Evaluar la viabilidad para el establecimiento de un hotel típico de cinco estrellas en la ciudad de Uruapan, Mich., con todos los servicios que conlleva para ser considerado en dicha categoría, creando empleos para la población y estableciendo un mercado atractivo a la inversión en la localidad, mediante la aplicación de las técnicas correspondientes a un Proyecto de Inversión.

4.2.2. Objetivos particulares

1. Satisfacer la demanda en la Ciudad de Uruapan así como en sus alrededores por la afluencia turística existente, con el servicio otorgado por un Hotel que cuente con los Servicios de 5 estrellas.
2. Evaluar el establecimiento de un hotel típico regional con la infraestructura necesaria que dé alusión a las costumbres de nuestro estado y de nuestra ciudad brindando una agradable imagen y buen servicio a los visitantes, logrando a su vez la comodidad del cliente durante la estancia en el hotel.
3. Crear empleos para la población Uruapense, que motiven a los colaboradores para desempeñar sus funciones con calidad de servicio, que a su vez incrementen las visitas a nuestra ciudad, mediante la derrama económica que dicho hotel genere.
4. Establecer en la Ciudad de Uruapan un mercado más atractivo para la inversión en empresas de nueva creación, proporcionando servicios turísticos y elevando el nivel socioeconómico de la población.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.2.3. Hipótesis

Se plantean las siguientes hipótesis a comprobar dentro del presente caso práctico.

1. Es rentable el proyecto de establecimiento de un hotel con los servicios de 5 estrellas en la Ciudad de Uruapan.
2. Es benéfico para la población Uruapense el establecimiento de un hotel que brinde los servicios de 5 estrellas, pues atrae el turismo, la inversión y establece empleos permanentes y una derrama económica superior a la existente por los hoteles de la localidad.

4.2.4. Técnicas de investigación

Investigación de Campo. Cuestionarios, entrevistas, Observación.

A través de la investigación de campo, pretendemos evaluar la capacidad y servicios que actualmente ofrecen los hoteles establecidos en la Ciudad de Uruapan, así como las necesidades del turismo que visita nuestra Ciudad, y proponer en nuestro Proyecto de Inversión nuevos servicios que brinden comodidad y buena atención a nuestros visitantes.

Investigación documental. Consulta de libros y revistas referentes a las costumbres de la Ciudad de Uruapan, y a proyectos de inversión

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.2.5. Justificación económica y social

La población de Uruapan ha crecido en los últimos años sin desarrollo económico, por lo que es importante el establecimiento de empresas de nueva creación o mejoras en creatividad a las ya existentes; a su vez el turismo implica una

importante generación de ingresos en la Ciudad y podría traer beneficios a la población, quienes tendrían como consecuencia, empleos permanentes, sueldos justos, y mejores niveles de vida.

El Municipio, en el caso de llevarse a cabo el presente proyecto contaría con más recursos para aplicar a las obras sociales sin tener que depender tanto del presupuesto asignado por el Estado, pues el pago de impuestos por el establecimiento y funcionamiento del hotel serían parte de los impuestos municipales y federales pagados.

Por otro lado, la competencia que genera un hotel con mejores servicios beneficiaría tanto a la población como al turismo, ya que se crearía conciencia en los negocios hoteleros ya existentes en cuanto al ofrecimiento de mejores remuneraciones para los empleados, y mejores servicios para los clientes.

Algo que justifica el proyecto en mayor grado, es la bondad de su naturaleza; su atmósfera primaveral, espléndida en viveros de árboles y flores, Uruapan no sólo es una de las más bellas regiones del Estado, sino del País, con un sinfín de opciones para pasear y celebrar convenciones y congresos, y, valga decir que todas éstas ventajas con que cuenta han sido muchas veces desaprovechadas.

Para el visitante, Uruapan ofrece grandes y bellos paisajes, decenas y decenas de pintorescos pueblos con talleres donde se demuestra la infinita imaginación y la creatividad de los uruapenses plasmada en la creación de textiles, muebles, bordados, deshilados, laqueados, instrumentos musicales y todo lo concerniente al arte popular.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Otra virtud de la ciudad es, la experiencia que ofrece con sus fiestas, las tradiciones y las danzas que pueden verse en diferentes épocas del año.

4.3. DESARROLLO DEL PROYECTO (CASO PRÁCTICO)

Para comenzar con el desarrollo del caso práctico, primero se verán algunas generalidades e historia de Uruapan, algo acerca del turismo en Uruapan, para comenzar de lleno con el caso práctico.

ETIMOLOGÍA E HISTORIA DE URUAPAN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El significado de Uruapan viene de la palabra "URUAPINI" que significa "El acto en que brotan los cogollos de las plantas y gozan de perene primavera. Otro significado es de la palabra "URUAPANI" que significa florecer y fructificar de un planta al mismo tiempo. Una segunda etimología hace derivar el nombre de la palabra Urani que significa jícara, que es una de las artesanías tradicionales de la población y que deriva seguramente desde los tiempos prehispánicos.

La Ciudad de Uruapan Michoacán fue fundada en el año de 1533, por Fray Juan de San Miguel. Ya había antes un asentamiento de población de la rama del reino Purhépecha bajo el mando del Emperador Tariácuri. Los conquistadores no habían podido dominar a los tarascos, hasta que Fray Juan de San Miguel llegó y los evangelizó. Después llegaron por sorpresa y pudieron conquistar el Imperio Tarasco, ello eran HIRAPAM, HIQUINGARI, Y TANGANXUAN. Junto al río Cupatitzio se había formado lo que mas tarde sería la población de Uruapan, al principio estuvo

dividido en nueve barrios; en los que el Fraile dejó sus enseñanzas para que hicieran diferentes tipos de materiales como: lacas, telas, rebozos y varias artesanías.

Actualmente la ciudad cuenta aproximadamente con 250,000 habitantes cuya principal actividad es el comercio; también considerada como centro turístico importante. Se produce en gran cantidad el aguacate en lo que se refiere a su agricultura y a su ganadería.

Las festividades más importantes son: la fiesta de su patrono, San Francisco de Asís, que tiene lugar en el mes de Octubre; el carnaval, que se lleva a cabo en Febrero; la Semana Santa, la fiesta de San Miguel Arcángel y de la virgen de Guadalupe, entre otros. Cuenta también con una gran variedad de entretenimientos, entre ellos esta la feria del Aguacate que se festeja del 13 de Noviembre al 6 de Diciembre.

Uruapan está comunicado con el resto del mundo por todos los medios comunes, cuenta con aeropuerto, y, por carretera cuenta con salidas o llegadas de autobuses de pasajeros o de carga, entre otros. Cuenta con buenos servicios hoteleros y de mayor categoría a menor; Entre ellos se encuentra el Hotel "Plaza Uruapan", Hotel "El Tarasco", Hotel "Mansión de Cupatitzio entre muchos más. Los restaurantes son famosos por sus comidas tradicionales. (MIRANDA:1999,85)

LUGARES TURÍSTICOS

Existe una gran cantidad de lugares turísticos para visitar. Entre los más importantes están:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Parque Nacional.- En este bello Parque, nace el río Cupatitzio, cuyo significado en Purepecha deriva de Kupatzin, "Donde se bañan, agua en que se puede nadar".

Uruapan ha sido llamado el Paraíso Michoacano, y en gran medida debe su nombre a la existencia de este Parque Nacional, y su río Cupatitzio, emblema por excelencia de los uruapenses.

Cascada "La Tzaráracua".- En la ilustración la cascada llamada Tzaráracua sobre el río Cupatitzio, con sus múltiples caída de agua cristalina causa el asombro del espectador por su plasticidad y belleza incomparable.

La Huatápera.- El primer recinto construido, tal vez en forma muy rústica, fue lo que los indios llamaron Huatápera, el cual significa "Lugar de reunión, sitio donde se pueden reunir o a donde pueden llegar". Ubicada en el actual centro de la ciudad y que tenía la usanza de los franciscanos varias funciones: era hospital, era convento para los religiosos que dirigían la evangelización de la región, era lugar de reunión para deliberar los asuntos, organización y gobierno de Uruapan, además era un lugar de albergue para los viajeros que recorrían la comarca la requerían de un sitio para comer, beber o pasar a noche.

Los límites del municipio de Uruapan se marcan por los municipios de Tingambato, Ziracuaretiro y Taretan al este; Nuevo Parangaricutiro al oeste; Paracho, Charapan y Los Reyes al norte y el municipio de Gabriel Zamora (Lombardía) hacia el sur. La extensión geográfica del municipio alcanza una superficie de 1286 kilómetros cuadrados.

4.3.1. Ubicación y constitución de la empresa

Tomando en cuenta lo establecido en el capítulo I y II que nos habla de lo referente a las generalidades del proyecto y del estudio técnico, el hotel, objeto del presente caso práctico, tiene como razón o denominación social la de "HOTEL URHUAPANI S. de R. L. DE C. V.", el cual se forma en el año de 2002, y los socios (que son 10), aportaron en cantidades iguales la cantidad de \$10,000,000.00 por cada uno, sumando la cantidad de \$70,000,000.00 como capital inicial cuya cantidad se depositó en cuenta bancaria de la sociedad para el inicio de operaciones en el año 2003.

4.3.2. Formas de tributación y giro

El Hotel Urhuapani es una empresa que tributa bajo la figura jurídica de la Sociedad de Responsabilidad Limitada y, por tal cuenta con todos los órganos sociales y requisitos debidos a que se obliga a este tipo de sociedad, como la escritura constitutiva con fecha de inicio del año 2002, la inscripción a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los libros de actas y asambleas, de registros de socios, al Registro Público de la propiedad, y, a la Asociación Nacional de Hoteles y Moteles, Inscribirse como Patrón y dar de alta a sus trabajadores en el Instituto Mexicano del Seguro Social tomando en cuenta además a la Ley Federal del Trabajo para sus movimientos, el registro en libros diario, mayor, etc. Su forma de cumplir con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público está amparada bajo el Régimen General de Ley, teniendo como principales obligaciones fiscales las de pago de Impuesto sobre la renta (ISR), Impuesto al valor agregado (IVA), Retenedor de ISR E IVA por

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

honorarios, de ISR por salarios. Cabe mencionar que en este trabajo aún no se contempla el cobro del impuesto sobre hospedaje por no encontrarse el suficiente soporte legal y fiscal.

Para su construcción, implementación y puesta en marcha se pagan todos los impuestos, permisos y derechos municipales ante el Municipio, la Federación y todas las dependencias correspondientes, a que hacen referencia los estados financieros presentados en páginas subsecuentes, establecidos para una empresa de nueva creación, en este caso un Hotel de cinco estrellas (Ver en Anexo 9).

El giro de esta empresa, es la prestación integral de los servicios de hotelería con categoría de cinco estrellas, y, cuyas características son las establecidas en el capítulo I, dicho giro es principalmente la renta de habitaciones de sencillas, dobles (que pueden ser triples o cuádruples también), y de lujo que son las Suites, que, en total suman las 28 habitaciones del hotel, además de que se da el servicio de bar como actividad también preponderante de la empresa en cuestión. Algunos servicios adicionales de primera calidad son: servicio a cuartos especializado, de lavandería y tintorería, de guardería, gimnasio, alberca, restaurant, estética, salón de juegos etc. Cabe hacer mención que los servicios de restaurant y salón de juegos se rentan a personas externas que se encargan de proporcionar dichos servicios, pero, tomándolo como propio del hotel para mayor comodidad de los huéspedes. También cuenta con actividades secundarias a su giro, como son: la renta de salón para fiestas y eventos de ejecutivos, locales comerciales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.3.3. Método contable de registro

El método contable utilizado para el registro de las operaciones contables del hotel es la combinación del método de inventarios perpetuos con el analítico o pormenorizado, además de que no se lleva un método para valuar inventarios, ya que el giro de la empresa es de prestación de servicios, y, el inventario o almacén que se pueda tener en existencia es muy pequeño y se puede controlar fácil y físicamente por los mismos empleados de la empresa.

4.3.4. Determinación de la Muestra

La presente investigación fue elaborada mediante la aplicación de cuestionarios para los cuales no hubo necesidad de determinar una muestra, dada la situación que predomina en la Ciudad de Uruapan, ya que existen sólo 15 agencias de viajes y 12 hoteles con categorías de tres y cuatro estrellas; cabe mencionar que no todos contestaron dichos cuestionarios. Así entonces se realizó un censo para evaluar la información obtenida y basado éste, en todos los elementos del Universo finito y conocido.

Como ya se vio la determinación del tamaño de la muestra se basó en el censo; dado que este comprende el examen de todos los elementos de un grupo, existen situaciones particulares en las que es conveniente aplicarlo; en el caso planteado y tal como se explica en el capítulo I del marco teórico, y, con la aplicación de esta técnica se tiene plena seguridad de una exactitud absoluta en el manejo de la información de campo que se pretende determinar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se utilizó el muestreo no probabilístico, y dentro de éste el muestreo de conveniencia de sitio, ya que se acudió al lugar donde se encontraban las personas a encuestar, de acuerdo con lo que se establece en el capítulo II dentro del estudio de mercado, y, para la obtención y medición de resultados, se utilizó la forma ordinal, expresada en porcentajes para su presentación final por medio de gráficas.

En cuanto a la determinación de la muestra para la aplicación del cuestionario para turistas en la ciudad de Uruapan, por obvias razones no se efectuó un censo como fue el caso de los cuestionarios aplicados a hoteles y a agencias de viajes, en este caso se realizó un muestreo aplicable a la situación, que va acorde con lo siguiente:

Según el Teorema de Límite Central una muestra mayor de 30 elementos tiende a la normalidad de la muestra por lo tanto se puede establecer un muestreo del 10% que se considera seguro en el caso que se presenta, pues no se tiene una media conocida y por lo tanto tampoco se conoce la desviación. (ESTADÍSTICA II, 2000).

El 10% mencionado se determina en base al número total de habitaciones que tiene cada hotel censado y considerando un total de 590 habitaciones de dichos hoteles, que serán la población, se toma el 10% de estos y se determina una muestra de 59 turistas entrevistados para efectos de conocer sus características y preferencias.

Lo anterior se encuentra acorde al capítulo II del estudio de mercado, y que es muy importante para darnos cuenta de qué tan demandado está el servicio que ofrecemos en la empresa.

Las siguientes gráficas fueron elaboradas mediante la aplicación de dos cuestionarios los cuales no presentaron la necesidad de determinar una muestra,

como anteriormente ya se especificó el motivo de dicha situación. A continuación los cuestionarios y sus respectivos objetivos generales y particulares aplicados a los hoteles de 3 y 4 estrellas y a las agencias de viajes de Uruapan, y, en seguida las gráficas, resultados e interpretación de las mismas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.3.5. Cuestionario para hoteles en Uruapan, modelo, gráficas e interpretación

El Objetivo de este cuestionario es conocer los servicios que se prestan al turismo en Uruapan para determinar la competitividad en cuanto a la calidad de los servicios de hotelería. Además de cumplir con algunos objetivos particulares como son establecer la experiencia del hotel en base a los años que lleva laborando, saber cuales son los servicios que brinda el hotel al turismo, determinar el número de visitantes que se pueden hospedar en hoteles con buenos servicios, determinar cuales son las temporadas de mayor afluencia turística, cruzar y comparar con las respuestas de la pregunta número 9 del Cuestionario para las agencias de viajes, saber de que lugares nos visitan con más frecuencia, saber cuales son las formas en que se dan a conocer los hoteles de la ciudad, determinar cual es la ocupación laboral que requerirá el hotel típico evaluado en el proyecto de inversión, saber cuales son los puestos en específico que requerirá la implantación de hotel evaluada en el proyecto de inversión, saber si las personas que visitan la Ciudad, se hospedan en hoteles o si solo vienen como visitantes de un día, cual es el mayor atractivo para el turismo que nos visita y determinar cuales podrían ser las promociones establecidas por el hotel,

que tan importante es para los huéspedes tener un restaurante dentro del hotel y saber si utilizan este servicio, si son rentados con frecuencia los salones del hotel por los visitantes, cuales son los servicios requeridos por los huéspedes para determinar cuales servicios deberá tener el hotel típico evaluado, tener un promedio de cuantos turistas nos visitan normalmente para conocer el mercado de oferta y demanda que tenemos, conocer cuanto gastan los visitantes a la ciudad en hospedaje para saber si de acuerdo a esta información los turistas pueden pagar una tarifa más alta y evaluar si es rentable el proyecto, saber el concepto que tienen los hotelero en cuanto a las tarifas que se cobran en Uruapan y tenerlos en cuenta para el establecimiento de precios según los servicios y calidad en un hotel de 5 estrellas, entre otros.

MODELO DEL CUESTIONARIO PARA HOTELES EN URUAPAN

1.- ¿Cuánto tiempo tiene que se implantó este hotel?

- a) menos de 5 años
- b) De 5 a 10 años
- c) Más de 10 años

2.- ¿Con que servicios cuenta? (puede marcar todos los servicios con que cuenta)

- 1) alberca
- 2) estacionamiento
- 3) restaurant
- 4) gimnasio

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- 5) service-room
- 6) lavandería / tintorería
- 7) salón de convenciones
- 8) salón de juegos
- 9) jardines y canchas
- 10) agencia de viajes
- 11) otros (especifique) _____

3.- ¿Cuántas habitaciones tiene el hotel?

4.- ¿Cuáles son las temporadas más altas de ocupación para su hotel?

5.- ¿Cuáles son las tarifas y promociones que manejan?

6.- De qué lugares proviene el turismo que los visita?

7.- ¿Cuáles son los medios de difusión utilizados por el hotel?

- a) Internet
- b) Radio y televisión
- c) Periódico
- d) Agencias de viajes
- e) Otros (especifique) _____

8.- ¿Cuántas personas laboran en el hotel?

9.- ¿Cuáles son los puestos que tienen en el hotel?

10.- ¿Cuánto es el promedio de estancia de un visitante en el hotel?

- a) 1 noche
- b) 2 o 3 noches

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- c) de 3 a 6 noches
- d) una semana
- e) más de una semana

11.- ¿Porqué razón creé usted que el turismo viene a Uruapan?

1. Por sus atractivos turísticos
2. Por descanso y placer
3. Por viaje de negocios.
4. Otros (especifique)_____

12.- ¿Comen en el restaurante del hotel las personas que se hospedan en él?

SI () NO () Solo desayunan o cenan ()

13.- ¿Quiénes rentan con más frecuencia los salones del hotel?

1. Los huéspedes del hotel
2. La comunidad de Uruapan
3. Otros (especifique)_____

14.- ¿Cuáles son los servicios más demandados por los huéspedes del hotel?

1. Estacionamiento
2. Alberca
3. Restaurant
4. Gimnasio
5. Información turística
6. Room service
7. Lavandería/ tintorería

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

8. Otros (especifique) _____

15.- ¿Qué afluencia de turistas en promedio tienen al mes?

16.- ¿Cuánto gasta en promedio cada visitante en el hotel?

- a) \$500 a \$2000
- b) \$2000 a 5000
- c) 5000 o más

17.- ¿Qué tipo de comida consumen más los huéspedes?

- a) Típica mexicana
- b) Típica michoacana
- c) Internacional
- d) Otras

18.- ¿Cómo considera en general el servicio brindado por los hoteles de Uruapan?

- a) Excelente b) Bueno c) Regular d) Malo

19.- ¿Cree que les hace falta algo más a los hoteles en Uruapan?

- a) Calidad
- b) Servicios
- c) Atención
- d) Inf. Turística
- e) Espacios
- f) Otros(especifique) _____

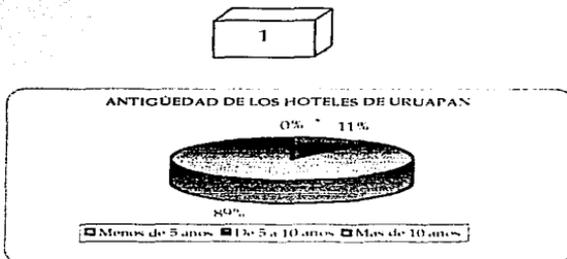
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

20.- ¿Cómo considera las tarifas cobradas por habitación en el hotel?

Elevadas () Económicas () Razonables ()

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS GRÁFICAS
OBTENIDAS DE RESPUESTAS AL CUESTIONARIO PARA HOTELES

GRÁFICA 1



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta directa 2002.

La mayoría de los hoteles de 3 y 4 estrellas de la Ciudad de Uruapan, son edificios y construcciones muy antiguas, por lo que según los datos que arroja la encuesta realizada a hoteles el 89% de los hoteles fueron creados hace más de 10 años.

De lo cual se desprende que hace mucho tiempo que no se implanta un hotel nuevo con los servicios que el turismo requiere, y la demanda de estos crece de manera constante.

También podemos interpretar que los hoteles de 3 y 4 estrellas existentes en la ciudad de Uruapan cuentan con experiencia y una trayectoria que ha marcado su presencia en el mercado creando prestigio entre los consumidores de servicios hoteleros en la Ciudad de Uruapan.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 2

2



Fuente: Idem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

De acuerdo a las respuestas a esta pregunta se puede deducir que a todos los hoteles de Uruapan les hace falta algún servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores de servicios hoteleros, y determinamos que todos cuentan con estacionamiento y la mayoría tienen servicios de restaurante, servicio a las habitaciones y lavandería o tintorería.

En las respuestas, se encuentra un 9% que compone otros, este 9% se integra de respuestas obtenidas en la encuesta, como son: tienda de artesanías, área comercial, tabaquería, centro de negocios, entre otros, mencionados por algunos hoteles que cuentan con estos servicios en particular y de los cuales consideran son importantes, aunque los visitantes o clientes de los mismos hoteles no los soliciten o no crean que son necesarios, podrían ser una fuente de ingresos adicional al hotel.

CUADRO 1

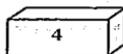
¿CUANTAS HABITACIONES TIENE EL HOTEL?	
HOTEL	NO. HABITACIONES
CALIFORNIA	16
EL TARASCO	55
PARAISO URUAPAN	56
MANSION DEL CUPATITZIO	57
CONCORDIA	62
NUEVO ALAMEDA	71
PIE DE LA SIERRA	73
VICTORIA	80
PLAZA Uruapan	120

FUENTE: Idem.

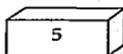
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El cuadro ilustra el número de habitaciones que tiene cada hotel que fue tomado en cuenta para la determinación de la información considerada en el estudio de mercado; con esto se plasma una idea del número de habitaciones que podrían estar ocupadas en temporadas altas de turismo, y el número de personas para las cuales se tiene capacidad en los hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad de Uruapan, determinando de una forma muy general la oferta de habitaciones en

nuestra ciudad y ver si esta es suficiente para el número de turistas que visitan la ciudad.



Las temporadas de ocupación más altas para los hoteleros de la Ciudad de Uruapan, son: Semana Santa, y la segunda quincena del mes de Diciembre según la opinión del 100% de los hoteles encuestados; las vacaciones de verano (78% de los hoteles encuestados); primeros días de noviembre y los puentes vacacionales (según el 56% y el 33% de los hoteles encuestados respectivamente). Se determina que en estas épocas no hay hoteles disponibles en la ciudad de Uruapan. Dado que la pregunta fue abierta no se presenta una gráfica que ilustre la información recabada.



Las tarifas del hotel Mansión del Cupatitzio son desde \$705.00 en habitación sencilla hasta \$1,999.00 en suite ejecutiva.

En el hotel Paraíso Uruapañ las tarifas son: desde \$275.00 en habitación sencilla hasta \$830.00 en suite para dos personas.

En el hotel Plaza Uruapan las tarifas son desde \$540.00 en habitación sencilla hasta \$1,400 en master suite

En el Motel Pie de la Sierra, la tarifa es de \$530.00 en habitación doble, y manejan promoción de la tercera noche gratis.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

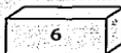
En el hotel Concordia manejan promociones de descuentos y cortesías para grupos.

En el Hotel Victoria tienen tarifas desde \$475.00 en habitación sencilla hasta \$695.00 en junior Suite doble.

Las tarifas del hotel Alameda se ubican entre \$220.00 t \$400.00, manejan promociones de 20% a viajeros frecuentes.

En el hotel California las tarifas están desde \$250.00 en habitación sencilla hasta \$400.00 en habitación cuádruple.

Se deduce que en las tarifas cobradas en estos hoteles no hay punto de comparación, por lo que pensamos que los servicios en relación al costo, difieren mucho de un hotel a otro independientemente de la categoría de los mismos



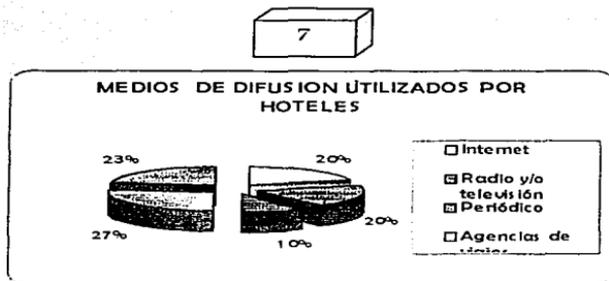
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En su mayoría el turismo nacional proviene de los siguientes estados en orden descendente: Jalisco, Distrito Federal, Estado de México y Guanajuato principalmente, además de la región del bajo y esporádicamente de algunos estados del norte como son Sonora: Nuevo León, Tamaulipas, Ciudad Obregón y Baja California

De esto deducimos que en su mayoría el turismo que nos visita es de los Estados más cercanos al nuestro por lo cual pensamos que hace falta mayor apoyo al sector turístico en la ciudad así como más inversiones para que se explote el potencial

que se tiene en Uruapan y sus alrededores, pero principalmente hace falta la difusión turística.

GRÁFICA 3



Fuente: Idem

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los hoteles de Uruapan utilizan a las agencias de viajes como principal medio de difusión por ser más efectivo y también el más económico en un 27%, también se utilizan los servicios de internet en igual proporción de 20% a la publicidad por radio y la televisión en la ciudad ya que tiene mayor cobertura de difusión. Por otro lado una parte importante de los hoteles utiliza otros medios de difusión como son: revistas ferias turísticas, folletería, transportistas y directorio telefónico logrando un 23% entre estos; de lo cual se puede deducir que los hoteleros en su mayoría evitan en lo posible los costos en publicidad y difusión de sus servicios; ya que sólo un 10% utilizan el servicio de publicidad en periódico y este es un tanto costoso.

CUADRO 2

¿CUANTAS PERSONAS LABORAN EN EL HOTEL?	
HOTEL	NO. TRABAJADORES
CALIFORNIA	13
EL TARASCO	55
PARAISO URUAPAN	24
MANSION DEL CUPATITZIO	75
CONCORDIA	22
NUEVO ALAMEDA	31
PIE DE LA SIERRA	60
VICTORIA	65
PLAZA URUAPAN	130

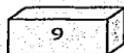
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

FUENTE: Idem.

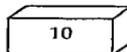
En el cuadro se ilustra el número de personas que laboran en el hotel, lo cual permite darse una idea de la organización del mismo hotel y de acuerdo a sus dimensiones y requerimientos de personal, evaluar cuales son o cuantas son las personas que auxiliarían en el hotel que se pretende implantar; aunque cabe mencionar que en ningún caso de hoteles de tres y cuatro estrellas en la ciudad se tienen departamentos de personal separados como tales, simplemente alguna persona

como administrador se encarga de los pagos de nóminas y alguien más de las contrataciones, esta persona en la mayoría de los casos suele ser el dueño del negocio.

Se considera importante el número de personas que se contratarán o que laboran en una empresa, dado que el personal es la parte más importante en una organización, pues sin personal no se logran los objetivos que se pretenden cumplir y además es una salida importante en el flujo de efectivo que se deberá tomar en cuenta para la determinación de las utilidades.

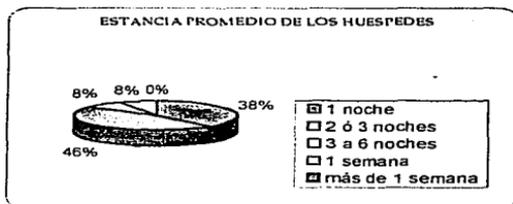


En los hoteles de Uruapan se contrata personal según los servicios que se presten atendiendo a las necesidades laborales del hotel, entre los puestos necesarios para la implantación de un hotel se encuentran los siguientes: Gerentes, Administradores, Contador, Auxiliares, Secretarias, botones, barman, almacenistas, empleados de seguridad, veladores, meseros, cocineros, cajeras, camaristas, lavanderas, jardineros, galopinas, Mozos, Intendentes, Bell-boys, Recepcionistas, amas de llaves, Encargados de alimentos y bebidas entre otros, dependiendo de los servicios que preste el hotel y las necesidades del mismo.



TESIS CON
FALSA DE ORIGEN

GRÁFICA 4



Fuente: Idem

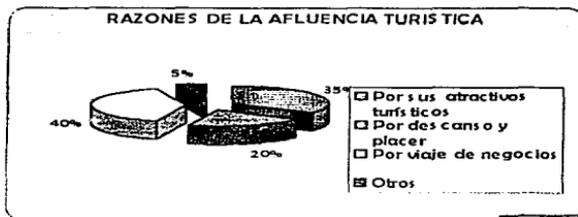
En la Ciudad de Uruapan existe poca difusión de los destinos turísticos que la rodean; ni el Municipio, ni los hoteles se han preocupado por crear una cultura de zona turística a los habitantes, de mantener en buen estado los lugares históricos a visitar, ni mucho menos los habitantes de la Ciudad de Uruapan nos hemos preocupado por tener una ciudad limpia y en buen estado que alimente en los visitantes las ganas de regresar a Uruapan.

Esta, es una de las razones por las que la gente que viene a Uruapan solamente se quedan una noche (el 46%), o en su caso, dos o tres noches (el 38%), y visitan el Parque Nacional, por que no están enterados de que existen más lugares que visitar, y muchas veces se hospedan en otros lugares (como Morelia o Pátzcuaro), por que difunden más su cultura y sus costumbres y por que tienen la infraestructura necesaria que el turista requiere para sentirse cómodo y bien atendido.

TESIS CON
FALLA EN EL ORIGEN

GRÁFICA 5

11



Fuente: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

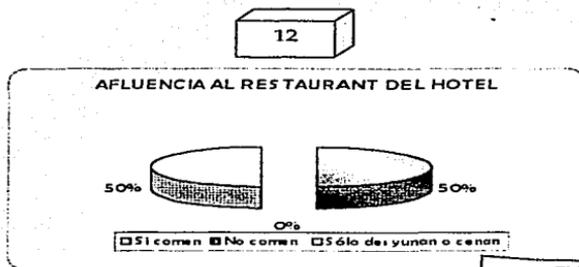
Uruapan tiene un importante flujo de turismo que viene exclusivamente por negocios (el 40% de ellos), ya que es una Ciudad comercial importante en cuanto a la producción de aguacate, su venta y su distribución, razón por la cual se tiene la oportunidad de recibir (aunque en poca medida) turismo internacional; por otro lado, indudablemente la ciudad cuenta con una vegetación envidiable y muchos recursos naturales importantes que no tienen otros estados, riquezas y bellezas naturales que son admiradas por nacionales y extranjeros y en un porcentaje no muy distante pero más pequeño, el 35% de los visitantes asisten a la ciudad de Uruapan por sus atractivos turísticos y otro 20% por descanso simplemente.

Dado que, en su mayor parte el turismo que viene a Uruapan es por negocios y por las bellezas naturales, entonces pues; corresponde a la inversión privada mejorar

la calidad de los servicios y las comodidades que se otorgan a las personas que vienen por negocios, por comodidad o simplemente a conocer la Ciudad.

Cabe mencionar que dentro del 5% que engloba otros se menciona el turismo religioso que visita la Ciudad y sus alrededores, por ejemplo, San Juan Nuevo.

GRÁFICA 6



Fuente: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

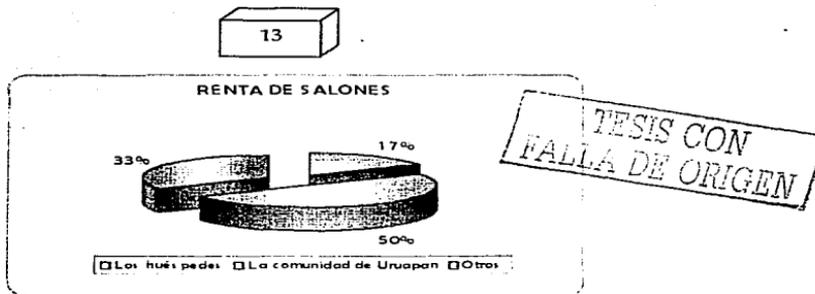
Un 50% de los huéspedes en los hoteles en los cuales cuentan con restaurante hace uso del mismo durante su estancia, de lo cual se deduce que es importante que el hotel que se escoge tenga servicios de restaurante, ya que es más cómodo para los visitantes desayunar dentro de este antes de salir a conocer la Ciudad o cenar de regreso antes de disponerse a descansar.

Además, si el visitante busca un ambiente típico y regional, lo puede encontrar en la variedad de comida del estado que se otorgue en el restaurante del hotel donde

se hospeda, si este sirve comida de este tipo que haga sentir al visitante realmente en otro sitio que hable de nuestras costumbres y tradiciones.

Y dado que sólo el 50% de los huéspedes (en promedio) utilizan este servicio, es conveniente que el mismo se otorgue también a la población en general.

GRÁFICA 7



Fuente: Idem.

Los salones de los hoteles de la ciudad de Uruapan son muy serviciales, principalmente para la comunidad de la Región (quienes los utilizan en un 50%); siendo esta última la más beneficiada en cuanto al servicio que presta el hotel de renta de salones de fiesta; es obvio que además representa una fuente de ingresos para el hotel que puede no provenir precisamente del turismo, sino de los mismos habitantes de la región.

Por otro lado, sería importante conocer las necesidades que tienen los consumidores de este servicio (renta de salones) en la Ciudad de Uruapan y las

sugerencias que estos hacen; ya que es muy comprensible que las personas de la Ciudad renten también los salones de los hoteles, sobre todo si estos se adecuan a sus necesidades y se adaptan a sus bolsillos.

Otro sector importante que renta los salones de los hoteles es el de las empresas nacionales y locales (en un 33%), ya sean de gobierno o particulares, para la realización de eventos a nivel nacional en nuestra Ciudad.

Por último, sólo el 17% de los huéspedes del hotel utilizan los servicios del mismo en cuanto a salones de fiesta o de eventos, en cuanto a este dato cabe mencionar que la encuesta arroja este dato por que las respuestas están basadas en que en algunos de los hoteles encuestados se tiene el servicio de renta de salones y los clientes que se hospedan van en determinadas fechas del año solo por que organizan eventos en los que además rentan las instalaciones del hotel.

GRÁFICA 8

14



Fuente: Idem.

YESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Entre los servicios más demandados por los huéspedes en los hoteles de Uruapan están: estacionamiento, restaurante, alberca y servicio a cuartos (del 23%, 27%, 15% y 15% respectivamente); por lo cual se considera que es muy importante tener estos servicios en un hotel, además de que son requisitos indispensables para un hotel de cinco estrellas, entre otros, tal como se indica en el capítulo I dentro del marco teórico.

Dentro de otros, los hoteles mencionaron servicios como salones de fiestas (analizado en la pregunta anterior), así como información turística o lavandería y tintorería, demandados en un 12% respectivamente; o alberca (en un 15%); así como esporádicamente se demandan servicios de larga distancia (en varios, de los cuales son solo el 6%), a lo que es lógico que todos ofrecen este servicio, aunque no todos lo mencionaran en la encuesta.

15

CUADRO 3

¿QUÉ AFLUENCIA DE TURISTAS TIENEN LOS HOTELES AL MES?		
HOTEL	PORCIENTO	CATEGORIAS
CALIFORNIA	80%	3 ESTRELLAS
EL TARASCO	70%	4 ESTRELLAS
PARAISO URUAPAN	50%	4 ESTRELLAS
MANSION DEL CUPATITZIO	70%	4 ESTRELLAS
NUEVO ALAMEDA	60%	3 ESTRELLAS
PIE DE LA SIERRA	50%	3 ESTRELLAS
PLAZA URUAPAN	55%	4 ESTRELLAS

FUENTE: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

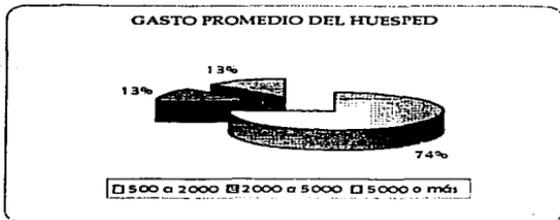
De la información contenida en el cuadro se desprende que el hotel California es el que tiene mayor porcentaje de ocupación en el año, esto se entiende puesto que su ubicación le ayuda para ser un hotel cómodo en cuando a las personas que asisten a un viaje de placer y además se encuentra al paso, y sus tarifas son muy accesibles; además de ser un hotel de tres estrellas con calidad en el servicio y tener un estacionamiento muy amplio.

Asimismo en orden descendiente pero no muy alejado del anterior se encuentran los hoteles El Tarasco (en el centro) y Mansión del Cupatitzio (junto al parque nacional), los cuales son hoteles de cuatro estrellas de reconocido prestigio y con muy buenas instalaciones; en tercer lugar se encuentra el Nuevo Hotel Alameda, el cual no tiene el servicio de restaurante, pero se encuentra en muy buena ubicación.

Por último es importante hacer la observación del lugar en que se sitúa el hotel plaza en porcentaje de ocupación, ya que es el más grande en cuanto al número de habitaciones; no así el hotel California que podría tener ocupación del 80% de 16 habitaciones que tiene, mientras que el Plaza Uruapan tiene el 55% de ocupación de 120 habitaciones en total.

Entonces, como se puede apreciar el porcentaje de ocupación no es un dato representativo para tomar en cuenta si no se considera el número de habitaciones que tiene cada hotel tomado para la elaboración de las encuestas y por lo tanto para la obtención de la información de campo encontrada mediante el estudio de mercado.

GRÁFICA 9



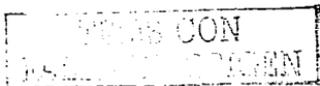
Fuente: Idem.

El 74 % del turismo gasta menos de \$2,000 durante su estancia en el hotel, y considerando que el promedio de estancia es de 2 ó 3 días en su mayoría, los costos de los servicios hoteleros resultan económicos en la Ciudad de Uruapan; el resto de los clientes gastan más de dos mil (13%), o bien, más de de 5,000.00 (un 13%).

GRÁFICA 10



Fuente: Idem.



Por lo general el turismo consume más comida típica michoacana (40%) ya que tiene curiosidad de probarla y disfrutar del arte culinario de la ciudad o lugar visitado.

Aunque no hay mucha diferencia en cuanto a la preferencia de la comida michoacana y la mexicana (la cual es del 10%, ya que mientras se prefiere la comida mexicana en un 50%, también se prefiere la michoacana en un 40%); esto precisamente debe obligar a mejorar los servicios de los restaurantes que se encuentran dentro de los hoteles para que sea la comida típica (de Uruapan y alrededores), un atractivo más para lograr mayor afluencia turística.

GRÁFICA 11



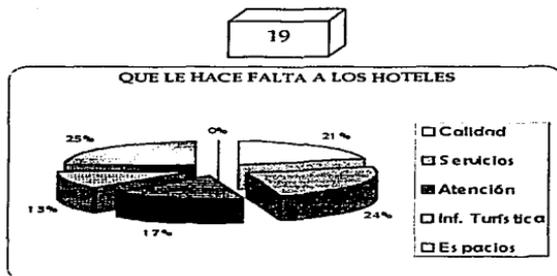
Fuente: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Los hoteleros de la Ciudad de Uruapan consideran que los servicios ofrecidos a los visitantes es en general (es decir el 89% lo aprueban) bueno, y que tanto ellos

como la competencia cubren las necesidades turísticas de las personas que vienen de visita a Uruapan por cualquiera que sea el motivo de dicha visita.

GRÁFICA 12



Fuente: Idem.

En su mayoría los hoteleros opinan que les hacen falta lugares más espaciosos, servicios y calidad de los mismos (25%,24% y 21% respectivamente); cuestión que se contrapone con la respuesta a la pregunta anterior y se justifica ya que mientras un hotel brinda un servicio que otro no tiene, el otro a su vez cubre necesidades que el primero no logra satisfacer.

De lo cual se desprende que un hotel espacioso con más servicios de calidad y atención especializada brindaría mayor comodidad al turismo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se considera importante señalar que un 17% de los clientes de hoteles en la ciudad opinan que los servicios son deficientes en cuanto a la hotelería y un 13% opinan que hace falta información turística en cuanto a los alrededores.

GRÁFICA 13



Fuente: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dado que los hoteleros contestaron muy a su criterio esta pregunta ellos consideran razonables sus tarifas pero nosotras las consideramos desproporcionados unas con respecto de otras pues estimamos que no hay un factor que las regule y determine.

4.3.6. Cuestionario para las agencias de viajes, modelo, gráficas e interpretación

El objetivo de este cuestionario es, determinar de acuerdo a la opinión de las Agencias de Viajes las características y preferencias del turismo para evaluar la viabilidad de establecer un hotel típico de 5 estrellas en la Ciudad de Uruapan, Mich.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Determinar cuales son las temporadas de mayor afluencia turística. Cruzar con las respuestas de la pregunta 4 del cuestionario para hoteles.
2. Conocer cuales son las preferencias en cuanto a calidad y servicio en hoteles de las personas que se hospedan en Uruapan.
3. Conocer preferencias de los visitantes en cuanto a servicios hoteleros.
4. Saber que personas nos visitan si tienen la capacidad económica para pagar un hotel que tenga todos los servicios, incluso conocer sus exigencias.
5. Cruzar con la respuesta de la pregunta No. 10 del cuestionario para hoteles.
6. Reiterar si el turismo nacional en Uruapan sobrepasa al extranjero.
7. Cruzar con las respuestas de la pregunta 6 del cuestionario para hoteles.
8. Determinar en base a la experiencia de una agencia de viajes, si es posible tener una afluencia turística importante con la implantación del hotel.
9. Ver cuales son las tarifas que manejan los hoteles existentes y determinar las ventajas competitivas que nos otorgaría la implantación de un hotel.
10. Saber las deficiencias de los hoteles de la ciudad para evitarlas.
11. Determinar las cosas que hacen falta en la Ciudad para llamar la atención de los turistas, basándonos en la opinión de las agencias de viajes.

MODELO DE CUESTIONARIO PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES

- 1.- ¿En que mes(es) del año hay más turistas en la Ciudad de Uruapan, Mich.?
- 2.- ¿Cuáles son los hoteles que prefieren los turistas que nos visitan?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1. 4 estrellas
2. 3 estrellas
3. Hoteles más económicos

3.- ¿Cuáles son los servicios más demandados por el turismo en la ciudad de Uruapan?

- a) Estacionamiento
- b) Alberca
- c) Restaurant
- d) Gimnasio
- e) Información turística
- f) Room service
- g) Lavandería/ tintorería
- h) Otros (especifique). _____

4.- ¿Qué características tiene el turismo que viene a Uruapan?

5.- ¿Cuál es el promedio de estancia para un visitante a Uruapan?

- a) 1 noche
- b) 2 o 3 noches
- c) de 3 a 6 noches
- d) una semana
- e) más de una semana

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

6.- ¿Qué tipo de turismo visita la ciudad de Uruapan?

1. Turismo Nacional (indicar porcentaje) _____

2. Turismo Internacional (Indicar porcentaje)_____

7.- En el caso del Turismo nacional, de que estados nos visitan con mayor frecuencia?

8.- ¿Creé que funcionaría en Uruapan un Hotel Típico de 5 estrellas?

SI () NO () ¿POR QUÉ?

9.-¿Cuáles son las tarifas que manejan en Uruapan los hoteles de 3 y 4 estrellas?

10.- ¿Creé que les haga falta algo a los hoteles de estas categorías de la Ciudad ?

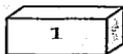
11.- ¿ Que creé que le haga falta a la ciudad para llamar la atención de más turistas?

- a) Centro comerciales
- b) Balnearios
- c) Ambiente más típico
- d) Bares, discos o centros nocturnos
- e) Promoción y difusión turística
- f) Desarrollo económico.
- g) Otros (especifique)_____

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS GRÁFICAS

OBTENIDAS DE RESPUESTAS AL CUESTIONARIO PARA AGENCIAS DE

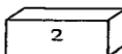
VIAJES



Las agencias de viajes consideran que semana santa es temporada alta en un 90% mientras que la segunda quincena de Diciembre y los primeros días de Noviembre son temporadas altas en un 40% y 30% respectivamente; por ultimo según la información que nos proporcionan las agencias de viajes la temporada de verano es alta en un 20%.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En estos resultados coinciden con los hoteles en que las temporadas altas son Semana Santa y las épocas Decembrinas, y aunque difieren un poco en porcentajes, esto es comprensible, pues las agencias dan un dato aproximado, ya que ellas no venden servicios hoteleros a las personas que visitan la Ciudad de Uruapan sino a las personas de la localidad que desean visitar algún punto fuera de la ciudad.



CUADRO 4

<i>¿CUALES SON LOS HÓTELES QUE PREFIEREN LOS TURISTAS EN LA CIUDAD DE URUAPAN?</i>		
RESPUESTAS	PORCIENTO	FRECUENCIA
4 Estrellas	25.93	7
3 Estrellas	11.11	3
Más económicos	7.41	2
Universe		27

FUENTE: Idem.

El cuadro deja ver en números la preferencia de los turistas que visitan la ciudad por los hoteles de cuatro y cinco estrellas, para lo cual se presenta la información graficada de forma más explícita en la siguiente:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

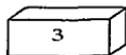
GRÁFICA 14



Fuente: Idem.

A la mayor parte del turismo le interesa ser bien atendido y con los mejores servicios puesto que en porcentaje un 58% prefiere los hoteles de cuatro estrellas, y en un porcentaje del 25% prefieren hoteles de 3 estrellas.

Por otro lado, si bien es cierto que viene mucho turismo de paso, religioso, con mochila, etc. que realmente no requieren servicios hoteleros, también es cierto que el turismo que sí desea conocer a Uruapan y sus alrededores, si se hospeda y se puede obtener de dichos visitantes en su mayoría nacionales una derrama económica importante; ya que solo el 17% prefieren hoteles más económicos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 5

¿CUALES SON LOS SERVICIOS DEMANDADOS POR EL TURISMO EN LA CIUDAD DE URUAPAN?		
RESPUESTAS	PORCIENTO	FRECUENCIA
Estacionamiento	12.50	9
Alberca	4.17	3
Restaurant	9.72	7
Gimnasio	2.78	2
Inf. Turística	4.17	3
Room service	1.39	1
Lavandería/Tintorería	1.39	1
Otros	4.17	3
Universo		72

FUENTE: Idem.

El cuadro que se presenta arriba, muestra la demanda por los servicios que tienen los huéspedes, y a simple vista deja ver que el principal requerimiento es el de estacionamiento para que los huéspedes que se hospedan en hoteles de la ciudad tengan la comodidad y seguridad que necesitan, según las agencias de viajes, situación que se ilustra en la siguiente:

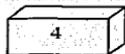
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 15



Fuente: Idem

Las agencias de viajes coinciden con los hoteles en cuanto a que lo que más requiere el turismo son los estacionamientos (32%) y los restaurantes (25%) de lo cual deducimos que es importante como servicio en un hotel contar con un restaurante de comida típica michoacana (de acuerdo a las respuestas a la pregunta 17 del cuestionario para hoteles), además de la internacional y con un estacionamiento espacioso que además tenga servicio de valet parking e inclusive renta de autos para la comodidad de los visitantes.

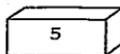


**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

En Uruapan nos visita turismo que se encuentra en las siguientes categorías: Nacional y Extranjero, además turismo social, familiar, religioso, y de descanso; en su mayoría el turismo de Uruapan es de clase media y clase media baja; por otro lado en base a las temporadas altas de ocupación hotelera determinamos que el turismo se

interesa en las artesanías y costumbres de Uruapan, y vienen principalmente para visitar el parque nacional.

Es muy importante saber cuanto tiempo promedio se hospeda la gente ya que, así se puede medir la ocupación hotelera que transcurre en el tiempo que están las personas que vienen de vacaciones, y, así medir las actividades de los turistas o visitantes programar mejor.



CUADRO 6

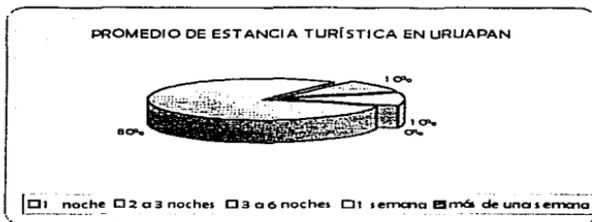
¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE ESTANCIA DE UN VISITANTE EN URUAPAN?		
RESPUESTAS	PORCIENTO	FRECUENCIA
1 noche	0.00	0
2 a 3 noches	80.00	8
3 a 6 noches	10.00	1
1 semana	10.00	1
más de una semana	0.00	0
Universo		10

FUENTE: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Según las agencias de viajes los visitantes a la ciudad se quedan de dos a tres noches (el 80%), y solo en algunos casos (10%) se quedan unos días más, hasta una semana, pero nunca más tiempo.

GRÁFICA 16

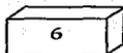


Fuente: Idem.

Coincide con la pregunta a los hoteles en que el promedio de visita a Uruapan es de 2 a 3 noches, en este caso un 80% de las agencias de viajes, y un 46% de los hoteles opina lo mismo, mientras que un 38% de los hoteles explica que el promedio de estancia es un día.

Según las agencias de viajes, los huéspedes nunca se quedan por más de una semana en la ciudad hospedados en un hotel.

Esto se explica por los argumentos dados en la pregunta a los hoteles, falta de limpieza en la ciudad, poca cultura de zona turística, y ambulante y desorden vial, entre otros.



CUADRO 7

¿ EN QUE PORCENTAJE VISITA A LA CIUDAD DE URUAPAN EL TURISMO NACIONAL ?	
RESPUESTAS	PORCIENTO
Turismo Nacional	78.33%
Turismo Extranjero	21.67%
Universe	100.00%

FUENTE: Idem.

El turismo extranjero que visita la ciudad es poco:

GRÁFICA 17

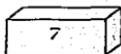


Fuente: Idem.

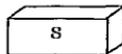
INFORMACION
FALLA DE ORIGEN

En su mayoría el turismo que nos visita es nacional, pues se entiende que si se tiene poca difusión a nivel nacional, mucho menos se difunden en el extranjero nuestras costumbres, tradiciones y zonas turísticas.

Según las agencias de viajes, el turismo extranjero que visita nuestra ciudad en su mayoría es de muy bajo nivel económico y sólo uno que otro tiene la capacidad económica suficiente incluso para hospedarse en un buen hotel.



Coincide con las respuestas de los hoteles, las personas que visitan nuestra ciudad vienen de estados como: el Distrito Federal, Jalisco, Estado de México y Guanajuato, se hace obvio el resultado de la grafica por lo cual se omite su presentación.



CUADRO 8

¿ FUNCIONARIA EN URUIAPAN UN HOTEL TIPICO DE 5 ESTRELLAS ?		
RESPUESTAS	PORCIENTO	FRECUENCIA
SI	90%	9
NO	10%	1
Universe		10

FUENTE: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El cuadro ilustra la opinión de las agencias de viajes en cuanto a la idea de un hotel de cinco estrellas en la ciudad, se considera importante esta opinión dado que las agencias de viajes pueden tener una idea más clara sobre la demanda de las personas que se interesan en visitar la ciudad.

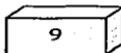
GRÁFICA 18



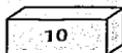
Fuente: Idem.

Del 100% de las agencias encuestadas, el 90% opinan que si funcionaría, aunque de estos, sólo el 50% respondió al por que de sus respuestas, y en su mayoría coinciden en que SI funcionaría un hotel típico de 5 estrellas en la ciudad de Uruapan argumentando que los visitantes buscan calidad y comodidad en los servicios hoteleros, además de considerar a Uruapan como una ciudad importante a nivel turístico. Por otro lado el 10% que opina que no funcionaría la implantación de un hotel típico de 5 estrellas, argumenta que el turismo que viene a Uruapan no busca el

lujo ni la comodidad, por que además no tienen la capacidad económica para pagar los servicios otorgados por un hotel de esta magnitud.



Dado que las agencias de viajes en Uruapan no venden servicios de hoteles en la ciudad, no tienen conocimiento exacto de las tarifas que se cobran en dichos hoteles y por lo tanto algunos solo dan aproximados.



Las agencias de viajes coinciden en que hace falta en los hoteles de Uruapan calidad y servicios en todos ellos, además de tours, promociones de nuestras costumbres y tradiciones y del hotel incluso, así como detalles típicos de decoración. Argumentan que hace falta mayor atención a los visitantes y diversidad en alimentos en sus restaurantes. Cuestión que se contrapone con la respuestas a la pregunta 18 del cuestionario para hoteles pues en su mayoría opinan que su servicio es bueno aunque aclaran que les hace falta espacios, calidad y servicios en su mayoría (De acuerdo a las respuestas dadas a la pregunta 19 del cuestionario para hoteles).

Más del 50% de las agencias creé que en Uruapan hace falta un ambiente más típico así como la promoción y difusión turística para atraer a los visitantes, además de que se requieren centro comerciales para atender las necesidades no solo del turismo sino de la localidad en sí.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por otro lado hace aún falta cultura de limpieza y educación en la ciudad y disminuir el ambulante sobre todo en el centro histórico de la ciudad.

4.3.7. Cuestionario para turistas en Uruapan, modelo, gráficas e interpretación

El objetivo general del cuestionario para turistas en la ciudad de Uruapan, es recopilar información sobre los gustos y preferencias de las personas que visitan nuestra ciudad, así como determinar de que lugares nos visitan más frecuentemente y que servicios y/o categoría de atención requieren los posibles huéspedes de un hotel de 5 estrellas implantado en la ciudad de Uruapan.

OBJETIVOS PARTICULARES:

1. Determinar cuales son los lugares de los cuales tenemos más visitantes en la Ciudad de Uruapan.
2. Determinar cuales son las causas por las que nuestra Ciudad es visitada y cuales son los lugares más admirados, teniendo como referencia los lugares de los cuales nos visitan.
3. Darnos una idea de los motivos de estas preferencias.
4. Verificar si nuestra Ciudad tiene la calidez en su gente de servicio a turistas.
5. Saber que tan seguido nos visitan las mismas personas, para saber si les gusta tanto que son capaces de volver.
6. Saber que tanto se difunden los Centros Turísticos de Uruapan y sus alrededores en otros lugares.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

7. Saber si los huéspedes vuelven a adquirir los servicios de un mismo hotel.
8. Corroborar la información dada en la respuesta anterior.
9. Conocer si (según la apreciación del turista), los hoteles de la Ciudad de Uruapan, tienen alguna falla, y en que están fallando, para no permitir que se cometan los mismos errores en el hotel implantado.
10. Conocer las exigencias adicionales a los hoteles de la Ciudad de Uruapan.
11. Determinar la demanda en un hotel de 5 estrellas.
12. Darnos cuenta de la capacidad económica que tienen los turistas de acuerdo a sus exigencias.
13. Ver las razones reales por las cuales un hotel de 5 estrellas no se ha implantado en la Ciudad de Uruapan.
14. Saber cual es el promedio de estancia de un turista en la Ciudad.
15. Saber cuales son los hoteles de más demanda.

MODELO DEL CUESTIONARIO PARA TURISTAS

1. ¿De qué ciudad nos visita?
2. ¿Qué lugares ha visitado y cuál le ha gustado más?
3. ¿Qué fue lo que le gustó más?
4. ¿Ha sido tratado como usted esperaba en la Ciudad de Uruapan?
 - a. Si
 - b. No¿Por qué?
5. ¿Qué tan frecuentes son sus visitas a la ciudad?
 - a. Es la primera vez

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- b. 2 o más veces al año
 - c. Ocasionalmente
6. ¿Por qué medio se entero de Uruapan, como destino turístico?
7. ¿Se hospeda siempre en el mismo hotel?
- a. Si
 - b. No ¿Por qué?
8. ¿Le han gustado los servicios y la atención que se le ha ofrecido en el hotel?
- a. SI
 - b. NO ¿Por qué?
9. ¿Creé que los hoteles en Uruapan tengan deficiencias en alguno de los siguientes aspectos?
- a) Servicios en general
 - b) Calidad
 - c) Ambiente típico
 - d) Información de los alrededores
 - e) Mobiliario y/o instalaciones
 - f) Atención
 - g) Otros
10. ¿Qué servicios le gustaría tener en un hotel? (además de los que encuentra en los hoteles de Uruapan)
- a) Casino o salón de juegos
 - b) Jardines, albercas y canchas
 - c) Gimnasio
 - d) Guardería

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- e) Entretenimiento nocturno
- f) Tours
- g) Estética
- h) Otros

11. ¿Se hospedaría usted en un hotel de 5 estrellas que cubriera todos los puntos

mencionados en la pregunta anterior y a un costo por habitación accesible?

- a. Sí b. No ¿Por qué?

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, tomando en cuenta que del precio depende

la calidad de los servicios?

- a. \$700.00 por noche
- b. \$1,000.00 por noche
- c. Más de \$1,000.00 por noche

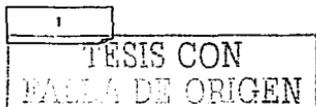
13. ¿Qué le impediría quedarse en un Hotel más lujoso?

Los costos Tiempo de estancia en la Ciudad No hay más lugares para
visitar Otros

14. ¿De cuánto tiempo fue su visita a nuestra Ciudad?

15. ¿En qué hotel se encuentra hospedado?

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS GRÁFICAS
OBTENIDAS DE RESPUESTAS AL CUESTIONARIO PARA TURISTAS**



CUADRO 9

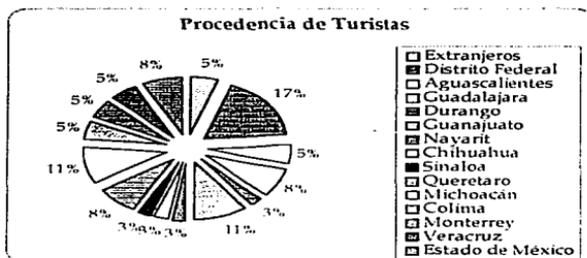
¿De qué Ciudad nos Visita?		
CIUDAD	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Extranjeros	0.05	2
Distrito Federal	0.18	7
Aguascalientes	0.05	2
Guadalajara	0.08	3
Durango	0.03	1
Guanajuato	0.11	4
Nayarit	0.03	1
Chihuahua	0.03	1
Sinaloa	0.03	1
Queretaro	0.08	3
Michoacán	0.11	4
Colima	0.05	2
Monterrey	0.05	2
Veracruz	0.05	2
Estado de México	0.08	3
UNIVERSO		38

FUENTE: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El cuadro ilustra que 38 personas participaron en la encuesta, de las cuales se marca la frecuencia y el porcentaje de personas provenientes de cada estado, el cual a su vez se encuentra enlistado en la primer columna.

GRAFICA 19



Fuente: Idem.

La encuesta indica que la mayoría de las personas que visitan nuestra ciudad vienen del Distrito Federal (17%), después siguen en orden Michoacán y sus alrededores, así como el estado de Guanajuato (11% cada uno); posteriormente, Guadalajara, Estado de México, Querétaro (8% cada uno); Colima, Monterrey, Aguascalientes y Durango (5% cada uno), y demás estados circunvecinos, que no cuentan en su hábitat con la vegetación que tiene nuestro estado, y una de las cosas que admiran de él es precisamente su riqueza y armonía natural.

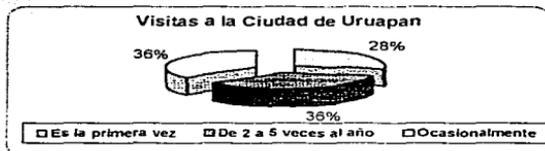
CUADRO 10

¿Qué tan frecuentes son sus visitas a la Ciudad?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Es la primera vez	0.28	10
De 2 a 5 veces al año	0.36	13
Ocasionalmente	0.36	13
UNIVERSO		36

FUENTE: Idem.

La mayor parte de las personas que visita la ciudad han venido y el hecho de que regresen aunque sea ocasionalmente significa que es un lugar agradable a la vista de los turistas.

GRÁFICA 20



Fuente: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Se considera importante saber si las personas entrevistadas habían visitado ya nuestra ciudad y resulta sorprendente ver que las personas entrevistadas visitan

nuestra ciudad más de dos veces al año en un porcentaje de 36%, otro 36% visita la ciudad ocasionalmente mientras que un 28% de los mismos visitan la ciudad de Uruapan por primera vez.

5

CUADRO 11

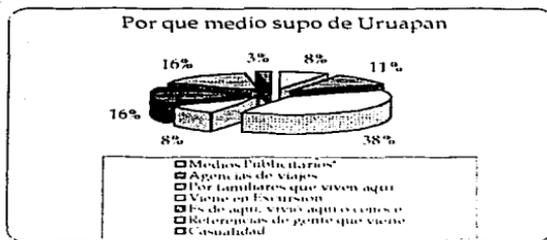
¿Por qué medio se enteró de Uruapan, como destino turístico?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Medios Publicitarios*	0.01	3
Agencias de viajes	0.02	4
Por familiares que viven aquí	0.06	15
Viene en Excursión	0.01	3
Es de aquí, vivió aquí o conoce	0.02	6
Referencias de gente que viene	0.02	6
Casualidad	0.00	1
UNIVERSO		259
* Incluyen Televisión, radio y periódico.		

FUENTE: Idem.

El cuadro muestra que la mayoría de las personas que conocen la ciudad de Uruapan o saben de ella es por familiares que visitan de manera constante, por que son Uruapenses, o bien por personas que ya la han visitado.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 21



Fuente: Idem.

De la información recopilada, se desprende que el mayor medio de difusión para la ciudad, es la gente que vive aquí (38%); pues un buen porcentaje de turismo esta integrado por las personas visitan a algún familiar o que conocen, según los datos arrojados por la pregunta anterior.

Ya que los medios de difusión que se tienen son referencias de algunas personas conocidas (16%), que han visitado la zona, o bien, personas de origen uruapense (16%), e incluso por agencias de viajes (11%); entonces, en muy bajos porcentajes se conocen como medios de promoción o difusión de la ciudad los que se pudieran considera como medios masivos de comunicación (8%).

6

TESIS CON
FALLA DE ORIGINAL

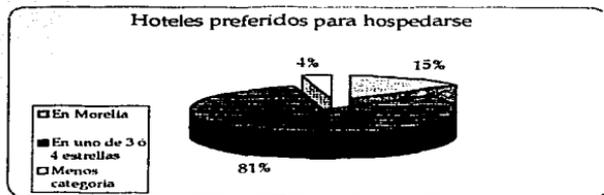
CUADRO 12

¿En qué hotel se esta hospedando?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
En Morelia	0.14	4
En uno de 3 ó 4 estrellas	0.79	22
Menos categoria	0.04	1
UNIVERSO		28
* Incluyen Televisión, radio y periódico.		

FUENTE: Idem.

Según el cuadro presentado arriba, la mayoría de las personas entrevistadas se están hospedando en hoteles de 3 y 4 estrellas en la ciudad de Uruapan, otras se están hospedando en Morelia y sólo vienen de pasada en alguna excursión; el dato se ilustra en la siguiente:

GRÁFICA 22



Fuente: Idem.

Un alto porcentaje de las personas que visitan la ciudad (81% para ser exactos), se hospedan en hoteles de 3 y 4 estrellas, y solo un pequeño pero significativo porcentaje se van a Morelia (15%) o a lugares cercanos por el hecho de visitar la ciudad de Uruapan (4%), solo de paso.

Se considera importante para este efecto que la gente que se hospeda en este tipo de hoteles conozca las alternativas de visita que tiene la ciudad para decidir quedarse más tiempo por aquí, pero lamentablemente Uruapan no cuenta con un lugar o una organización que de a conocer de manera más eficaz los alrededores que se tienen y los lugares que se pueden visitar estando hospedado en un hotel de la misma localidad.

Asimismo se considera importante el dato que arroja la encuesta, dado que la encuesta se efectuó a personas que están visitando la ciudad, entonces estas personas se hospedan en su mayoría en la misma ciudad de Uruapan, y resulta interesante ver que no es así en todos los casos sino que hay quienes se están hospedando en algunos alrededores de la ciudad y solo vienen de paso, lo cual deja ver que en otros hoteles.

Cabe mencionar que en la ciudad de Morelia por ejemplo, se dan tours a las personas que visitan la localidad ya sea por organizaciones de agencias de viajes o por excursiones organizadas por los mismos hoteles; o bien, las autoridades se interesan por hacer saber al visitante de los alrededores, situación que se considera a Uruapan le hace falta.

CUADRO 13

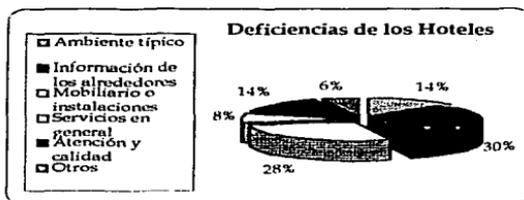
¿En que aspecto cree que tengan deficiencias los hoteles de Uruapan?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Ambiente tipico	0.04	5
Información de los alrededores	0.10	11
Mobiliario o instalaciones	0.09	10
Servicios en general	0.03	3
Atención y calidad	0.04	5
Otros	0.02	2
UNIVERSO		114

FUENTE: Idem.

Según los datos obtenidos hasta ahora, los turistas opinan, en su mayoría, que el ambiente típico y la información de los alrededores son servicios que hacen falta a los hoteles de Uruapan; asimismo se considera que es importante mantener en buen estado el mobiliario y las instalaciones de los hoteles, pues son, según las opiniones de los turistas, un tanto antiguas y deterioradas, a lo que se otorga la razón, después de la antigüedad que mantienen estos hoteles.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 23



FUENTE: Idem.

Las personas entrevistadas consideran en un alto porcentaje de opiniones que hace falta en todos los hoteles información sobre los lugares que pueden visitar (30%) y las cosas o actividades que como turistas pueden realizar; por otro lado opinan que cuentan con mobiliario antiguo (28%) e instalaciones hasta cierto punto deficientes para la categoría a la que son acreedores y que, además no tienen ambiente típico (14%) para sentirse más en tierras michoacanas.

Algunos opinan que la calidad de los servicios es deficiente (8%) y un escaso 6% menciona que les hacen falta servicios en general, al respecto, la gran minoría opina que tienen otras deficiencias, como son la falta de algún servicio extra que ellos en su particular opinión consideran que son necesarios, de los cuales se habla en paginas anteriores al mencionar que mientras un hotel cubre las necesidades de otro, este a su vez cubre las que aquel no logró satisfacer.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

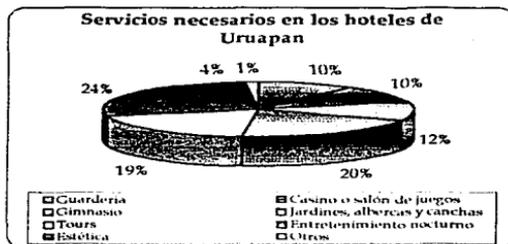
¿Qué servicios le gustaría tener en un hotel, adicionales a los que encuentra en los hoteles de Uruapan?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
Guardería	0.05	14
Casino o salón de juegos	0.05	14
Gimnasio	0.06	16
Jardines, albercas y canchas	0.10	28
Tours	0.10	27
Entretenimiento nocturno	0.11	32
Estética	0.02	6
Otros	0.01	2
UNIVERSO		280

FUENTE: Idem.

El cuadro ilustra la frecuencia con la que los visitantes de la ciudad demandan los servicios que consideran necesarios en un hotel de categoría cinco estrella en la ciudad de Uruapan; cabe destacar que existe una clasificación en otros lo cual se refiere a módulos de información turística sobre Michoacán.

TEEN CON
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 24



FUENTE: Idem.

Los servicios más demandados y los cuales no se prestan en los hoteles de la ciudad son como primer punto el de entretenimiento nocturno (24%), ya que la gente que visita la ciudad es, en su mayoría gente joven y busca lugares para divertirse.

Otro servicio demandado en un alto porcentaje (20%) es la necesidad de tener espacios, Jardines y sobre todo tours o viajes y excursiones en los alrededores de la ciudad (19%).

Asimismo se demandan en menor porcentaje (un 10%) los servicios como guarderías o casinos y se entiende por que no todas las personas que visitan una ciudad tienen bebés o les gustan los juegos de azar.

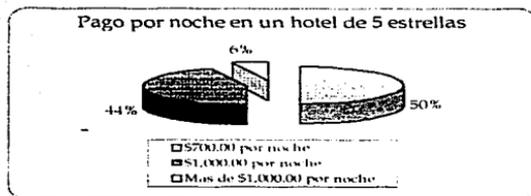
CUADRO 15

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, tomando en cuenta que del precio depende la calidad de los servicios?		
OPCIONES	PORCENTAJE	FRECUENCIA
\$700.00 por noche	0.50	18
\$1,000.00 por noche	0.44	16
Más de \$1,000.00 por noche	0.06	2
UNIVERSO		36

FUENTE: Idem.

El cuadro ilustra la información que se plasma en la siguiente:

GRÁFICA 25



FUENTE: Idem

En la cuestión referente al costo que cubrirían como pago por noche en un hotel de 5 estrellas, los entrevistados comentaron en su mayoría que estaría de

TESIS CON
FALSA DE ORIGEN

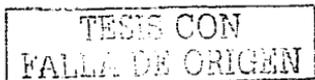
acuerdo con pagar entre 700.00 y 1,000.00 por noche en un hotel con esta categoría., por lo cual consideramos que es de importancia económicamente hablando la implantación de un hotel con categoría de cinco estrellas y no tendría que sacrificarse con pequeñas o nulas utilidades debido a la falta de hospedaje por cuotas y tarifas muy altas.

Las preguntas que hacen falta no se incluyen, ni siquiera se incluye la interpretación por considerar datos de poca relevancia en cuanto a la información obtenida por las entrevistas realizadas. Por ejemplo, en cuanto a las preguntas 2 y 3 en un 100% de los turistas han visitado el parque nacional en Uruapan, y todos dicen que es lo que más les gustó, además de que algunos de ellos vienen en tours, o eso es directamente lo que vienen a conocer.

4.3.8. Ubicación, Inversión, costos, gastos del proyecto

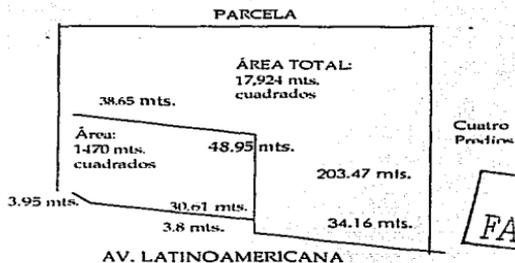
El Hotel Urhuapani S. de R.L. de C.V. se pretende ubicar en la Avenida Latinoamericana s/n y, con más exactitud a dos cuadras del Aeropuerto de la ciudad de Uruapan, Michoacán. El terreno se ubica en una zona que se considera de crecimiento económico a futuro, además se requiere que el terreno tenga una extensión lo suficientemente amplia para la construcción del edificio de manera horizontal dadas las características del proyecto de inversión para la implantación de un hotel de cinco estrellas.

Para el logro de este fin, se busco una ubicación al lado de la colonia San José Obrero, dadas las condiciones del terreno (cuya extensión es de más de una hectárea



y media), consideramos que se encuentra en una buena ubicación para un posible futuro crecimiento por cuestión de su misma extensión.

. A continuación se presenta un croquis de localización del terreno.



De acuerdo al capítulo III referente a proyectos de inversión y al estudio técnico se establecen los costos, gastos, e inversiones, en que se incurre para la implantación y funcionamiento del hotel a que se refiere el presente proyecto, tales como el costo del terreno, costo de la construcción total, instalaciones telefónicas, equipos y mobiliario, necesario, así como los almacenes de blancos, cristalería y colchones que serán indispensables para la prestación del servicio de hotelería que se pretende en el proyecto, lo anterior se puede observar de acuerdo con los presupuestos cotizados en los últimos meses del año 2002, (ver anexos de los presupuestos cotizados).

Los precios de cada habitación se determinan en base a la competencia con la información obtenida mediante el estudio de mercado elaborado y plasmado en el

capítulo II, además se considera un 5% de descuentos aplicados sobre el total de ingresos por promociones a grupos o a empresas foráneas, e incluso a grupos especiales atraídos por las promociones y publicidad propias del hotel. Los ingresos por bar son estimados con base en el porcentaje de ocupación hotelera determinado para los ingresos por habitación y tomando en cuenta el espacio ocupado por el bar dentro del hotel, se determina un 2% de ingresos sobre los ingresos por servicio de hotel. Dentro de los ingresos por arrendamiento, se puede observar que, la renta del salón por ejemplo, se basa en la suposición de que se renta una-vez por mes en un costo de \$8,000 más Impuesto al Valor Agregado, conforme a los datos arrojados por el estudio de mercado. Para la renta de todos los locales se toma una estimación de las rentas cobradas actualmente en la zona en donde se encuentra el hotel (Ver anexo 10).

ESTADO DE QUERÉTARO
FALLA DE ORIGEN

Otros de los gastos de gran relevancia dentro del presente caso, y que tienen que ver con los empleados del "Hotel Urhuapani" S. de R.L. de C.V., son los pagos de seguridad social retiro cesantía y vejez y los de Créditos para la vivienda, así como los sueldos y salarios que establece la Ley Federal del Trabajo vigente, y tomando como base las tablas de las Ley de I.S.R. de los artículos 113, 114, 115 y sus transitorios, para determinar el impuesto a cargo o el crédito a la salario a pagar, según sea el trabajador ya que los empleados de confianza llevan otro tratamiento, ya que se les retiene el 35%, que es la tasa vigente al 2002 sobre su sueldo quincenal en éste caso. En estos gastos que se acaban de mencionar también se proporciona la proyección de los ya mencionados sueldos, salarios y los pagos de seguridad social,

retiro cesantía y vejez y del crédito para la vivienda, considerando para esto, que todos los trabajadores laboraron todos los días en todos los años para mayor facilidad de comprensión, además de tomar en los años de 2003 a 2007 una inflación del 5%.

(Ver anexos 9.1, 11 y 12)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.3.9. Construcción del hotel

La construcción del hotel se proyecta en un terreno de 17,924 metros cuadrados ubicado en el domicilio ya mencionado, y según el estudio técnico, se determina la construcción de 28 habitaciones en total, de las cuales 8 son sencillas y tienen un precio de \$800.00 por noche más impuestos, 16 dobles con un precio por noche de \$900.00 más impuestos, y, por último 4 suites, con un costo más impuestos de \$1,600.00. Cuenta también con un estacionamiento de 850 metros cuadrados, una alberca de 2000 metros cuadrados, un salón de usos múltiples y 6 locales comerciales, además de otros servicios acordes con la categoría que se requiere. (Ver anexo 1).

4.3.10. Costo de construcción, y desglose.

Con base en un sondeo en las zonas cercanas y en las inmobiliarias de la localidad se establece un costo por metro cuadrado para el terreno de \$2,000.00 pesos; de igual forma para el costo de construcción se determina un costo por metro cuadrado de \$5,000.00 basados en un estudio elaborado por una constructora, dicho costo incluye edificio terminado e instalaciones eléctricas, y sanitarias, así como los acabados de lujo que son requeridos según la forma e imagen que el hotel requiere.

El total construido es de 6310 metros, de los cuales 5288 se emplean para el área de prestación de servicios, 92 para el área de bar, 280 para el área de

administración y 650 para el área de arrendamiento (locales comerciales), asimismo con base en los mencionados porcentajes se hace la determinación de los ingresos y la aplicación de los gastos para cada rubro del balance general (ver anexo 1).

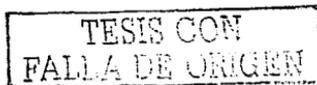
El costo de construcción por habitación esta basado en el área construida para cada habitación, sea sencilla, doble o suite, y el costo del servicio se determina en base tanto al espacio ocupado por el área de servicios como a los gastos erogados para la prestación del mismo (ver anexo 1.1).

De esta forma y no olvidando los datos arrojados por el estudio de mercado plasmado en el capítulo II se determina el costo del servicio por cada habitación y el monto total de los ingresos considerando sólo el 70% de ocupación según el estudio de mercado con base en la ocupación hotelera promedio de la zona (ver anexo 10).

4.3.11. Organigrama

El organigrama como tal, es la fotografía de la empresa, en el cual se plasman todos los puestos y el número de personas que se encuentran en cada uno de ellos, en el se encuentran basadas las descripciones de puestos, y cabe destacar que se encuentra estrictamente detallado y flexible a cambios posteriores para un mejor entendimiento de la situación orgánica y administrativa del hotel. (Ver anexo 13, Organigrama del Hotel Uruapani, S. A. de C. V.)

4.3.12. Descripción de puestos



La descripción de puestos es muy importante ya que mediante ella se puede ver que funciones y responsabilidades tiene cada recurso humano que integra la empresa

Nombre del Puesto: DIRECTOR GENERAL

Número de plazas: 1

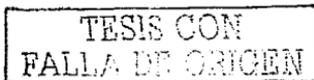
Jefe inmediato: Consejo de Administración

Subordinados Directos: Gerente de Relaciones Públicas, Gerente de Servicios, Gerente de Administración y Contabilidad, Gerente de Recursos humanos y Secretaria general.

Función Genérica: Hacer que las cuatro gerencias a su cargo y cada uno de sus integrantes, laboren de forma coordinada, a fin de lograr los objetivos propuestos de acuerdo a las políticas y los lineamientos establecidos por el Consejo de Administración.

Funciones Específicas:

- 1.Coordinar y Supervisar periódicamente las actividades de las gerencias manteniendo un espíritu de armonía y trabajo en equipo.
- 2.Comunicarse con los gerentes de área para en conjunto llevar a cabo las funciones que hagan posible el servicio a clientes y huéspedes, y recibir información de los Gerentes de cada área para revisarla y posteriormente presentarla ante el Consejo.
- 3.Preparar y programar las reuniones del Consejo de Administración auxiliándose de la Secretaria general.



4. Gestionar las decisiones a tomar respecto a las operaciones efectuadas o a efectuar en el Hotel.
5. Requerir a las Gerencias la información referente a entradas, Estadísticas de ocupación, Servicios que se prestan en el Hotel, Administración, Contabilidad y Finanzas, así como subarrendamientos, sueldos, mantenimiento y otras erogaciones que efectúe el hotel.
6. Aplicar a su criterio personal a la toma de decisiones sobre situaciones o problemas cotidianos que se presenten en el hotel.
7. Elaborar y establecer en conjunto con el Consejo de Administración, las políticas generales de actuación, operación y mejoramiento de los servicios del hotel. Así como dar seguimiento a las mismas.

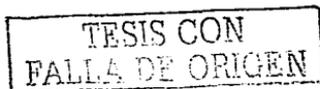
Perfil del Puesto: Deberá tener estudios de Licenciatura en Administración de Hoteles, de Empresas o afines, edad preferente de 35 a 40 años, Sexo indistinto, y debe tener una experiencia mínima de 6 años. Deberá tener conocimientos de 100% inglés y computación. Estado civil: casado. Deberá ser dinámico, tener sentido de trabajo en equipo, responsabilidad, liderazgo, iniciativa, estar en constante capacitación, tener creatividad, facilidad de palabra y habilidad en el manejo y trato de personal.

Nombre del puesto: SECRETARIA GENERAL

Número de plazas: 2

Jefe Inmediato: Director General

Subordinados Directos: Ninguno



Función Genérica: Llevar un control ordenado y eficiente de las actividades realizadas por la gerencia general a fin de tener los mejores resultados para optimizar funciones y operaciones gerenciales.

Funciones Específicas:

1. Mecanografiar cartas, memorandums, avisos e informes en general que requiera el Director General para el desempeño de sus funciones.
2. Contestar y efectuar llamadas dirigidas a la Dirección General comunicando al Director General con las personas que él indique y operar el fax.
3. Recibir correspondencia e informes gerenciales.
4. Manejar archivo de la Dirección general y mantenerlo al día.
5. Efectuará todas las funciones de una secretaria eficiente mostrando disponibilidad y buen trato hacia las personas que requieran sus servicios.

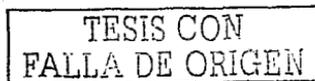
Perfil del puesto: Deberá tener Carrera comercial o equivalente, tener experiencia mínima de 2 años. Sexo femenino y edad; de 23 a 26 años. Tener sentido de obediencia, facilidad de trato, responsabilidad, dedicación, paciencia, dinamismo, hablar inglés, y manejar equipo de cómputo y sus programas, así como equipo de oficina.

Nombre del puesto: GERENTE DE RELACIONES PÚBLICAS

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Director General

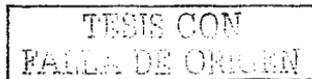
Subordinados directos: Jefe del Departamento de Ventas, Promociones y Reservasiones.



Función Genérica: Coordinar, dirigir y controlar que las actividades realizadas dentro del departamento sean elaboradas con eficiencia y apegándose a las políticas establecidas por la dirección general.

Funciones Específicas:

1. Cuidará y vigilará que se apliquen las políticas establecidas por la empresa de manera adecuada y eficiente sin dejar de emplear el criterio que su experiencia le ha otorgado.
2. Mantener un trato cordial, amable y de respeto de igual manera tanto con sus superiores como con sus subordinados.
3. Establecer políticas de observancia en el área de relaciones públicas, aplicables a todo el departamento y hacerlas cumplir por sus subordinados.
4. Planear en coordinación con el Jefe del Departamento de Ventas, Promociones y Reservas las actividades a realizar en torno a las formas de promoción y difusión de los servicios del hotel.
5. Buscar las mejores alternativas para mantener un buen nivel de reservas en el hotel mediante la elección óptima de medios de promoción y difusión.
6. Mantener un constante contacto con el Gerente de Servicios para verificar que los servicios que se ofrecen en sus promociones sean los que realmente se otorgan.
7. Aprobará o rechazará las solicitudes de reserva, la devolución de los depósitos, los cambios y extensiones que las reservas originen y el envío de comisiones a las agencias de viajes.

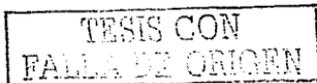


8. Revisar y aprobar reportes semanales, mensuales y anuales incluyendo observaciones y conclusiones sobre los mismos.
9. Manejar una Base de datos de los huéspedes que se hospeden con mayor frecuencia para manejarles promociones y descuentos especiales.
10. Acudirá a las Juntas de Gerencias con el Director General, para plantear sus requerimientos y ofrecimientos.
11. Revisar la información referente a ventas y planear mecanismos de promoción que resulten atractivos a los visitantes del hotel.
12. Enviar a la Dirección General los reportes e informes solicitados y establecer comunicación con el área de Administración y Contabilidad para enviar los reportes de ventas y presupuestos correspondientes para elaboración de balances y proyecciones.
13. Informará a la Gerencia de Servicios los requerimientos y sugerencias de los huéspedes, para que éstos sean atendidos.

Perfil del Puesto: Ser Licenciado en Administración de Empresas, Relaciones Públicas o afines, experiencia mínima de 4 años. Sexo indistinto y edad preferente de 30 a 40 años. Hablar inglés. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad en el manejo de personal y de palabra.

Nombre del puesto: JEFE DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS, PROMOCIONES Y RESERVACIONES

Número de plazas: 1



Jefe Inmediato: Gerente de Relaciones Públicas

Subordinados directos: Auxiliar de Relaciones Públicas

Función Genérica: Supervisar que las funciones de ventas, promociones y reservaciones sean llevadas a cabo por el auxiliar del departamento de acuerdo a las políticas establecidas por el Gerente y la Dirección General.

Funciones Específicas:

1. Comunicará a la Gerencia las reservaciones obtenidas por promociones informando lo que a su juicio considere importante, para que a su vez lo pase a la Gerencia de Contabilidad y Administración.
2. Manejará controles de clientes y proveedores de servicios publicitarios, y llevará una bitácora de las promociones manejadas en cada periodo.
3. Revisará los reportes de ventas elaborados por el auxiliar, y mantendrá una constante supervisión de sus actividades.
4. Revisará y aprobará reportes semanales, mensuales y anuales incluyendo observaciones y conclusiones sobre los mismos.
5. Comunicará a la Gerencia los reportes de ventas históricas, así como de pronósticos de reservaciones.
6. Comunicará al Departamento de Servicios, por medio de las Gerencias, la llegada de nuevos turistas o grupos para que la atención que se brinde a los mismos sea la más confortable.
7. Contactará a agencias de viajes, y tratará los porcentajes de comisión con ellas y verificará los servicios que hagan al hotel.

TESIS CON
FALSA DE ORIGEN

8. Hará enlaces del hotel con grupos, hoteles o personas con fácil acceso a información sobre visitas turísticas a nuestra Ciudad.

Perfil del Puesto: Tener estudios de Licenciatura en Administración de Empresas, Relaciones Públicas o afines, experiencia mínima de 1 año. Sexo indistinto y edad preferente de 25 a 30 años. Hablar inglés 100%. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad de palabra, además tener fácil acceso a tratar con proveedores de servicios publicitarios y a tratar con clientes de servicios turísticos en el ramo.

Nombre del puesto: AUXILIAR DE RELACIONES PUBLICAS

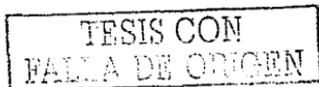
Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Jefe del Departamento de Ventas, Promociones y Reservasiones.

Función Genérica: Llevar a cabo las funciones de contacto en ventas, manejar y dar información sobre promociones y confirmar reservasiones, con eficiencia y apeándose a las políticas establecidas por el departamento.

Funciones Específicas:

1. Estará enterada de la disponibilidad del hotel, los costos y las promociones que este manejando en cada temporada, a fin de efectuar un correcto apartado de las reservasiones solicitadas.
2. Elaborará papeles de trabajo y cédulas de información correspondientes a cada reservación.



3. Atenderá las llamadas telefónicas al departamento y dará información general y particular de reservaciones a los clientes. Y Operará el fax para enviar información requerida al departamento mediante previa solicitud de su jefe inmediato.

4. Mantendrá al día y en orden un archivo de correspondencia, de proveedores de servicios publicitarios y de promociones para cada temporada. Además de que, realizará todas las funciones propias de una secretaria eficiente.

Perfil del Puesto: Tener bachillerato y/o carrera comercial; Sexo Femenino, Edad de 21 a 28 años; experiencia de 2 años como auxiliar deberá ser una persona amable, de voz agradable, y trato amistoso, detallista, paciente, dinámica, ordenada, tener disponibilidad a obedecer y ser cauta en sus opiniones y sugerencias. Además debe dominar el idioma inglés, ser hábil mecanógrafa y tener sentido del orden en una oficina.

Nombre del Puesto: GERENTE DE SERVICIOS

Número de plazas: 1

Jefe inmediato: Director General

Subordinados directos: Ama de llaves, Coordinador de Eventos Especiales, Encargado del Salón de Juegos, Encargado del Restaurante.

Función Genérica: Coordinar, dirigir y controlar que las actividades realizadas dentro del departamento sean elaboradas con eficiencia y apegándose a las políticas establecidas por la dirección general.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Funciones Específicas:

1. Cuidará y vigilará que se apliquen las políticas establecidas por la empresa de manera adecuada y eficiente sin dejar de emplear el criterio que su experiencia le ha otorgado.
2. Mantener un trato cordial, amable y de respeto con sus subordinados. Además de una comunicación directa y constante con el Director General, y con sus homólogos, para que las acciones se realicen con mayor efectividad
3. Deberá vigilar que las personas a su cargo cumplan con su trabajo de manera adecuada y eficiente.
4. Capacitará a los Jefes que están a su cargo para mejorar su nivel de participación en la atención de alta calidad.
5. Delegará a sus subordinados las actividades que conduzcan al logro de los objetivos y metas previamente establecidos.
6. Elaborar reportes semanales, mensuales y anuales de las actividades realizadas por la Gerencia y sus departamentos.
7. Realizar y enviar reportes e informes solicitados por la Dirección General sobre los servicios y necesidades más demandados así como las deficiencias en los mismos.
8. Acudirá a las Juntas generales de Gerencias con el Director General, a fin de procurar la mejor coordinación de los servicios del hotel, para que se plantee ante el Consejo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

9. Informará a la Gerencia de Administración y Contabilidad los eventos a efectuar y los requerimientos de los mismos informando lo que a su juicio considere importante, para que a su vez lo pase al Jefe de Administración.

10. Se asegurará de que se brinde la mejor atención a los huéspedes y clientes del hotel y atenderá las quejas y sugerencias importantes de los huéspedes y clientes.

11. Fomentará las buenas relaciones interdepartamentales y entre sus subordinados. Y desempeñará con eficacia todas las funciones propias de un ejecutivo de alto nivel.

Perfil del Puesto: Tener estudios de Licenciatura en Administración de Empresas o afines, experiencia mínima de 4 años. Sexo indistinto y edad preferente de 30 a 40 años. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad en el manejo de personal, de palabra y experiencia en organización de eventos.

Nombre del Puesto: AMA DE LLAVES

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Gerente de Servicios.

Subordinados directos: Camareras.

Función Genérica: Mantener la limpieza de cada una de las habitaciones del hotel en optimas condiciones y manejar el personal a su cargo apegándose a las reglas establecidas por el departamento.

Funciones Específicas:

1. Programará el plan anual de limpieza en coordinación con la gerencia de servicios, así como elaborar el presupuesto de gastos en el departamento.



2. Mantendrá constante contacto con el gerente para determinar cuestiones laborales así como seleccionar y dar capacitación a sus subordinados en cuanto a los requerimientos de limpieza y conservación del edificio.
3. Elaborará requisiciones y comunicar al departamento correspondiente los reportes que reciba de faltantes de blancos u otros artículos de las habitaciones, ya sea por perdidas o por deterioro del uso normal. Y llevará el control de inventarios de blancos y articulos generales de limpieza en el departamento.
4. Resolverá las discrepancias laborales que existan entre los empleados a su mando.
5. Firmará reportes diarios de mantenimiento de las habitaciones ocupadas, y verificará que se mantenga el estándar de limpieza marcado por las políticas de la gerencia de servicios a través de la revisión y supervisión de la limpieza de las habitaciones.
6. Solicitará al departamento de ventas, promociones y reservaciones nombres y números de habitación de huéspedes importantes y habitaciones en cortesía para revisarlos personalmente.
7. Desempeñará con eficiencia las funciones propias de su departamento y efectuarlas con apego a las políticas establecidas.

Perfil del Puesto: Tener estudios mínimos de bachillerato o equivalente, experiencia mínima de 3 años. Sexo femenino, Casada y edad preferente de 23 a 30 años. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad en el manejo de personal, le debe gustar la limpieza y debe buscar siempre la capacitación en el trabajo .

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Nombre del Puesto: CAMARERAS

Número de plazas: 3

Jefe Inmediato: Ama de llaves.

Función Genérica: Se encargarán de que las habitaciones estén limpias, que los huéspedes tengan todo lo necesario para que se sientan siempre cómodos.

Funciones Específicas:

1. Deberá encontrarse en perfectas condiciones de limpieza y aseo personal, para iniciar su trabajo.
2. Verificará el estado de cada una de las habitaciones que le corresponde asear, y anotará cualquier observación que tenga. Y reportará a su jefe inmediato cualquier faltante en el hotel cuando se desocupen las habitaciones
3. Limpiará las habitaciones, dejando los artículos que hagan falta y que cada una necesite, en su caso.
4. Se encargará de que en las habitaciones ocupadas, el servicio otorgado a los huéspedes sea óptimo; abriendo las cortesías en las habitaciones después de las 6:00 p.m.
5. Deberá cumplir con todas sus obligaciones como camarera del hotel, apegándose a las políticas establecidas para desarrollo del mismo.

Perfil del puesto: Edad de 23 a 35 años, bachillerato o equivalente, experiencia no indispensable, hablar inglés en un 70% como mínimo; tener ganas de superación y amabilidad con los huéspedes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Nombre del Puesto: GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Director General

Subordinados directos: Jefe Administrativo y contable, Auxiliar administrativo, auxiliar contable, botones, y recepcionista.

Función Genérica: Coordinar, dirigir y controlar que las actividades realizadas dentro del departamento y relativas a las operaciones contables, administrativas y financieras sean elaboradas con eficiencia y apegándose a las políticas establecidas por la Dirección general.

Funciones Específicas:

1. Cuidará y vigilará que se apliquen las políticas establecidas por la empresa de manera adecuada y eficiente sin dejar de emplear el criterio que su experiencia le ha otorgado.
2. Supervisará las acciones emprendidas por sus subordinados. Y mantendrá un trato cordial, amable y de respeto de igual manera con todos ellos
3. Elaborará y establecerá en conjunto con la Dirección General, las políticas generales de servicio, operación y mejoramiento del departamento. Así como darles seguimiento a dichas políticas.
4. Capacitará a los Jefes que están a su cargo para mejorar el desempeño y participación del departamento en las actividades del hotel.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

5. Delegará a sus subordinados las actividades que conduzcan al logro de los objetivos y metas previamente establecidos.
6. Elaborará reportes semanales, mensuales y anuales de las operaciones realizadas por la Gerencia.
7. Realizará y enviará reportes e informes (Estados financieros, etc) que a él le envíe el Jefe Administrativo y Contable y que sean solicitados por la Dirección General sobre el manejo, origen y aplicación del dinero, para que sirvan de base en la toma de decisiones del Director General y el Consejo de Administración.
8. Acudirá a las Juntas generales de Gerencias con el Director General, para tomar las mejores decisiones y que exista una mejor distribución de los recursos generados por el hotel, y esto plantearlo al Consejo de Administración.
9. Recibirá y revisará la información proporcionada por las demás gerencias concernientes a operaciones y los recursos generados por estas, y enviarán la información a sus subordinados directos para que éstos la encausen y registren como correspondan.
10. Corregirá, con ayuda del Jefe Administrativo y contable así como con sus respectivos auxiliares, en cuanto sean detectadas, las fallas de índole contable y administrativo dentro de las áreas en las cuales ejerce influencia, y las resolverá o en su caso las encausará hacia el Director general.
11. Desempeñará con eficacia todas las funciones propias de un ejecutivo de alto nivel.
12. Estará al pendiente de los documentos que le envíen como las nóminas, Estados financieros, reportes contables, documentación comprobatoria de todas las áreas y

departamentos, reportes e informes administrativos, tanto para recibirlos y autorizarlos, como para mandarlos a otros gerentes o al Jefe administrativo y contable para lo que sea necesario.

13. Enviará las reservaciones conseguidas por el Gerente de Servicios al Jefe Administrativo y contable para que éste último las envíe a Recepción y se anoten.

Perfil del Puesto: Tener estudios de Licenciatura en Administración de Empresas o afines, experiencia mínima de 4 años. Sexo indistinto y edad preferente de 30 a 40 años. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad en el manejo de personal, de palabra y experiencia en organización de eventos. Conocimiento de inglés y computación preferentemente de programas como Nominpaq, Contpaq, Sua, Excel, Word, Cheppaq, etc.

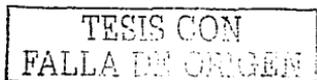
Nombre del puesto: JEFE ADMINISTRATIVO Y CONTABLE

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Gerente de Administración y Contabilidad.

Subordinados directos: Auxiliar Administrativo y Auxiliar contable.

Función Genérica: Supervisar, Revisar y aprobar las funciones realizadas por los auxiliares, los recepcionistas y botones en cuanto a operaciones de índole administrativa y contable y que dichas funciones sean efectivamente llevadas a cabo por las personas indicadas, de acuerdo a las políticas establecidas por el Gerente y la Dirección General.



Funciones Específicas:

1. Recibir la documentación administrativa y contable del Gerente para enviársela a los auxiliares y/o a la recepcionista.
2. Comunicará a través de un informe periódico a la Gerencia las actividades que sean realizadas tanto por los auxiliares, recepcionistas y botones así como las que haga el mismo Jefe de departamento, para que a su vez el Gerente de Administración y Contabilidad las revise y sirva de base para las reuniones de Consejo.
3. Estará pendiente de que toda la información contable y administrativa que reciba del Gerente proveniente de las demás áreas administrativas, sea la necesaria para proporcionársela a los auxiliares.
4. Supervisará y revisará diariamente el trabajo y actividades de la recepcionista el botones y de los auxiliares en cuanto a: reportes, reservaciones, bitácoras, estados financieros, asientos contables, etc. así como su correspondiente registro, atendiendo cualquier problema que pueda presentarse. Además de que aprobará todos los reportes semanales, mensuales y anuales hechos por los auxiliares, recepcionistas y botones que serán enviados a la Gerencia.
5. Comunicar a sus subordinados las decisiones gerenciales que afecten de cualquier forma sus actividades para que se realice un mejor trabajo.
6. Estar al pendiente de que los subordinados a su cargo cumplan con las normas y políticas establecidas por el Hotel para que realicen el trabajo con la mayor eficiencia posible.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

7. Revisar los informes y reportes, documentos (pagos de toda índole) tanto contables como administrativos solicitados por el Gerente Administrativo y Contable para que éste los revise, firme y les de el visto bueno para que se presenten ante el Director General y el Consejo de Administración.

Perfil del Puesto: Tener estudios de Licenciatura en Administración de Empresas, Contaduría o afines, experiencia mínima de 1 año. Sexo indistinto y edad preferente de 25 a 30 años. Hablar inglés. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad de palabra, de trato o asociación, y conocimiento y manejo de Computación preferentemente de programas como Nominpaq, Contpaq, Sua, Excel, Word, Cheppaq, etc.

Nombre del puesto: AUXILIAR ADMINISTRATIVO

Número de plazas: 2

Jefe Inmediato: Jefe Administrativo y Contable.

Función Genérica: Llevar a cabo las funciones administrativas necesarias para el óptimo desarrollo de lo concerniente a el departamento, con eficiencia y efectividad.

Funciones Específicas:

1. Recibirá los datos e información estadística, así como los reportes de el Jefe Administrativo y contable para su procesamiento y elaboración formal, así como también recibirá los reportes de recepción para elaborar un informe completo y detallado con los datos proporcionados.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. Elaborará papeles de trabajo y cédulas de información referentes al ámbito administrativo.
3. Atenderá las llamadas telefónicas al departamento .
4. Operará el fax para enviar o recibir información requerida al departamento mediante previa solicitud de su jefe inmediato.
5. Mantendrá al día y en orden un archivo de correspondencia, para las actividades que así lo requieran.
6. Realizará todas las funciones propias de una secretaria(o) eficiente.
7. Pasará toda la información ya procesada dentro de informes y reportes con su correspondiente formalidad, a su Jefe inmediato para que se autorice o en su caso se devuelva para que se modifique.

Perfil del Puesto: Tener bachillerato o ser técnico auxiliar administrativo o equivalente; Sexo Indistinto, Edad de 21 a 28 años; experiencia de 2 años como auxiliar, deberá ser una persona sociable, dinámica, ordenada, responsable, tener disponibilidad a obedecer y ser cauta en sus opiniones y sugerencias, tener sentido del orden en una oficina etc., saber utilizar máquina de escribir, fax y Computadora, así como manejar los programas como Nominpaq, Contpaq, Sua, Excel, Word, Cheppaq, etc...

Nombre del puesto: AUXILIAR CONTABLE

Número de plazas: 2

Jefe Inmediato: Jefe Administrativo y Contable.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Función Genérica: Llevar a cabo las funciones contables y operaciones aritméticas necesarias para el óptimo desarrollo de lo concerniente a el departamento, con eficiencia y efectividad.

Funciones Específicas:

1. Recibirá los datos e información estadística, documentación comprobatoria de todas las áreas y departamentos del hotel, y los reportes de el Jefe Administrativo y contable para su procesamiento y elaboración formal, así como también recibirá los reportes de recepción para reconocer y evaluar la información con los datos proporcionados.
2. Elaborará papeles de trabajo y cédulas de información referentes al ámbito contable.
3. Registrará las operaciones de acuerdo con la información ya reconocida en el programa de contabilidad.
4. Elaborará las pólizas de diario, ingresos, egresos y verificará que la información proporcionada sea la correcta de acuerdo con los datos obtenidos.
5. Elaborará la conciliación bancaria mensual, pagós provisionales, llenado cheques para pagos de seguro, nóminas, etc.
6. Ordenará y archivará la documentación comprobatoria, así como pólizas, papeles de trabajo, estados de cuenta, conciliaciones, etc.
7. Elaborará informes semanales estadísticos de las operaciones registradas contablemente para su posterior envío al Jefe Administrativo y contable. Y pasará

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

toda la información ya procesada dentro de informes y reportes a su Jefe inmediato para que se autorice o en su caso se devuelva para que se modifique.

8. Atenderá las llamadas telefónicas al departamento .

9. Operará el fax para enviar o recibir información requerida al departamento mediante previa solicitud de su jefe inmediato.

Perfil del Puesto: Tener bachillerato o ser técnico auxiliar contable o equivalente; Sexo Indistinto, Edad de 21 a 28 años; experiencia de 2 años como auxiliar, deberá ser una persona sociable, dinámica, ordenada, responsable, tener disponibilidad a obedecer y ser cauta en sus opiniones y sugerencias, tener sentido del orden en una oficina etc., saber utilizar máquina de escribir, fax y Computadora, así como manejar al 100% los programas como Nominpaq, Contpaq, Sua, Excel, Word, Cheppaq, etc.

Nombre del puesto: RECEPCIONISTA

Número de plazas: 3

Jefe Inmediato: Jefe Administrativo y Contable.

Función Genérica: Atender con amabilidad y cortesía a los huéspedes del Hotel, así como realizar las funciones de recepción con eficiencia y efectividad.

Funciones Específicas:

1. Recibirá a los visitantes al Hotel con la mayor amabilidad y cortesía posible.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. Llenará con los datos de los huéspedes el registro de su estancia en un libro de anotaciones para su control.
3. Recibirá y anotará las reservaciones que le envíe el Jefe Administrativo y contable, para tomarlas en cuenta cuando los huéspedes lo soliciten.
4. Elaborará una bitácora de sus actividades diarias para enviársela al Jefe Admivo. y contable.
5. Atenderá a todas las personas que deseen cualquier información referente al hotel encausándolos hacia las gerencias correspondientes.
6. Estará al pendiente de que el botones atienda amablemente a los huéspedes y realice su trabajo eficientemente.
7. Elaborará un informe estadístico diario del número habitaciones ocupadas por huéspedes para llevar un control y enviárselo al Jefe Administrativo.
8. Atenderá todas las llamadas telefónicas al hotel y las transferirá según para quien sea la llamada. Y dará la información necesaria sobre tarifas de habitaciones, descuentos y promociones especiales. Y operará el fax para enviar o recibir información requerida a y por recepción.
9. Estará al pendiente de quejas, sugerencias, deficiencias, etc. que le hagan saber los huéspedes, así como los mismos empleados en cuanto a requisiciones menores que pueda encausar hacia el área gerencial correspondiente.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Perfil del Puesto: Ser Licenciado o técnico en Turismo o tener bachillerato o equivalente, Sexo Indistinto, Edad de 21 a 28 años; experiencia no indispensable; debe

ser una persona sociable, amable, dinámica, ordenada, responsable, con facilidad de palabra y de trato, tener disponibilidad a obedecer, tener sentido del orden, saber utilizar máquina de escribir, fax, conmutador y Computadora, así como manejar los programas como Excel y Word.

Nombre del puesto: BOTONES

Número de plazas: 3

Jefe inmediato: Jefe Administrativo y Contable.

Función Genérica: Atender con amabilidad y cortesía a los huéspedes del Hotel, así como realizar las funciones de manejo de equipaje y buen trato con los huéspedes con eficiencia.

Funciones Específicas:

1. Recibirá a los huéspedes al Hotel con la mayor amabilidad y cortesía posible.
2. Llevará el equipaje de los huéspedes hasta la habitación designada con la mayor rapidez y eficiencia posible, sin exigir.
3. Revisará antes de que los huéspedes entren a sus habitaciones que éstas últimas estén en óptimas condiciones para la estancia del huésped en caso de encontrar alguna anomalía deberá reportarla a Recepción para que ésta la encause.
4. Se apegará al igual que los demás empleados a las políticas y lineamientos establecidos por la Gerencia y la Dirección General.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Perfil del Puesto: Tener bachillerato o equivalente, Sexo masculino, Edad de 20 a 30 años; experiencia no indispensable; deberá ser una persona sociable, amable, dinámica, responsable, tener disponibilidad a obedecer, con ganas de superarse, etc. Saber inglés o estar dispuesto a aprenderlo.

Nombre del Puesto: GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Director General

Subordinados directos: Encargado de Mantenimiento Auxiliar de Recursos Humanos, auxiliar de mantenimiento, Auxiliar de Calderas y Vigilantes.

Función Genérica: Coordinar, dirigir y controlar que las actividades realizadas dentro del departamento y relativas a las funciones administrativas y de personal sean elaboradas con eficiencia y apegándose a las políticas establecidas por la Dirección general.

Funciones Específicas:

1. Cuidará y vigilará que se apliquen las políticas establecidas por la empresa de manera adecuada y eficiente sin dejar de emplear el criterio que su experiencia le ha otorgado.
2. Supervisará las acciones emprendidas por el Encargado de Mantenimiento.
3. Elaborará y establecerá en conjunto con la Dirección General, las políticas generales de servicio, operación y mejoramiento del departamento. Y dar seguimiento a dichas políticas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4. Mantener un trato cordial, amable y de respeto de igual manera tanto con sus superiores como con sus subordinados.
5. Elaborará reportes semanales, mensuales y anuales de las operaciones realizadas por la Gerencia y sus departamentos, incluyendo observaciones y conclusiones sobre los mismos.
6. Realizará y enviará además de reportes e información importante solicitada por la Gerencia y la Dirección General, la documentación comprobatoria de su departamento así como la nómina tanto quincenal como semanal, y los cálculos del Seguro social que serán elaborados por el mismo Gerente ayudado por su Auxiliar para, que además de revisarlos, los envíe al Gerente Administrativo y Contable para que se cotejen y se elaboren los cheques correspondientes.
7. Acudirá a las Juntas generales de Gerencias con el Director General, a fin de procurar tomar las mejores decisiones para que exista una buena relación el personal y se traten puntos relacionados con el mantenimiento tanto de las diferentes áreas del hotel como de la vigilancia y buscar las medidas necesarias, y éstas plantearlas al Director Gral. al Consejo de Administración.
8. Recibirá y revisará la información proporcionada por las demás gerencias concernientes a el personal que labora en el hotel y todas las sugerencias y quejas de los mismos. Y también estará al pendiente de sus subordinados, dándoles la atención que éstos requieran y atendiendo sus necesidades laborales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

9. Procurará realizar incentivar y motivar a los trabajadores para que den lo mejor de sí y que atiendan y realicen sus labores con el mejor ambiente posible y así evitar problemas futuros.

10. Desempeñará con eficacia todas las funciones de un ejecutivo.

Perfil del Puesto: Tener estudios de Licenciatura en Administración de Empresas o afines, experiencia mínima de 4 años. Sexo indistinto y edad preferente de 30 a 40 años. Deberá tener gran sentido de responsabilidad, facilidad en el manejo y trato de personal, de liderazgo, y de palabra, además ser amable dinámico, etc. Conocimiento de inglés y computación preferentemente de programas como Nominpaq, Contpaq, Sua, Excel, Word, Cheppaq, etc.

Nombre del puesto: AUXILIAR DE RECURSOS HUMANOS.

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Gerente de Recursos Humanos.

Función Genérica: Llevar a cabo las funciones administrativas y de personal necesarias para el óptimo desarrollo de lo concerniente al departamento, con eficiencia y efectividad.

Funciones Específicas:

1. Recibirá los datos e información estadística, así como los reportes de el Gerente para su procesamiento y elaboración formal, así como también elaborará un reporte

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

obtenido de las listas que solicitan los auxiliares de mantenimiento y de calderas y que se las dan al encargado de mantenimiento.

2. Elaborará papeles de trabajo y cédulas de información referentes a sus actividades administrativas y de personal.
3. Atenderá las llamadas telefónicas al departamento. Y operará el fax para enviar o recibir información requerida al departamento mediante previa solicitud de su jefe inmediato.
4. Mantendrá al día y en orden un archivo de correspondencia, para las actividades que así lo requieran.
5. Elaborará nóminas, formatos de pagos de seguros, reportes de incentivos adicionales para los trabajadores, entre otros informes que sirvan de base para que el Gerente junto con el Director General tomen decisiones que ayuden a mejorar las condiciones de trabajo de todos los empleados.
6. Pasará toda la información ya procesada dentro de informes y reportes con su correspondiente formalidad, a su Jefe inmediato para que se autorice, revise y, en su caso se devuelva para que se modifique.

Perfil del Puesto: Tener bachillerato o ser técnico auxiliar administrativo o equivalente; Sexo Indistinto, Edad de 21 a 28 años; experiencia de 2 años como auxiliar; deberá ser una persona sociable, dinámica, ordenada, responsable, tener disponibilidad a obedecer y ser cauta en sus opiniones y sugerencias, tener sentido del orden en una

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

oficina etc., saber utilizar máquina de escribir, fax y Computadora, así como manejar los programas como Nominpaq, Conpaq, Sua, Excel, Word, Cheqpaq, etc.

Nombre del Puesto: ENCARGADO DE MANTENIMIENTO

Número de plazas: 1

Jefe Inmediato: Gerente de Recursos Humanos.

Subordinados directos: Auxiliar de Mantenimiento y Auxiliar de Calderas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Función Genérica: A través de sus subordinados mantener la limpieza y conservación óptima de todas las áreas e instalaciones del hotel, y que todos los servicios de mantenimiento dentro del hotel que se requieran para que los huéspedes se sientan completamente satisfechos, sean siempre los mejores y sin ninguna deficiencia ni contratiempo, y, además tiene la responsabilidad de hacer que sus subordinados cumplan con sus funciones rápida, efectiva y eficientemente apegándose a las reglas establecidas por la Gerencia y la Dirección general.

Funciones Específicas:

1. Supervisará las actividades de los auxiliares de mantenimiento referentes a su trabajo y desempeño.
2. Vigilará y cuantificará los costos de material utilizado y la provisión de los mismos a sus subordinados; así como su oportuna requisición para mantener el nivel de eficiencia, consumo y gasto de los mismos en el servicio de mantenimiento.

Además deberá enviar las listas de lo que se necesite para que se lo proporcionen, por medio del Gerente.

3. Mantendrá una relación constante con el Gerente en cuando a su trabajo, especificaciones y sus subordinados.
4. Tendrá amplios conocimientos sobre mantenimiento, conservación, limpieza y productos utilizados para las áreas de un Hotel, así como de insumos, etc. en el departamento para evitar las contingencias.

Perfil del puesto: El encargado de mantenimiento deberá ser una persona con amplios conocimientos en el ramo, tener estudios de bachillerato o equivalente. Ser una persona honrada eficiente, responsable y con facilidad para el trato de personal. Edad de 25 a 35 años, sexo indistinto y experiencia mínima de 2 años en cuestiones de mantenimiento, reparaciones en general, plomería, jardinería, limpieza de áreas grandes, etc.

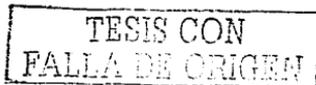
Nombre del Puesto: AUXILIAR DE MANTENIMIENTO

Número de plazas: 4

Jefe Inmediato: Encargado de mantenimiento.

Función Genérica: Conservar y mantener las áreas e instalaciones limpias y en buenas condiciones dentro y fuera del hotel, además deben cumplir con su trabajo rápida, efectiva y eficientemente.

Funciones Específicas:



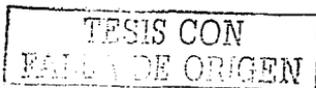
1. Revisará diariamente que las instalaciones de las habitaciones y demás áreas del hotel estén en óptimas condiciones y si se presenta algún problema resolverlo.
2. Reparará todos los desperfectos y problemas que se presenten en cualquier área o habitación dentro del hotel.
3. Limpiará las áreas de jardines, estacionamiento, áreas de locales comerciales y en todas las afueras del hotel, y después tirar toda la basura.
4. Informará de lo que necesite al encargado de mantenimiento para que éste último haga una lista, y al autorizarla, le proporcione los materiales e insumos necesarios para que el auxiliar realice su trabajo.

Perfil del puesto: El auxiliar de mantenimiento deberá ser una persona con amplios conocimientos en el ramo; como plomería, reparaciones en general, limpieza y conservación de áreas, jardinería, tener estudios de bachillerato o equivalente. Ser una persona honrada eficiente, responsable y con facilidad de trato con las personas, ganas de superarse. Edad de 25 a 35 años, sexo masculino y experiencia mínima de 2 años en cuestiones de mantenimiento, reparaciones en general, plomería, jardinería, limpieza de áreas etc.

Nombre del Puesto: AUXILIAR DE CALDERAS.

Número de plazas: 1

Jeft Inmediato: Encargado de mantenimiento.



Función Genérica: Conservar y mantener las áreas e instalaciones limpias y en buenas condiciones de las albercas, calderas del hotel y de todos los complementos necesarios para su óptimo funcionamiento, además debe cumplir con su trabajo rápida, efectiva y eficientemente.

Funciones Específicas:

1. Revisará diariamente que las instalaciones de las albercas y calderas del hotel estén en óptimas condiciones y si se presenta algún problema resolverlo.
2. Reparará todos los desperfectos y problemas que se presenten en las albercas, calderas y sus complementos.
3. Limpiar las áreas de las albercas y calderas tanto dentro como fuera de ellas.
4. Informará de lo que necesite al encargado de mantenimiento para que éste último haga una lista, y al autorizarla, le proporcione los materiales e insumos necesarios para que el auxiliar realice su trabajo.

Perfil del puesto: El auxiliar de mantenimiento de albercas y calderas deberá ser una persona con amplios conocimientos en el ramo; como reparaciones en general, limpieza y conservación de áreas, jardinería, etc. tener estudios de bachillerato o equivalente. Ser una persona honrada eficiente, responsable, con facilidad de trato con las personas, y con ganas de superarse. Edad de 25 a 35 años, sexo masculino y experiencia mínima de 2 años en cuestiones de mantenimiento, reparaciones en general, jardinería, limpieza de áreas grandes, etc.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Nombre del Puesto: VIGILANTE.

Número de plazas: 2

Jefe Inmediato: Gerente de Recursos Humanos..

Función Genérica: Vigilar todas las áreas del hotel para no permitir que personas ajenas que no sean ni huéspedes ni personal autorizado del hotel entren a las diferentes instalaciones y para así evitar problemas, además debe cumplir con su trabajo rápida, efectiva y eficientemente.

Funciones Específicas:

1. Revisará diariamente que en todas las áreas e instalaciones del hotel no se encuentren personas sospechosas a horas indebidas para que dichas áreas estén fuera de peligro.
2. Vigilará por las noches todas las áreas destinadas a el descanso de los huéspedes para su mayor tranquilidad.
3. No interrumpirá la privacidad de los huéspedes.
4. Informará de cualquier anomalía en instalaciones, puertas de entrada, paredes, etc. para que se de seguimiento en caso de algún problema.

Perfil del puesto: El vigilante del hotel deberá ser una persona con amplios conocimientos en el ramo de seguridad y de preferencia con estudios de bachillerato o equivalente. Ser una persona honrada eficiente, responsable, con facilidad de trato hacia las personas, y con ganas de superarse. Edad de 25 a 38 años, sexo masculino y experiencia mínima de 2 años en cuestiones de seguridad de personas y/o vigilancia.

4.4. ANÁLISIS FINANCIERO

Los estados financieros de la empresa "Hotel Urhuapani, S. de R.L. de C.V." son los básicos y son los necesarios para dar mayor información de los bienes, derechos, obligaciones, aportaciones patrimoniales, resultados y, en general las operaciones más representativas de la entidad a los socios por periodos determinados y a fechas determinadas, en la proyección de los años de 2003 a 2007. Dichos estados financieros básicos son: Estado de resultados, Estado de situación financiera, Estado de cambios en la situación financiera y el Estado de Origen y variación en el capital, y, adicionalmente el Estado de Flujo de efectivo. Cabe mencionar que, como apoyo para la elaboración de dichos estados se realizaron cédulas de acuerdo a la necesidad de el hotel Uruapan ya que en base a ellas, se pudieron obtener datos y así completar la información financiera básica que debe tener no solo esta empresa en particular sino todos los entes.

4.4.1. Estado de resultados

Primeramente y de acuerdo a lo visto en cuanto al estudio técnico y financiero se refiere, en el mismo capítulo se puede ver que la empresa obtiene dos tipos de ingresos, los que son por operación normal, que son los obtenidos por las rentas de habitaciones, los obtenidos por el Bar con que cuenta el hotel, y los que se consideran

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

como otros ingresos no propios de la actividad principal, que son los de arrendamiento de locales (ver anexo 10).

El estado de Resultados está elaborado con base en el boletín B-3, el cual nos da la estructura para dicho estado financiero que nos muestra la rentabilidad de una empresa de acuerdo a la utilidad o pérdida que se obtenga por un período determinado, esto mediante la relación de los elementos que le dieron origen, debidamente valuados en términos monetarios.

Se compone este estado de los ingresos generados propios de la actividad en su primera parte y, de los costos y gastos erogados para la prestación del servicio durante el ejercicio a que corresponde cada estado financiero; la proyección de los ingresos, costos y gastos, que se elaboran con una estimación de inflación del 5% según los datos inflacionarios para el siguiente año, así como el ingreso generado por otros ingresos que como ya se explicó comprenden la renta de locales comerciales y tienen como gasto el monto de su depreciación proporcional (ver cuadro 1).

El costo de servicio son directamente las compras netas erogadas para la prestación del servicio. Asimismo se determina el prorrateo para los gastos según su naturaleza y el espacio que ocupen por ejemplo el área de servicios, que comprende el área de las habitaciones, estacionamiento, alberca, bar, cocina, barra, y salones para esparcimiento así como el área administrativa y la recepción. (ver anexo 1).

Antes de la utilidad por operaciones continuas se determinan los ingresos y gastos provenientes de las rentas de locales comerciales y servicios que el hotel

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

deberá prestar, pero que no son ingresos propios por que es solo un arrendamiento de los locales, y los ingresos como ya se mencionó no son el giro de la actividad.

Las depreciaciones están basadas en la los porcentajes máximos autorizados por la Ley del Impuesto Sobre la Renta, en el artículo 40 tratándose de: construcciones (edificio) 5%, tratándose de mobiliario y equipo 10%, equipo de computo 30% y si son gastos de instalación en un 10% (ver anexo 9.2).

Por último, la determinación del Impuesto Sobre la Renta y Participación de los trabajadores de las utilidades en las Empresas se determinan con base en los porcentajes establecidos por la ley del Impuesto Sobre la Renta y la Ley Federal del trabajo respectivamente, en el caso de la renta, el porcentaje varía según el año en que se estime, es decir para el primer año será del 34%, para el segundo del 33% y para el resto del 32% según el artículo segundo transitorio en su fracción LXXXII de la referida ley.

Es de importancia resaltar que, en el primer año la P.T.U. no se determina, ya que la Ley Federal del Trabajo exige a las empresas de nueva creación de pagar dicho concepto a los trabajadores, pero, en los siguientes años la empresa tiene la obligación de realizar el pago correspondiente a sus trabajadores, así como el ISR que sí se determina pero se manda al rubro de impuestos por pagar para en el año de 2004 que en el caso del hotel se pagará hasta entonces dicha obligación. (Ver cuadro 1) (Ver anexos 14,15 y 16).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 1

**HOTEL URHUAPANI, S. DE R. L. DE C. V.
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
POR LOS PERÍODOS COMPRENDIDOS DEL AÑO 2003 AL 2007**

	2003	2004	2005	2006	2007
INGRESOS					
POR HABITACIONES	\$6,043,130.43	\$6,345,286.96	\$6,662,551.30	\$6,995,678.87	\$7,245,462.81
POR BAR	\$120,862.61	\$126,905.74	\$133,251.03	\$139,913.58	\$146,904.29
DESCUENTOS POR PROMOCIONES	-\$302,156.52	-\$317,264.35	-\$333,127.57	-\$349,783.94	-\$367,273.14
TOTAL INGRESOS NETOS	\$5,861,836.52	\$6,154,928.35	\$6,462,674.77	\$6,785,808.50	\$7,125,094.93
COSTO POR SERVICIOS	\$446,387.66	\$66,463.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,940.28
UTILIDAD ANTES DE OPERACIÓN GASTOS DE OPERACIÓN	\$5,415,448.86	\$6,088,464.44	\$6,392,887.66	\$6,712,532.04	\$7,048,154.65
GASTOS POR SERVICIOS					
ENERGIA ELECTRICA	\$59,478.26	\$62,452.17	\$65,574.78	\$68,853.52	\$72,296.20
TELÉFONO	\$3,913.04	\$35,608.70	\$37,389.13	\$39,258.59	\$41,221.52
TELECABLE	\$27,547.83	\$28,925.22	\$30,371.48	\$31,890.05	\$33,484.53
CONSUMIBLES GRAVADOS	\$60,521.74	\$63,547.83	\$66,725.22	\$70,061.48	\$73,564.55
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$104,247.83	\$109,565.22	\$115,043.48	\$120,793.65	\$126,835.43
LIMPIEZA Y CONSERVACION	\$64,434.78	\$67,656.52	\$71,039.35	\$74,591.32	\$78,320.88
CONSUMIBLES NO GRAVADOS	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.50	\$2,083.73	\$2,187.91
IMPUESTOS Y DER MPALES	\$6,000.00	\$6,300.00	\$6,615.00	\$6,945.75	\$7,293.04
IMSS SAR E INFONAVIT	\$90,563.34	\$95,091.51	\$99,846.08	\$104,838.39	\$110,080.31
MANTENIMIENTO DE ALBERCA	\$24,000.00	\$25,200.00	\$26,460.00	\$27,783.00	\$29,172.13
DEPRECIACION DE EDIFICIO	1,228,022.02	\$1,228,022.02	\$1,228,022.02	\$1,228,022.02	\$1,228,022.02
DEPRECIACION DE MOBILIARIO Y EQUIPO	\$65,707.83	\$65,707.83	\$65,707.83	\$65,707.83	\$65,707.83
AMORTIZACION DE GTOS DE INSTALACION	3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89
SUELDOS SEMANALES (SERVICIOS)	794,970.28	\$834,718.79	\$876,454.73	\$920,277.47	\$966,291.34
TOTAL GASTOS POR SERVICIOS	\$2,564,359.84	\$2,627,738.70	\$2,694,286.49	\$2,764,161.68	\$2,837,530.63

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$3,130.43	\$3,286.96	\$3,451.30	\$3,623.87	\$3,805.06
TELÉFONO	\$33,913.04	\$35,608.70	\$37,389.13	\$39,258.59	\$41,221.52
PAPELERÍA	\$26,086.96	\$27,391.30	\$28,760.87	\$30,198.91	\$31,708.84
LIMPIEZA Y CONSERVACION	\$3,361.30	\$3,540.87	\$3,738.91	\$3,925.86	\$4,122.15
CONSUMIBLES NO GRAVADOS	\$1,800.00	\$1,890.00	\$1,984.80	\$2,083.73	\$2,187.91
MSS, SAR E INFONAVIT	\$130,322.86	\$136,839.00	\$143,680.95	\$150,865.00	\$158,408.25
DEPRECIACION DE EDIFICIO	63,950.48	\$63,950.48	\$63,950.48	\$63,950.48	\$63,950.48
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	10,590.77	\$10,590.77	\$10,590.77	\$10,590.77	\$10,590.77
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO	\$8,440.43	\$8,440.43	\$8,440.43	\$8,440.43	\$8,440.43
AMORTIZACIÓN DE GTOS DE INSTALACIÓN	3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89	\$3,052.89
SUELDOS QUINCENALES (ADMINISTRATIVOS)	1,278,192.00	\$1,342,101.60	\$1,408,206.68	\$1,476,667.01	\$1,553,650.34
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$1,562,871.17	\$1,636,713.00	\$1,714,246.92	\$1,790,030.58	\$1,872,696.26
GASTOS DE OPERACIÓN	\$4,127,231.01	\$4,264,461.70	\$4,408,633.42	\$4,554,192.26	\$4,710,228.88
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$1,288,217.85	\$1,824,012.74	\$1,984,354.24	\$2,158,339.78	\$2,337,929.76
OTROS INGRESOS					
INGRESOS POR ARRENDAMIENTO	\$371,280.00	\$389,844.00	\$409,336.20	\$429,803.01	\$451,293.16
TOTAL OTROS INGRESOS	\$371,280.00	\$389,844.00	\$409,336.20	\$429,803.01	\$451,293.16
OTROS GASTOS					
DEPRECIACIÓN DE LOCALES COMERCIALES	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59
TOTAL OTROS GASTOS	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59	\$148,353.59
TOTAL OTROS GASTOS Y OTROS INGRESOS	\$222,926.41	\$241,490.41	\$260,982.61	\$281,449.42	\$302,939.57
UTILIDAD POR OPERACIONES CONTINUAS ANTES I.S.R. Y P.T.U.	\$1,611,144.26	\$2,065,503.15	\$2,245,336.86	\$2,439,789.20	\$2,640,869.34
I.S.R. Y P.T.U.					
I.S.R.	\$513,789.05	\$681,616.04	\$718,507.79	\$780,732.54	\$845,078.19
P.T.U.	0	\$205,550.32	\$224,533.89	\$243,978.92	\$264,066.93
UTILIDAD NETA	\$997,355.21	\$1,177,336.80	\$1,302,295.38	\$1,415,077.74	\$1,531,704.22

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

4.4.2. Flujo de efectivo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tal como se plasma en el estudio financiero en el capítulo III el flujo de efectivo parte del saldo inicial de bancos, tomando en cuenta todos los ingresos generados durante la operación en el ejercicio y disminuyendo los gastos tomados en cuenta que tienen que ver con la salida de efectivo, para efectos de considerar cual será el saldo final de bancos utilizable y el disponible en los siguientes estados financieros.

Además, a través del flujo de efectivo será posible determinar la capacidad de liquidez que a través de las operaciones realizadas tendrá el Hotel Urhuapani en sus saldos generados a través de los años.

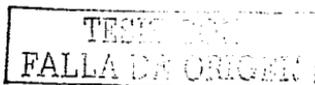
Por otro lado, el flujo de efectivo será de mucha utilidad para la operación del Hotel, debido a que en base a dicho estado se pueden determinar diversos aspectos y obtener información valiosa acerca de cómo cambia, varía o fluctúa el efectivo y con base en ello, poder incluso, realizar un buen análisis financiero que sirva de base para la toma de decisiones de la empresa que se pretende establecer y de la cual se proyectan cifras en los estados financieros presentados para el presente análisis.

Cabe hacer mención de que en los flujos de efectivo presentados tienen tal como lo indican las cédulas, un incremento por inflación esperada para los próximos años del 5% (ver cuadro 2). (Ver anexos 14,15 y 16).

CUADRO 2

**HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
POR LOS PERÍODOS DEL 2003 AL 2007**

	2003	2004	2005	2006	2007
SALDO INICIAL	\$70,000,000.00	\$3,918,724.35	\$11,429,806.87	\$14,328,348.59	\$17,351,767.07
INGRESOS					
Ingresos por servicios	\$5,740,973.91	\$6,345,286.96	\$6,662,551.30	\$7,043,049.97	\$7,295,193.52
Ingresos por bar	\$120,462.61	\$126,905.74	\$133,251.03	\$139,913.58	\$146,909.26
Otros ingresos	\$371,280.00	\$389,844.00	\$409,336.20	\$429,803.01	\$451,293.16
Iva a favor	\$0.00	\$3,637,784.30	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IVA POR PAGAR	\$0.00	\$1,029,305.50	\$1,080,770.78	\$1,134,989.32	\$1,191,549.78
INGRESOS TOTALES	\$6,233,116.52	\$11,529,126.50	\$8,283,909.31	\$8,747,875.88	\$9,184,945.72
EGRESOS					
Terrenos	\$35,848,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Edificio	\$28,806,521.74	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Almacen de blancos	\$48,814.49	\$70,732.20	\$74,268.81	\$77,982.25	\$81,881.36
Almacen de colchones	\$332,010.21	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Almacen de cristaleria	\$4,721.57	\$5,701.30	\$5,986.76	\$6,285.68	\$6,599.96
Mobiliario y equipo	\$657,078.26	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipo de oficina	\$105,907.73	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipo de computo	\$28,134.78	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos de instalacion	\$61,057.83	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Proveedores	\$0.00	\$69,967.60	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos de operacion	\$671,251.42	\$774,234.51	\$812,946.23	\$853,593.55	\$896,273.22
Sueldos y salarios	\$2,022,054.48	\$2,123,157.20	\$2,229,315.06	\$2,340,780.82	\$2,457,819.86
Descontos sobre ingresos	\$0.00	\$364,854.00	\$383,096.70	\$402,251.54	\$422,364.11
Credito al salario	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo a favor de Iva	\$3,637,784.30	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Iva por pagar	\$0.00	\$0.00	\$893,189.53	\$944,814.13	\$1,044,544.84
Pago de impuestos retenidos	\$91,055.36	\$95,608.13	\$100,388.53	\$105,407.96	\$110,678.36
ISR	\$0.00	\$513,789.05	\$681,616.04	\$718,507.79	\$780,732.54
PTU	\$0.00	\$0.00	\$206,550.32	\$224,533.69	\$243,978.92
EGRESOS TOTALES	\$72,314,392.17	\$4,018,043.98	\$5,387,367.59	\$5,724,157.40	\$6,044,873.18
SALDO FINAL	\$3,918,724.35	\$11,429,806.87	\$14,328,348.59	\$17,351,767.07	\$20,491,839.61



 TESIS DE GRADUACION
 FALLA DE ORIGEN

4.4.3. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera muestra la situación financiera de el hotel , a una fecha determinada, mediante la relación de sus recursos, obligaciones y patrimonio, debidamente valuados. Aquí se presentan los montos para cada rubro integrante del capital aportado por los socios, el dato de bancos se obtiene del flujo de efectivo mencionado en los párrafos anteriores y será una parte muy importante en la determinación de los indicadores financieros que se analizarán posteriormente (ver cuadro 3).

En el Estado de Situación Financiera se tiene un activo circulante compuesto por las partidas de bancos (explicada en el párrafo anterior), un Iva pendiente de acreditar por las compras efectuadas pero no pagadas en su totalidad, generadas en el primer año y por el crédito al salario proveniente de los salarios a los trabajadores.

El activo no circulante se integra por todas las inversiones iniciales , incluyendo inversiones en activos y gastos de instalación a que se hace referencia en párrafos anteriores durante el desarrollo del estudio técnico en el caso práctico, y sus respectivas depreciaciones conforme a lo dispuesto en la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

TESIS CON
FALLA DE CATEGORÍA

El pasivo está integrado solamente por proveedores e impuestos por pagar, ya que la aportación inicial de los socios es efectiva y no se requiere de financiamiento alguno en la esencia de la constitución y fines del mencionado hotel., los impuestos por pagar son los provenientes del Estado de Resultados plasmado y explicado en párrafos anteriores.

El capital social se integra por la aportación inicial de los socios y por las utilidades o pérdidas generadas en el Estado de Resultados por cada uno de los ejercicios a tomar en cuenta para la determinación de este Estado de Situación Financiera (ver cuadro 3).

Todas las cuentas o rubros que están dentro de este estado situación financiera pueden variar de un año a otro, esto debido a que en un año puede que dar almacén o no, y, puede haber pago a proveedores o no, y, también se pueden tomar las decisiones de no reinvertir utilidades, como se hacer en este caso práctico sino que se retiren, otra opción es que se pida un préstamo para financiamiento de la empresa en los siguientes años, pero, en este caso los socios son quienes deciden mejor aportar el dinero para formar el capital social. (Ver anexos 14,15 y 16).

HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.
ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADOS
POR LOS PERIODOS COMPRENDIDOS DEL AÑO 2003 AL 2007

	2003	2004	2005	2006	2007
ACTIVO					
<i>Circulante</i>					
Bancos	3,918,724.35	11,429,806.87	14,328,348.59	17,351,767.07	20,491,839.61
Iva pendiente de acreditar	9,126.21	0.00	0.00	0.00	0.00
I.v.a. a favor	3,637,784.30	0.00	0.00	0.00	0.00
Credito al salario	39,947.56	-41,944.94	-44,042.18	46,244.29	48,556.51
Total Circulante	7,605,582.42	11,477,751.80	14,372,390.77	17,398,011.36	20,540,396.12
<i>No circulante</i>					
Terreno	35,848,000.00	35,848,000.00	35,848,000.00	35,848,000.00	35,848,000.00
Edificio	28,806,521.74	28,806,521.74	28,806,521.74	28,806,521.74	28,806,521.74
Dop. acum. Edificio	-1,440,326.09	-2,880,652.18	-4,320,978.27	-5,761,304.36	-7,201,630.45
Mobiliario y Equipo	657,078.26	657,078.26	657,078.26	657,078.26	657,078.26
Dop. acum. Mob. Y eq.	-65,707.83	-131,415.65	-197,123.48	-262,831.30	-328,539.13
Equipo de oficina	105,907.73	105,907.73	105,907.73	105,907.73	105,907.73
Dop. acum. eq. of.	-10,590.77	-21,181.55	-31,772.32	-42,363.09	-52,953.87
Eq. de cómputo	28,134.78	28,134.78	28,134.78	28,134.78	28,134.78
Dop. acum. Eq. comp.	-8,440.43	-16,880.87	-25,321.30	-28,133.78	-28,133.78
Gastos de instalación	61,057.83	61,057.83	61,057.83	61,057.83	61,057.83
Amort. De Gts. Inst.	-6,105.78	-12,211.57	-18,317.35	-24,423.13	-30,528.92
Total no circulante	63,975,529.44	62,444,358.53	60,913,187.62	59,387,644.68	57,864,914.20
TOTAL ACTIVO	71,581,111.86	73,916,110.34	75,285,578.40	76,785,656.04	78,405,310.33
PASIVO					
<i>Corto plazo</i>					
Proveedores	69,967.60	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos por pagar	513,789.05	1,741,418.33	1,808,591.01	1,893,590.91	1,981,540.98
I.S.R.	513,789.05	641,668.48	636,615.30	654,797.86	672,899.21
P.T.U.	0.00	206,550.32	224,533.69	243,978.92	264,086.93
I.v.a. por pagar	0.00	893,199.53	947,442.03	994,814.13	1,044,554.84
TOTAL PASIVO	583,756.65	1,741,418.33	1,808,591.01	1,893,590.91	1,981,540.98
CAPITAL CONTABLE					
Capital social	70,000,000.00	70,000,000.00	70,000,000.00	70,000,000.00	70,000,000.00
Utilidades de ejec. Ant.	997,355.21	1,177,336.80	2,174,692.01	3,476,987.39	4,892,065.13
Utilidad del ejercicio	997,355.21	1,177,336.80	1,302,295.38	1,415,077.74	1,531,704.22
TOTAL CAPITAL CONTABLE	70,997,355.21	72,174,692.01	73,476,987.39	74,892,065.13	76,423,769.34
TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL	71,581,111.86	73,916,110.34	75,285,578.40	76,785,656.04	78,405,310.33

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.4.4. Indicadores Financieros del proyecto

A través de los indicadores financieros del proyecto se elabora el análisis de las partidas proyectadas en los estados financieros presentados en los cuadros 1 al 4, en los cuales se basará el estudio financiero mencionado en el capítulo III donde se menciona la forma de determinar la factibilidad de la empresa, la forma de generación de utilidades, las fuerzas y debilidades que posee la empresa y los riesgos que puede correr con la generación de utilidades, incluso en este apartado se pueden observar las cifras arrojadas de los datos y se puede buscar la manera de hacer planeación financiera y fiscal.

A través del análisis de los indicadores podemos determinar que el proyecto es rentable ya que se realizará una inversión muy fuerte de \$70,000,000.00, con la cual se obtendrá utilidades en el primer año de \$997,355.21, en el segundo año de \$1,177,336.80, en el tercer año de \$1,302,295.38, en el cuarto año de \$1,415,077.74 y en el quinto año de \$1,531,704.22 de las cuales se pueden tomar datos para aplicar los siguientes indicadores financieros y su posterior interpretación.

CUADRO 6

DETERMINACIÓN DE LA TIR

AÑO	INGRESOS- EGRESOS
0	-70,000,000.00

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1	78,547,508.69
2	15,547,170.48
3	2,898,541.72
4	3,023,418.48
5	3,140,072.54

Tasa interna de rendimiento 34%

La tasa interna de rendimiento comparada con la tasa de los CETES, la cual se toma por ser la tasa libre de riesgo es muy alta, lo cual implica mayor riesgo pero también mayor rentabilidad, esta es la razón por la cual vemos utilidades año con año, a pesar de ser una empresa con altos costos de operación. (ver cuadro 1).

CUADRO 7

COSTO DE CAPITAL

Utilidad promedio del ejercicio
Inversión Neta

AÑO	TASA
2003	0.0139
2004	0.0159
2005	0.0173
2006	0.0184
2007	0.0195
	0.0170

FUENTE: Idem.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Para efectos de determinar el Costo de capital del proyecto que se está evaluando se obtienen del cuadro 7 un costo de capital del 2% que comparado con la tasa libre de riesgo, el costo de capital queda muy por debajo de esta tasa, lo cual se podría pensar que es mejor invertir en CETES que en el proyecto, pero para tomar una decisión de esta magnitud se debe tomar en cuenta además la magnitud del proyecto y el tipo de inversión que se está realizando, es razonable pensar que la inversión tardará unos buenos años en recuperarse del todo.

CUADRO 8

DETERMINACIÓN DEL VALOR PRESENTE NETO

AÑO	INGRESOS- EGRESOS
0	-70,000,000.00
1	78,547,508.69
2	15,547,170.48
3	2,898,541.72
4	=
5	3,023,418.48
	3,140,072.54

Valor presente neto

\$30,216,529.23

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Por otro lado el Valor Presente Neto que se obtiene es alto, es decir que si retornamos todos los flujos generados en el flujo de efectivo proyectado al presente tendríamos la cantidad de \$30,216,529.23.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 9

DETERMINACIÓN DE LA BETA

Beta		0.15146						
Rm	Rj	i	Rm-i	Rj-i	(Rm-i) ²	(Rm-i)*(Rj-i)		
0.5916	0.01	0.1940	0.3976	-0.1801	0.1581	-0.0716		
0.1401	0.02	0.1813	-0.0412	-0.1654	0.0017	0.0068		
0.9716	0.02	0.1160	0.8556	-0.0987	0.7321	-0.0844		
0.1260	0.02	0.1575	-0.0315	-0.1391	0.0010	0.0044		
0.2305	0.02	0.0825	0.1480	-0.0630	0.0219	-0.0093		
2.0598	0.0851	0.7313	1.3285	-0.6462	0.9147	-0.1542		
0.4120	0.0170	0.1463	0.2657	-0.1292	0.1829	-0.0308		
Riesgo mínimo generado				15.15%				
comparado contra tasa de CETES				9.10%				

A través de la técnica de la Beta se determina el riesgo mínimo generado por la empresa según datos proyectados a años futuros la cual será de 15.15%; un rendimiento similar al rendimiento del mercado de valores dará un riesgo muy alto.

Nótese que será un riesgo enorme, pues el monto de la inversión lo justifica, dado que es un proyecto que implica muchas situaciones en las que no tendrá ingerencia directa la empresa en forma privada, sino que afectarán los fenómenos económicos, políticos e incluso sociales del país. (ver cuadro 9).

CONCLUSIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Al finalizar todo trabajo de investigación se requiere de una síntesis o extracto de la investigación que englobe los aspectos más relevantes extraídos del proceso de investigación. Se considera que para el logro de la competitividad de las empresas de la región es imprescindible aterrizar este tipo de proyectos a la efectiva realización de sus objetivos.

La evaluación de un proyecto de inversión es una tarea compleja cuyo objetivo se encamina al conocimiento de la rentabilidad económica y social para la satisfacción de necesidades humanas de manera eficiente y suficiente; en este aspecto el Licenciado en Contaduría es un profesional capacitado considerado el más indicado para establecer las bases financieras mediante las cuales se ha de regir el protocolo del proyecto para llevar la información obtenida en estudio de mercado y estudio técnico a cifras manipulables de manera tal que permitan determinar financieramente la viabilidad en cuanto a la utilidad o rechazo de los proyectos de inversión.

Además de que el contador ya no es el profesional que solamente hace sumas, restas, presenta declaraciones o lleva una contabilidad y nada más, es una persona que tiene muchos retos a vencer en la actualidad ya que, debe estar preparado, actualizado y capacitado para enfrentar los problemas y las vicisitudes que hoy en día aquejan a muchos negocios, y es precisamente a él a quien le toca

resolver diversas situaciones que ya no solo tienen que ver con su carrera en sí, si no que tienen que ver con muchas otras áreas y ramas en las cuales tiene que estar preparado, lo cual no significa que deba ser un experto en todo, porque eso tampoco es bueno, pero sí puede estar a la vanguardia y día con día prepararse más para esquivar las dificultades que puedan presentarsele como es en el caso de un proyecto de inversión ya que le toca a él muchas de las veces tomar decisiones e interpretar muchas cosas de gran relevancia y que, pueden afectar positiva o negativamente a la empresa, por ello la importancia de que sepa como llevar a efecto un proyecto de esta naturaleza.

Por otro lado, las ventajas en cuanto a recursos naturales con que cuenta Michoacán y sus condiciones climatológicas favorecen en gran medida al sector turístico en el estado y dado que las condiciones de la región tanto físicas, económicas, políticas y la competencia son factores importantes en el desarrollo de proyectos de inversión; por consecuencia, en Uruapan, por ello se considera de trascendencia tratar el tema del turismo y arrastrar la información hasta arrojar cifras numéricas que indiquen la factibilidad que tendrá establecer un hotel con las características de cinco estrellas, ya que no existe otro en la localidad con las condiciones que se mencionan.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Situación por la cual es importante realizar un estudio de mercado y un estudio técnico que nos indiquen las condiciones que regirán la vida de la entidad en torno al proyecto que se pretende implantar.

Durante el desarrollo del estudio de mercado y el estudio técnico elaborados se fueron observando de entrada, los puntos fuertes y débiles tanto para el desarrollo de la investigación como para el posible establecimiento del mencionado hotel; asimismo, se evaluaron resultados que posteriormente fueron plasmados en los Estados Financieros en el capítulo del estudio financiero y llevados a la implantación de técnicas en finanzas para la interpretación de los resultados que se concluyen de la siguiente manera:

Se cumplió el objetivo indicado en la introducción al presente trabajo de investigación, al evaluar la viabilidad de implantar un hotel de cinco estrellas en la localidad estableciendo un mercado atractivo para los inversionistas y comprobando la rentabilidad del negocio que se propone mediante la aplicación de algunas técnicas financieras en el capítulo V.

Técnicamente, el proyecto es viable; dadas las condiciones climatológicas y la demanda del turismo en la localidad, resulta realizable la idea del establecimiento de un hotel de cinco estrellas en la localidad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Socialmente, el proyecto arroja los beneficios tales como la Generación de empleos, el incremento en la actividad hotelera, la búsqueda de la actualización y mejora continua en el servicio prestado por otros hoteles generando competencia sana que fomente la mejora en calidad, el impulso del ramo turístico y la transmisión de la conciencia de una ciudad con costumbres y tradiciones.

Bajo las condiciones establecidas en el estudio de mercado y los resultados obtenidos en el estudio de mercado y el estudio técnico y los resultados obtenidos en el capítulo V mediante la aplicación de indicadores financieros, se aprueba la primera hipótesis establecida en la primera parte del caso práctico pues, en efecto "Es rentable el proyecto del Establecimiento de un Hotel del Cinco Estrellas en la Ciudad de Uruapan".

A la par de esta afirmación, se aprueba también la segunda hipótesis planteada que establece el beneficio que el Proyecto trae para la población de Uruapan, pues, basta pensar en que uno de los beneficios sociales que indudablemente trae este proyecto a la población es el de fomentar el turismo y a su vez la elevación del nivel de vida de los Uruapenses.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFÍA

- ^a TAMAMES Ramón, SANTIAGO Gallego, Diccionario de Economía y Finanzas, Editorial Limusa, Primera Edición, México, 1994.

- ^a GARCÍA MENDOZA Alberto, Las Inversiones a Largo Plazo y su Financiamiento, Editorial CECSA, Primera Edición, México, 1987.

- ^a SAPAG Chain Nassir, Criterios de Evaluación de Proyectos. Cómo medir la rentabilidad de las inversiones, Editorial Mc Graw Hill, Primera Edición, España 1993.

- ^a VAN HORNE James C., Administración Financiera, Editorial PRENTICE HALL, Tercera Edición, México, 1997.

- ^a BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos: Análisis y Administración del Riesgo, Editorial Mc. Graw Hill; Segunda Edición, México 1990.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- ^{ra} GITMAN Lawrence J, Administración Financiera Básica, Editorial HARLA; 3^a. Edición, México, 1996.
- ^{ra} ACERENZA, Miguel Ángel, Administración del Turismo; Editorial Trillas, Primera Edición, México, 1984.
- ^{ra} MIRANDA Francisco, Monografía de Uruapan, Editorial Gobierno Municipal, Primera Edición, México, 1999.
- ^{ra} MENDEZ Monge Ana Migdelina , Introducción Básica a la Administración Básica; Editorial EDUG; 5^a. Edición, México, 1990.
- ^{ra} CORTAZAR, Martínez Alfonso, Introducción al análisis de proyectos de inversión; Editorial Trillas, Primera Edición México, 1993.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

HEMEROGRAFÍA

- ✓ www.sectur.gob.mx/
- ✓ www.ucalgary.ca/~ckonrad/307linksMexico.html -
- ✓ www.miexamen.com.mx/historia%20universal/Antecedentes%20de%20la%20hoteleria.htm - 33k
- ✓ (www.bancomext.com/Bancomext2001/Template/Nacional/default.jhtml?seccion=210)
- ✓ ESTADÍSTICA II, Prof. Francisco Luna Luna, 4º semestre de la Lic. en Contaduría, 2000.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXOS 1 AL 18

TEMA DE TESIS:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA
EVALUACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO
DE UN HOTEL DE CINCO ESTRELLAS,
EN LA CIUDAD DE URUAPAN, MICHOACÁN”**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CONSTRUCCION POR HABITACION

RUBRO	METROS CUADRADOS	COSTO DE CONSTRUCCIÓN	PRECIO POR HAB. X NOCHE	COSTO DE CONSTRUCCIÓN
Estacionamiento	850	4,250,000.00		
8 Habitaciones Sencillas	100	500,000.00	\$800	14,938.64
16 Habitaciones Dobles	448	2,240,000.00	\$900	8,402.98
4 Suites	200	1,000,000.00	\$1,600	59,754.55
Área administrativa	80	400,000.00		
Recepción	200	1,000,000.00		
		9,390,000.00		
5 % para imprevistos		469,500.00		
		9,859,500.00		
Costo de const. por habitaciones		\$492,975		

Nota: en la última columna se indican los costos de construcción por cada habitación dependiendo del tipo de habitación y los metros cuadrados que ocupa cada una.

Esto se utiliza como base para determinar el costo que deberá tener cada noche en una habitación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

214

PRESUPUESTO DE MOBILIARIO PARA HABITACIONES

Proveedor: Arq. Armando Gomez

URUAPAN, MICH., A 01 DE SEPTIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DEL MOBILIARIO QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	P.NETO
4	Recamara King Size	13,000.00	52,000.00
24	Recamara Matrimonial	3,200.00	76,800.00
16	Recamara Individual	2,800.00	44,800.00
8	Buro para recamara King Size	2,800.00	22,400.00
32	buro (mismo diseño)	2,200.00	70,400.00
4	Tocador p/ recamara King size	4,200.00	16,800.00
24	Tocador (mismo diseño)	3,600.00	86,400.00
28	Tocador para baño	3,600.00	100,800.00
28	sillon para baño	1,200.00	33,600.00
28	Comedor pequeño (c/2 sillas)	2,440.00	68,320.00
4	Sala chica de 2 sillones	4,400.00	17,600.00
28	Ropero	7,500.00	210,000.00
24	Mesa / Escritorio	3,200.00	76,800.00
28	Perchero	490.00	13,720.00
4	Curtina	4,200.00	16,800.00
4	Mesa de centro chica	1,800.00	7,200.00
24	sillon normal tam/mediano	2,400.00	57,600.00
1	sala c/jgo de mesas y 2 sillones adic.	26,000.00	26,000.00
1	comedor c/ diseño especial (4 sillas)	8,200.00	8,200.00
34	maceteros	350.00	11,900.00
40	lamparas	520.00	20,800.00
1	portagarrafon	600.00	600.00
32	Candelabros	3,343.00	106,976.00
	Suma P. Lista		5886,496.00
	Descuento		50.00
	Subtotal		5509,996.52
	IVA desglosado		576,499.48
	Total Neto		5886,496.00

Av. Latinoamericana esq. Con Hilanderos; Uruapan, Mich.

DEPRECIACIÓN:

50,999.65

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

215

PRESUPUESTO PARA MOBILIARIO Y EQUIPO ELECTRÓNICO

Proveedor: Coppel

URUAPAN, MICH., A 01 DE SEPTIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DEL MOBILIARIO QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	P.NETO
28	Televisor ZENITH LG-C20A02 de 20 pulg. Pantalla de 20 Pulgadas; encendido auto- matico programable; menu trilingüe en pantalla; sonido monoaural; control re- moto.	2,199.00	61,572.00
			0.00
5	Televisor RCA de 32 pulg,	6,400.00	32,000.00
28	Refrigerador IEM parrillas de alambreon intercambiables gabinete texturizado	2,699.00	75,572.00
	Suma P.Lista		\$169,144.00
	Descuento		\$0.00
	Subtotal		\$147,081.74
	IVA desglosado		\$22,062.26
	Total Neto		\$169,144.00

LOS PRECIOS INCLUYEN IVA AL 15%

PRECIO DE RIGUROSO CONTADO

Cupatitzio esq. Con Morelos, Col. Centro
Uruapan, Mich. Tel. 52-3-08-46

DEPRECIACIÓN:

14,708.17

<p>TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>

216

PRESUPUESTO PARA BLANCOS (INVENTARIO)

Proveedor: CASA PADILLA

LINEA Vianey

MODELO	DESCRIPCION	P. LISTA	P.NETO
Mediterraneo	Jgo. c/edredon dos vistas individual	484.00	7,744.00
Mediterraneo	Jgo. c/edredon dos vistas matrimonial	642.00	15,408.00
Mediterraneo	Jgo. c/edredon dos vistas king Size	838.00	3,352.00
Alejandro	Jgo. c/edredon dos vistas individual	484.00	7,744.00
Alejandro	Jgo. c/edredon dos vistas matrimonial	642.00	15,408.00
Alejandro	Jgo. c/edredon dos vistas king Size	838.00	3,352.00
Mediterraneo	Jgo. Sabanas individual	184.00	2,944.00
Mediterraneo	Jgo. Sabanas matrimonial	227.00	5,448.00
Mediterraneo	Jgo. Sabanas King Size	309.00	1,236.00
Alejandro	Jgo. Sabanas individual	184.00	2,944.00
Alejandro	Jgo. Sabanas matrimonial	227.00	5,448.00
Alejandro	Jgo. Sabanas King Size	309.00	1,236.00
Mediterraneo	Jgo. 2 Cortinas (1,50 x 2,30)	239.00	7,648.00
Alejandro	Conjunto 4 Cortinas (1,50 x 2,30)	436.00	13,952.00
Perca	Jgo. Sabanas individual	210.00	3,360.00
Perca	Jgo. Sabanas matrimonial	258.00	6,192.00
Perca	Jgo. Sabanas King Size	329	1,316.00
Blancos	Toallas para baño	45	2,520.00
Blancos	Toallas para manos		
	Suma P.Lista		\$67,364.00
	Subtotal		\$58,577.39
	IVA desglosado		58,786.61
	Total Neto		\$67,364.00

PRECIOS CON IVA INCLUIDO VIGENTES A PARTIR DEL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2002
NO INCLUYEN DESCUENTOS, POR QUE SON PRECIOS DE MAYOREO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PRESUPUESTO DE COLCHONES (INVENTARIO)

Proveedor: LA ESQUINA DEL COLCHON

URUAPAN, MICH.. A 07 DE NOVIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DE LOS MATERIALES QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	% DESCTO.	P.NETO
4	Colchon King Size Spring Air	23,350.00	30	65,380.00
24	Colchon matrimonial Spring Air	14,199.00	30	238,543.20
16	Colchon individual Spring Air	12,199.00	30	136,628.80

Colchones de alta durabilidad
Con 100 años de garantía

Suma P.Lista	\$629,360.00
Descuento	\$188,808.00
Subtotal	\$383,088.70
IVA desglosado	\$57,463.30
Total Neto	\$440,552.00

Dr. Miguel Silva Esq. C/Morelos, Col Centro
Uruapan, Mich.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO # 5

PRESUPUESTO PARA CRISTALERIA (INVENTARIO)

Proveedor: ABASTECEDORA RESTAURANTERA CORONA, S.A. DE C.V.

URUAPAN, MICH., A 06 DE NOVIEMBRE DE 2001

COTIZACIÓN DE LA CRISTALERIA QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	% DESCTO.	P.NETO
128	Vaso chico de cristal	4.00		512.00
16	Vaso cubero	3.60		57.60
32	Copa grande	15.60		499.20
16	Copa tequilera	8.70		139.20
60	Jarras	66.00		3,960.00
16	Vaso tequilero	3.80		60.80
16	Jaibolero	6.00		96.00
70	Caniceros	1.50		105.00
		Suma P.Lista		\$5,429.80
		Descuento		\$0.00
		Subtotal		\$4,721.57
		IVA desglosado		\$708.23
		Total Neto		\$5,429.80

LOS PRECIOS INCLUYEN I.V.A. DE 15%

Paseo Lázaro Cárdenas No. 692 Col. La Magdalena
C.P. 60080 Uruapan, Mich., Tel. 523-99-27

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

219

HOTEL URIHUAPANI, S. DE R. L. DE C.V.

COMPRAS PARA EL INVENTARIO INICIAL 2003

	Compras	IVA acreditable	Total	Contado/IVA	Credito/IVA	
Colchones	383,088.70	57,463.31	440,552.01	264,311.20	176,220.80	
Blancos	58,577.39	8,786.61	67,364.00	33,682.00	33,682.00	
Cristalería	4,721.57	708.24	5,429.81	5,429.81	0.00	
TOTALES	446,387.66	66,958.15	513,345.81	303,443.01	209,902.80	513,345.81

COMPRAS DE CREDITO Y CONTADO PARA LOS SIGUIENTES AÑOS

Año	Importe	I.v.a.	Total	Contado	A credito	Pag en el año	Pendiente
2003	446,387.66	66,958.15	513,345.81	303,443.01	209,902.80	443,378.21	69,967.60
2004	66,463.91	9,969.59	76,433.49	76,433.49	0.00	146,401.09	0.00
2005	69,787.10	10,468.07	80,255.17	80,255.17	0.00	80,255.17	0.00
2006	73,276.46	10,991.47	84,267.93	84,267.93	0.00	84,267.93	0.00
2007	76,940.28	11,541.04	88,481.32	88,481.32	0.00	88,481.32	0.00
	732,855.41	109,928.31	842,783.72	632,880.92	209,902.80	842,783.72	69,967.60
				842,783.72			912,751.32
					57831.94		9126.21

INVENTARIOS REQUERIDOS PARA LOS AÑOS SIGUIENTES

	2003	2004	2005	2006	2007
60% Colchones	440,552.01	0.00	0.00	0.00	0.00
50% Blancos	67,364.00	58,577.39	58,577.39	58,577.39	58,577.39
CRDO Cristalería	5,429.81	4,721.57	4,721.57	4,721.57	4,721.57
TOTAL	513,345.81	63,298.96	63,298.96	63,298.96	63,298.96

NOTA: Los proveedores nos dan crédito en colchones de un 60% y en blancos de un 50% solo en el primer año.

El resto de los años el total de las compras se hace de contado

ACUMULADOS EN INVENTARIOS PARA ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

	2004	2005	2006	2007
Colchones	440,552.01	440,552.01	440,352.01	440,352.01
Blancos	123,941.39	184,518.78	243,096.17	301,673.56
Cristalería	10,151.38	14,872.95	19,594.52	24,316.09
	576,644.77	639,943.72	703,242.69	766,341.65

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PRESUPUESTO PARA EL EQUIPO DE OFICINA

Proveedor: OFILINEA

URUAPAN, MICH., A 15 DE SEPTIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DEL EQUIPO DE OFICINA QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	P. LISTA	% DESCTO.	P. NETO
8	473	Escrit.GILCO Secretarial 1.40 x .75	1,338.37	10	9,636.26
8	804	Sill.Ejec.PREMIER rayas c/aire	1,665.20	10	11,989.44
8	1062	Sill.Ejec.CROMOS CLAUDIN c/aire	1,932.00	10	13,910.40
3	455	Archivero GILCO 2 pub.c/cromo	1,105.61	10	2,985.15
4	442	Mesa Print.NOGAL S408N Torre Ch.	959.10	25	2,877.30
2	168	Fax Panasonic KX-FT25 TERM/CONT	3,018.75	20	4,830.00
4	637	Calculadora Printaform 1412	300.15	10	1,080.54
2	709	Maq.de Escribir Olivetti ETP-510	1,696.25	20	2,714.00
8	XXX	Papelera organizador de plástico	75.00	10	540.00
8	XXX	Organizador Revistero	34.00	10	244.80
6	XXX	Lampara de Escritorio montable	145.00	10	783.00
28	XXX	Caja de Seguridad c/combinación	3,343.00	25	70,203.00

Suma P.Lista	\$152,614.39
Descuento	\$30,820.50
Subtotal	\$105,907.73
IVA desglosado	\$15,886.16
Total Neto	\$121,793.89

DEPRECIACIÓN:

10,590.77

Madero No. 3-A Tel.523-26-93 Fax.523-49-01 Uruapan, Mich.
 Madrid No.1 (Eq. Paseo L.Cardenas) Tel. 523-84-75, Fax. 523-32-88

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTO

Proveedor: COMPUMAC

URUAPAN, MICH., A 09 DE SEPTIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT	DESCRIPCION	P. LISTA	% DESCTO.	P.NETO
5	Computadora c/procesador Celeron a 6 de 54 Mb en DIMM de Memoria RAM Monitor de 14 pulgadas de color Disco duro de 20 GB, Fax Modem, Tarjeta de Video 8MB PCI ó ACP, CD-ROM y Bocinas	5,750.00		27,312.50
4	Impresora HP DESKJET 610C	1,800.00		6,810.00
	Suma P.Lista			534,152.50
	Descuento			51,797.50
	Subtotal			528,134.78
	IVA desglorado			54,220.22
	Total Neto			532,355.00

LOS EQUIPOS CUENTAN CON UN AÑO DE GARANTÍA Y UN SERVICIO DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO.

DEPRECIACIÓN:	1er. Año	2o. Año	3er. Año	4o. Año
	8,440.43	8,440.43	8,440.43	2,813.48
			Total	28,134.78

Av. De las Américas No. 4-A Col. Centro
Uruapan, Mich. Tel. 014-450-013-10

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

222

PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSTALACIÓN

Proveedores: COMUNICACIÓN Y SISTEMAS TELEFONICOS; TELMEX, S.A. DE C.V.

URUAPAN, MICH., A 09 DE SEPTIEMBRE DE 2002

COTIZACIÓN DE EQ. TELEFÓNICO QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	P.NETO
1	Central digital 8 líneas 16 extensiones expandible a 12 líneas 32 extensiones Panasonic mod. KX-TD1232	22,640.00	22,640.00
1	Telefono programador multilinea con pantalla Panasonic mod. KX-T7230	2,680.00	2,680.00
2	Tarjetas de expansión de 16 extensiones unilínea Panasonic Mod. KX-TD174	6,255.00	12,510.00
1	Tarjeta con identificador de llamadas mod. KX-TD193	1,660.00	1,660.00
1	Tarifcador de llamadas de 1 a 64 extensiones light I.	3,510.00	3,510.00
44	Telefonos sencillos Panasonic Mod. KX-TS5	260.00	11,440.00
44	Instalaciones de extensiones que incluye material miscelaneo y hasta 20 mts. de cable por extensión programación de equipo y capacitación de personal.	7,920.00	7,920.00
1	Regleta de conexión con base de 50 pns.	120.00	120.00
1	Protector p/3 líneas EATC	300	300.00
1	Regulador de voltage 1000 watts TDE	340	340.00
	Suma P.Lista		563,120.00
	Subtotal		\$54,886.96
	IVA despgosad		\$8,233.04
	Total Neto		\$63,120.00

GARANTIA DE 1 AÑO EN APARATOS SOLO DEFECTO DE FABRICACIÓN
 VIGENCIA DE COTIZACIÓN 8 DÍAS HÁBILES
 CONDICIONES DE PAGO 50% DE CTDO. Y 50% A LA ENTREGA DEL TRAB.

AV. AMERICAS 48-B COL. CENTRO URUAPAN, MICH. TEL. 52-8-60-33

AMORTIZACIÓN

13,721.74

<p>TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>

223

TELMEX, S.A. DE C.V.

COTIZACIÓN DE LINEAS TELEFÓNICAS QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA:

CANT.	DESCRIPCION	P. LISTA	P.NETO
3	Lineas telefonicas	1,866.00	5,598.00
3	Gastos de instalación para tres lineas telefonicas	499.50	1,498.51
		Suma P.Lista	\$7,096.51
	ESTOS PRECION INCLUYEN DEL 15% DE I.V.A.		
		Subtotal	\$6,170.88
		IVA desglosado	\$925.63
		Total Neto	\$7,096.51
	AMORTIZACIÓN		1,542.72

Parque Vía 198, Col. Cuauhtemoc, C.P. 06599 México, D.F.

ACUMULACIÓN DE LOS GASTOS DE INSTALACIÓN		
GTOS. DE INSTALACIÓN PAG.1	\$54,886.96	
GTOS. DE INSTALACIÓN PAG.2	\$6,170.88	
SUBTOTAL GASTOS DE INSTALACIÓN	\$61,057.83	
I.V.A. ACREDITABLE	\$9,158.67	
TOTAL DE GASTOS DE INSTALACIÓN		\$70,216.51
AMORTIZACION TOTAL DE GTS. DE INSTALACION		\$15,264.46

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

224

HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.

GASTOS VARIABLES ESTIMADOS PARA 2003

Base: COMPETENCIA

GASTO	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL	IVA ACREDITABLE	GASTO TOTAL ANUAL	CONCEPTO
Energía Eléctrica	6,000.00	62,608.70	9,391.30	72,000.00	21715 KWZ (estimados)
Teléfono	6,500.00	67,826.09	10,173.91	78,000.00	Para dos líneas
Telecable	2,640.00	27,547.83	4,132.17	31,680.00	Para 33 televisores (uno en cada habitación y en el bar, sala, comedor, recepción y salón de juegos).
Papelaría	2,300.00	26,086.96	3,913.04	30,000.00	Para el área administrativa y de recepción, además de insumos de computo.
Consumibles gravados	5,800.00	60,521.74	9,078.26	69,600.00	Bebidas para los servirar en cada habitación
Publicidad y propaganda	10,000.00	104,347.83	15,652.17	120,000.00	Incluye spots de radio, folletería, agencias y TV.
Limpieza y conservación	6,500.00	67,826.09	10,173.91	78,000.00	Para mantenimiento y limpieza de las instalaciones.
Mantenimiento de alberca	2,300.00	24,000.00	3,600.00	27,600.00	Cloración, Mito. En general
Consumibles no gravados	300.00	3,600.00	0.00	3,600.00	Agua entre otros.
Impuestos y derechos mpales.	500.00	6,000.00	0.00	6,000.00	En la ciudad de Uruapan
IMSS, SAR e INFONAVIT	18,407.18	220,886.20	0.00	220,886.20	De todos los empleados asegurados
Nomina Semanal	67,750.80	813,009.60	0.00	813,009.60	De trabajadores operativos (ver anexo 9.3)
Nomina Quincenal	100,753.74	1,209,044.88	0.00	1,209,044.88	De trabajadores administrativos (ver anexo 9.4)
Depreciaciones y amortizaciones	127,597.58	1,531,170.90	0.00	1,531,170.90	De activo fijo y gastos de instalación (ver abajo)
GASTO TOTAL	357,549.30	4,224,476.80	66,114.78	4,290,591.58	

COSTO DIARIO POR SERVICIO EN CADA HABITACIÓN:

420.05

NOTA: Los montos en gastos fueron estimados con base en los cuestionarios aplicados a los hoteles de categorías de 3 y 4 estrellas en la Ciudad de Uruapan.

TESIS CON
 FALTA DE ORIGEN

405

LIQUIDACIONES OBRERO PATRONALES ANUAL DE 2003

PERIODO	APORTACIONES			TOTAL
	I.M.S.S.	R.C.V.	INFONAVIT	
ENERO-FEBRERO(1)	13,930.04	8,708.25	6,938.53	29,576.82
MARZO-ABRIL	14,925.35	12,779.76	10,183.03	37,888.14
MAYO-JUNIO	14,925.35	12,779.76	10,183.03	37,888.14
JULIO-AGOSTO	15,422.65	12,989.37	10,350.20	38,762.22
SEPTIEMBRE-OCTUBRE	15,422.65	12,779.76	10,183.03	38,385.44
NOVIEMBRE-DICIEMBRE	15,422.65	12,779.76	10,183.03	38,385.44
	90,048.69	72,816.66	58,020.85	220,886.20

NOTA: El pago mensual de IMSS, RCV e INFONAVIT en promedio es de 18,407.18 los datos y empleados cotizan para seguridad social con las prestaciones de ley y los salarios según la ley federal del trabajo para cada oficio o trabajo desempeñado (ver anexo 9.3).

PROYECCIÓN PARA EL PERIODO 2003-2007

PERIODO	APORTACIÓN	INFLACIÓN	INCREMENTO	APORTACIÓN
	TOTAL	(%)	ANUAL	ANUAL
AÑO 2003	220,886.20	0.05	11,044.31	231,930.51
AÑO 2004	231,930.51	0.05	11,596.53	243,527.04
AÑO 2005	243,527.04	0.05	12,176.35	255,703.39
AÑO 2006	255,703.39	0.05	12,785.17	268,488.56
AÑO 2007	268,488.56	0.05	13,424.43	281,912.98
	1,220,535.69		61,026.78	1,281,562.47

INFLACIÓN PROMEDIO DURANTE EL PERIODO 0.05

NOTA: La suma de aportaciones anuales será la cantidad de pago de IMSS estimada para el periodo de cinco años. Se considera una inflación promedio del 5% estimada con base en la inflación del año 2002.

NOMINAS (calcula anual)

TIPO DE NOMINA	SEMANAL**	QUINCENAL*	ANUAL
Sueldos y salarios	523,304.60	1,072,800.00	1,596,104.60
Asistencia y puntualidad	39,248.04	160,920.00	200,168.04
Prima demerital	8,732.36	0.00	8,732.36
Credito al Salario	21,076.12	18,871.44	39,947.56
Ayuda para despensa	223,685.28	44,872.00	268,157.28
Retención de I.S.R.	941.20	61,387.92	62,329.12
Retención de I.M.S.S.	2,095.60	26,630.64	28,726.24
Pago neto	813,009.60	1,209,044.88	2,022,054.48

**ver anexo 12

**ver anexo 11

NOTA: Las nominas fueron elaboradas tomando en cuenta una estimación donde se considera que los empleados laboran todos los días que deben hacerlo, sin descontar tiempos. Al proyectar en las cedulas se tomará en cuenta una inflación del 5% con base en el año 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

226

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES ANUALES

	MOI	% DEPR.	2003	2004	2005	2006	2007
Edificio	28,806,521.74	5%	1,440,326.09	1,440,326.09	1,440,326.09	1,440,326.09	1,440,326.09
Equipo de oficina	105,907.73	10%	10,590.77	10,590.77	10,590.77	10,590.77	10,590.77
Equipo de computo	28,134.78	30%	8,440.43	8,440.43	8,440.43	2,813.48	0.00
Mobiliario y eq.electrónico	147,081.74	10%	14,708.17	14,708.17	14,708.17	14,708.17	14,708.17
Mobiliario y equipo	509,996.52	10%	50,999.65	50,999.65	50,999.65	50,999.65	50,999.65
Gastos de instalación	61,057.83	10%	6,105.78	6,105.78	6,105.78	6,105.78	6,105.78
TOTAL DEPRECIACIONES			1,525,065.12	1,525,065.12	1,525,065.12	1,519,438.16	1,516,624.69
TOTAL DE AMORTIZACIONES			6,105.78	6,105.78	6,105.78	6,105.78	6,105.78
TOTAL DEPREC. Y AMORTIZAC.			1,531,170.90	1,531,170.90	1,531,170.90	1,525,543.95	1,522,730.47
MONTO MENSUAL DE DEPR. Y AMORT.			127,597.58	127,597.58	127,597.58	127,128.66	126,894.21

TESIS CON
 BALDA DE CHILENA
 NO SISSEI

t.c.c.

HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.
CALCULO DE INGRESOS POR LA ACTIVIDAD Y OTROS INGRESOS
INGRESOS EXCLUSIVOS POR RENTA DE HABITACIONES Y SERVICIOS

Mes	Habitaciones	Precio por noche	Porcentaje ocupación promedio	Ocupación anual (habitaciones)	Ingresos por hospedaje
Enero			60%		
Febrero			60%		
Marzo			80%		
Abril			100%		
Mayo			60%		
Junio			60%		
Julio			70%		
Agosto			70%		
Septiembre			50%		
Octubre			60%		
Noviembre			70%		
Diciembre			100%		
Ocupación promedio			70%		
Número de habitaciones ocupadas anualmente				7154	
Habitaciones Sencillas	8	\$800.00		2034	1,635,200.00
Habitaciones Dobles	16	\$900.00		4088	3,679,200.00
Suites	4	\$1,600.00		1022	1,635,200.00
Total					6,949,600.00
Subtotal					6,043,130.43
IVA por pagar					906,469.57
Habitaciones en total	28				PRORRATEO
proporcional hab. Sencillas	0.28571				1,985,600.00
proporcional hab. Dobles	0.57143				3,971,200.00
proporcional hab. Suites	0.14286				992,800.00
					6,949,600.00

Note: Los precios de venta por habitación se determinaron en base a la competencia mediante el estudio de mercado elaborado y explicado en el capítulo IV. Se consideran además descuentos del 5% sobre el total de los ingresos para promociones a grupos y otros descuentos a/los servicios prestados.

INGRESOS POR BAR

INGRESOS PROPIOS DE LA ACTIVIDAD			
	Monto	IVA por pagar.	Total
2003	120,662.61	18,129.39	138,792.00

Note: Los ingresos por Bar fueron estimados con base en el porcentaje de ocupación hotelera determinado para los ingresos por habitación y tomando en cuenta el espacio ocupado por el bar dentro del hotel se determino un 2% de ingresos sobre los ingresos por servicios.

INGRESOS POR ARRENDAMIENTO

OTROS INGRESOS (ESTIMADOS)			
Concepto	Monto	IVA por pagar	Total
Renta de salones	46,000.00	14,400.00	110,400.00
Gimnasio	78,000.00	11,700.00	89,700.00
Guardería	36,000.00	5,400.00	41,400.00
Locales comerciales	161,280.00	24,192.00	185,472.00
Total	371,280.00	55,692.00	426,972.00

Note: La renta del salón se determino suponiendo que se renta una vez por mes en un costo de \$8,000.00. Para la renta del gimnasio y guardería se sugieren rentas de 6,500 mensuales suponiendo que siempre están en renta; y en el caso de los locales comerciales el costo es de 3,200 mensuales por cada uno suponiendo el mismo porcentaje de ocupación que para el hotel. Base: Estudio de mercado contenido en el capítulo IV.

TRINOS CON
 MARCA DE ORIGEN

HOTEL URHUAPANI, S.A. DE C.V.

NOMINA QUINCENAL DEL 1 AL 15 DE ENERO DE 2003

R.F.C.: PECE-621125-QR6

PERCEPCIONES

DEDUCCIONES

NO.	APL.	NOMBRE	CARGO	DIAE	SALARIO DIARIO	SALARIO SEMANAL	PREMIOS DE ASIST. Y PUNTO	CRÉDITO AL SALARIO	PRIMA (1) (RESERVA)	TOTAL PERCEPCIO NES	ISR	INSS	PAFOH VT	TOTAL	PAGO NETO	FIRMA
1	510	LUIS ANTONIO VERDUGUERME	DIRECTOR GENERAL	15	500.00	7,500.00	1,125.00	0.00	93.42	8,718.42	903.61	186.18	0.00	1,049.79	7,828.42	
2	510	SILVIA NAVARRO	SECRETARIA GENERAL	15	120.00	1,800.00	270.00	64.67	111.42	2,236.07	0.00	44.88	0.00	44.88	2,241.36	
3	510	OMELIA SUAREZ PUNZO	SECRETARIA DE SERVICIOS	15	250.00	3,000.00	750.75	0.00	124.90	3,880.65	413.56	124.74	0.00	538.29	3,350.36	
4	510	DOMICARLOS CASASOLA DE NEZ	CHEFE DE SERVICIOS	15	325.00	5,000.00	753.75	0.00	120.90	5,888.65	413.56	124.74	0.00	538.29	5,350.36	
5	510	ALEXIS AYALA CARRILLO	GERENTE ADMINISTRATIVO	15	335.00	5,025.00	753.75	0.00	120.90	5,888.65	413.56	124.74	0.00	538.29	5,350.36	
6	510	EDUARDO MARTINEZ FUENTES	CHEFE DE RECURSOS HUMANOS	15	335.00	5,025.00	753.75	0.00	120.90	5,888.65	413.56	124.74	0.00	538.29	5,350.36	
7	510	MIRIAM CAMPOS GONZALEZ	SECRETARIA DE SERVICIOS	15	130.00	1,950.00	295.00	110.22	133.42	1,969.62	0.00	37.24	0.00	37.24	1,831.38	
8	510	ORHIBE AGUILAR GARCILAZO	SECRETARIA DE SERVICIOS	15	150.00	2,250.00	337.50	22.64	121.42	2,738.54	0.00	55.85	0.00	55.85	2,682.68	
9	510	CRISTINA HERRERA ALTAMIRANO	ANALISTA	15	150.00	2,250.00	337.50	22.64	121.42	2,738.54	0.00	55.85	0.00	55.85	2,682.68	
10	510	MARCELA DEJA GONZALEZ	JEFE ADMINISTRATIVO	15	150.00	2,250.00	337.50	22.64	121.42	2,738.54	0.00	55.85	0.00	55.85	2,682.68	
11	510	ALMA CORTES SANCHEZ	ENCARGADA DE FINANZAS	15	150.00	2,250.00	337.50	22.64	121.42	2,738.54	0.00	55.85	0.00	55.85	2,682.68	
12	510	IVAN MERRIYES	COORDINADOR DE SERVICIOS ESPECIALES	15	80.00	1,200.00	180.00	125.22	135.42	1,640.62	0.00	29.79	0.00	29.79	1,610.83	
13	510	EDHA SUAREZ TELLEZ	ENCARGADA DE SERVICIOS	15	80.00	1,200.00	180.00	125.22	135.42	1,640.62	0.00	29.79	0.00	29.79	1,610.83	
14	510	FRANCISCO HURTADO MENDOZA	ENCARGADO DE BAR	15	80.00	1,200.00	180.00	125.22	135.42	1,640.62	0.00	29.79	0.00	29.79	1,610.83	
15	510	HUMARDO GONZALEZ RAMIREZ	ENCARGADO DE MTC	15	80.00	1,200.00	180.00	125.22	135.42	1,640.62	0.00	29.79	0.00	29.79	1,610.83	
TOTALES						44,700.00	6,765.00	786.31	1,833.00	64,944.31	2,867.83	1,109.61	0.00	3,667.44	40,376.87	

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

elt

HOTEL URHUAPANI, S.A. DE C.V.

NOMINA SEMANAL DEL 5 AL 12 DE ENERO DE 2003

R.F.C.: PECE-621125-QRG

PERCEPCIONES

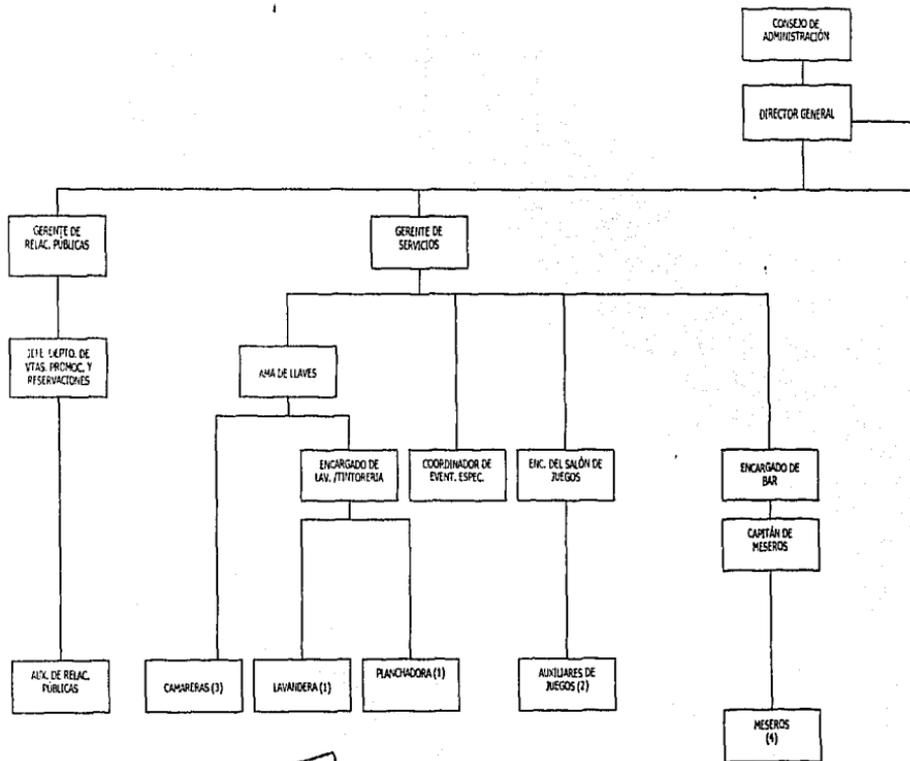
DEDUCCIONES

NO	AFI	NOMBRE	PUESTO	EMES	SALARIO DIARIO	SALARIO SEMANAL	PRIMA DOMIN	PREMIO PUNTO AGOST	CREDITO SALARIO	AYUDA FAMILIAR RESPONSA	TOTAL PERCEP IONES	ISR	ISS	AFONIA WT	TOTAL DEDUC	PAGO NETO	FIRMA
1	130	CARLOS ALBERTO DOMESTICO CASTILLO	CAMARERA MESAJERO	7	45.00	45.00	0.00	14.13	15.00	114.30	644.00	0.00	1.61	0.00	2.42	641.66	
2	130	APFELINO MANABETH GUZMAN	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
3	130	MARTHA SUAREZ JIMENEZ	CAMARERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
4	130	YVETTE RODRIGUEZ MARTINEZ	CAMARERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
5	130	LILIAN DEL ARREDOQUIO LOPEZ	CAMARERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
6	130	CARLA LOPEZ CAMPOS	CAMARERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
7	130	JOSEFINA MANZANO CARRILLO	FRANCAJONERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
8	130	EDGAR PARRA DOMINGUEZ	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
9	130	ANAYARA RAMIREZ CRUZ	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
10	130	HERBERTO CALDERON MASAGA	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
11	130	ALEJANDRO GUTIERREZ RAVOS	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
12	130	MIGUEL RAMONES MENCER	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
13	130	MARINA AMEZCUA GALAN	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	545.20	0.00	1.61	0.00	2.42	542.78	
14	130	MUNEN GAYOTA VENEZ	RECEPCIONISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
15	130	CELESTE MEDINA CAZARES	RECEPCIONISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
16	130	ANITA ARACELI CARBALLA RIOS	RECEPCIONISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	532.70	0.00	1.61	0.00	2.42	530.28	
17	130	MARISOL CHAVEZ BARBOSA	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	542.00	0.00	1.61	0.00	2.19	539.80	
18	130	RICHARDO FERRANDEZ QUIANO	FRANCAJONERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	527.50	0.00	1.61	0.00	2.19	525.40	
19	130	AJULO CESAR AVENDAÑO TELLO	FRANCAJONERA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	527.50	0.00	1.61	0.00	2.19	525.40	
20	130	JESUS VALENCIA MENDOZA	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	542.00	0.00	1.61	0.00	2.19	539.80	
21	130	ANTONIO BARRON JIMENEZ	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	542.00	0.00	1.61	0.00	2.19	539.80	
22	130	RAFAEL GONZALEZ ALONSO	ALMACENISTA	7	50.00	50.00	0.00	14.25	15.00	114.45	540.00	0.00	1.61	0.00	2.19	537.80	
23	130	MARILENE ANDREA GUERRA GONZALEZ	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	422.50	0.00	1.61	0.00	2.19	420.34	
24	130	SERGIO RAUPEL PIEDRAQUANTE	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	422.50	0.00	1.61	0.00	2.19	420.34	
25	130	JAVIER FLORES LARREA	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	431.45	0.00	1.61	0.00	2.19	429.30	
26	130	CHRISTIAN GALARRAGA HUERTA	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	418.55	0.00	0.00	0.00	0.00	418.55	
27	130	RAFAEL RIZO LUNA	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	429.59	0.00	0.00	0.00	0.00	429.59	
28	130	ADAM MALDONADO OCHOA	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	429.59	0.00	0.00	0.00	0.00	429.59	
29	130	CARLOS MAURICIO SOLORIO SALCEDO	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	429.59	0.00	0.00	0.00	0.00	429.59	
30	130	FEDERICO BUENO CORNEJO	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	429.59	0.00	0.00	0.00	0.00	429.59	
31	130	MIGUEL AYALA VAZQUEZ	FRANCAJONERA	7	35.85	250.95	0.00	19.82	0.00	159.82	429.59	0.00	0.00	0.00	0.00	429.59	
TOTALES						10683.55	187.82	754.77	405.31	4201.64	12683.18	18.18	42.30	0.00	98.29	11654.79	

230

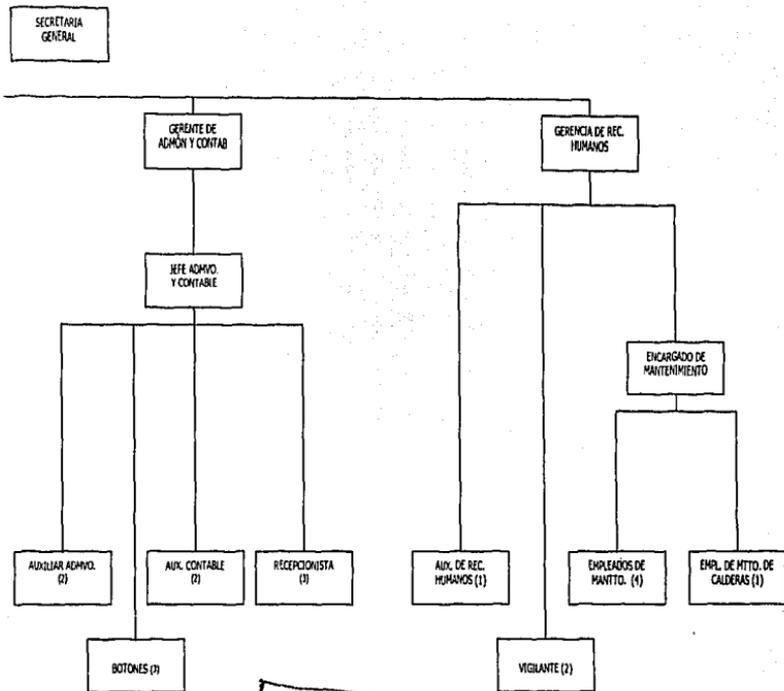
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ORGANIGRAMA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

76



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2

HOTEL URHUAPANI, S. DE R.L. DE C.V.

CEDULA DE INGRESOS					
CEDULA NÚMERO 1	2003	2004	2005	2006	2007
INGRESOS POR SERVICIOS	\$6,043,130.13	\$6,345,286.96	\$6,662,551.30	\$6,995,678.87	\$7,345,462.81
INGRESOS POR BAR	\$120,862.61	\$126,905.74	\$133,251.03	\$139,913.58	\$146,909.26
OTROS INGRESOS	\$371,280.00	\$389,844.00	\$409,336.20	\$429,803.01	\$451,293.16
DESCUENTOS/INGRESOS	-\$302,156.52	-\$317,264.35	-\$333,127.57	-\$349,783.94	-\$367,273.14
IVA DE DESCUENTOS	-\$45,323.48	-\$47,589.65	-\$49,969.13	-\$52,467.59	-\$55,090.97
IVA TRASLADADO	\$980,240.96	\$1,029,305.50	\$1,080,770.78	\$1,134,809.32	\$1,191,549.78
VENTAS TOTALES	\$7,168,084.00	\$7,526,488.20	\$7,902,812.61	\$8,297,953.24	\$8,712,850.90

CEDULA DE ALMACEN					
CEDULA NÚMERO 2	2003	2004	2005	2006	2007
COMPRAS NETAS	\$416,387.66	\$66,463.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,940.28
IVA ACREDITABLE	\$57,831.94	\$9,469.59	\$10,468.07	\$10,991.47	\$11,541.04
COMPRAS TOTALES	\$504,219.60	\$76,433.49	\$80,255.17	\$84,267.93	\$88,481.32

CEDULA DE COSTO DE VENTAS					
CEDULA NÚMERO 3	2003	2004	2005	2006	2007
INVENTARIO INICIAL
COMPRAS NETAS	\$416,387.66	\$66,463.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,940.28
INVENTARIO FINAL
COSTO POR INGRESOS	\$446,387.66	\$66,463.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,940.28

TESTES CON
 EL SISTEMA CONTABLE

933

CEDULA DE INVERSIONES INICIALES					
CEDULA NÚMERO 4	2003	2004	2005	2006	2007
TERRENO	\$35,815,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
EDIFICIO	\$28,800,521.74	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$28,134.78	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
MUEBLARIO Y EQUIPO DE HABITACION	\$657,078.26	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
EQUIPO DE OFICINA	\$105,907.73	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
COSTOS DE INSTALACION	\$61,057.83	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IVA ACREDITABLE	\$4,418,803.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
COMPRAS TOTALES	\$69,955,505.40	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

CEDULA DE PROVEEDORES					
CEDULA NÚMERO 5	2003	2004	2005	2006	2007
SALDO INICIAL	\$0.00	\$69,967.60	\$0.00	\$0.00	\$0.00
COMPRAS CONTADO	\$303,433.01	\$76,433.49	\$80,253.17	\$84,267.93	\$88,481.32
COMPRAS CREDITO	\$209,902.80	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
SALDO FINAL	-\$60,967.60	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
PAGO PROVEEDORES	\$443,378.21	\$146,401.09	\$80,253.17	\$84,267.93	\$88,481.32

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

23

CEDULA DE GASTOS					
CEDULA NÚMERO 6	2003	2004	2005	2006	2007
GASTOS GRAVADOS	\$440,765.22	\$462,803.48	\$485,943.65	\$510,240.83	\$536,752.88
Energía Eléctrica	62,608.70	\$65,739.13	\$69,026.09	\$72,477.39	\$76,101.26
Teléfono	67,826.09	\$71,217.39	\$74,778.26	\$78,517.17	\$82,443.03
Televisión	27,512.83	\$28,925.22	\$30,371.48	\$31,890.05	\$33,484.55
Papelera	26,086.96	\$27,391.36	\$28,760.87	\$30,198.91	\$31,708.86
Publicidad y propaganda	101,342.83	\$109,365.22	\$115,043.48	\$120,795.65	\$126,835.43
Limpieza y conservación	67,826.09	\$71,217.39	\$74,778.26	\$78,517.17	\$82,443.03
Consumibles	60,521.74	\$63,547.83	\$66,725.22	\$70,061.48	\$73,564.55
Mantenimiento de alberca	24,000.00	\$25,200.00	\$26,460.00	\$27,783.00	\$29,172.15
IVA ACRREDITABLE	66,114.78	69,420.52	72,891.55	76,536.13	80,362.93
GASTOS NO GRAVADOS	\$3,834,819.38	\$3,950,001.81	\$4,070,943.35	\$4,192,305.02	\$4,322,829.59
Consumibles no gravados	3,600.00	3,780.00	3,960.00	4,167.45	4,373.82
Impuestos y derechos locales	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,945.75	7,293.04
IMSS, SAK E INFONAVTI (SERVICIOS)	\$90,563.34	\$95,691.51	\$99,816.08	\$104,838.39	\$110,080.31
IMSS, SAK E INFONAVTI (ADMIVOS)	\$130,322.86	\$136,839.00	\$143,680.95	\$150,865.00	\$158,408.23
SUFI DA SEMANAL (SERVICIOS)	\$794,970.28	\$834,718.79	\$876,451.73	\$920,277.47	\$966,291.31
SUFI DA QUINCENALES (ADMIVOS)	\$1,278,192.00	\$1,342,101.60	\$1,409,206.68	\$1,479,667.01	\$1,553,650.36
Deprec. y amortiz.	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,525,543.95	\$1,522,730.47
TOTAL GASTOS	\$4,275,584.60	\$4,412,805.29	\$4,556,887.01	\$4,702,545.85	\$4,858,582.47

CEDULA DE OTROS IMPUESTOS POR PAGAR					
CEDULA NÚMERO 7	2003	2004	2005	2006	2007
RETENCION DE IMSS	\$28,726.24	\$30,162.55	\$31,670.68	\$33,254.21	\$34,916.92
RETENCION DE S.P.T.	\$62,129.12	\$65,145.38	\$68,717.85	\$72,153.75	\$75,761.43
IMPUESTOS POR PAGAR	\$91,055.36	\$95,608.13	\$100,388.53	\$105,407.96	\$110,678.36

TESIS CON
 FALTA DE CUOTEN

CEDULA DE IVA POR PAGAR					
CEDULA NUMEROS	2003	2004	2005	2006	2007
IVA TRASLADADO	\$934,967.45	\$951,715.85	\$1,030,801.64	\$1,052,341.73	\$1,136,458.81
IVA DE PAGAR POR OTROS DEBITOS	\$989,240.94	\$1,029,305.70	\$1,080,770.78	\$1,134,809.32	\$1,191,549.78
DEBITOS POR PROMOCIONES	\$15,323.45	\$17,389.65	\$19,960.14	\$52,167.59	\$55,020.97
IVA ACREDITABLE	\$4,572,751.27	\$53,516.32	\$53,359.61	\$57,527.59	\$91,903.97
COMPRAS	\$57,531.01	\$9,449.59	\$10,680.07	\$10,991.47	\$11,511.01
GASTOS	\$60,114.78	\$69,120.52	\$72,891.57	\$76,536.13	\$80,362.93
IVA PENDIENTE DE ACREDITAR	\$0.00	\$9,126.21	\$0.00	\$0.00	\$0.00
INVERSIONES IMRITALES	\$4,148,805.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IVA POR PAGAR	-\$3,637,784.30	\$893,199.53	\$947,442.03	\$994,814.13	\$1,044,554.84

CEDULA DE ISR					
CEDULA NÚMERO 9	2003	2004	2005	2006	2007
INGRESOS NOM.	\$6,535,273.04	\$6,662,036.70	\$7,205,138.53	\$7,565,395.46	\$7,943,665.23
DEDUCCIONES:	\$5,024,128.75	\$4,796,533.54	\$4,959,801.67	\$5,125,606.26	\$5,302,795.89
COMPRAS	\$116,397.66	\$66,163.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,910.28
GASTOS DE OPERACION	\$2,744,413.70	\$2,881,634.38	\$3,025,716.10	\$3,177,001.91	\$3,315,852.00
DEPRECIACIONES Y AMORTIZAC.	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,525,513.95	\$1,522,720.47
DEBITOS POR PROMOCIONES	\$302,156.52	\$317,264.75	\$333,127.57	\$349,783.94	\$367,273.14
RESULTADO FISCAL	\$1,511,144.26	\$2,065,503.15	\$2,245,336.86	\$2,439,789.20	\$2,640,869.34
UTILIDAD FISCAL	\$1,511,144.26	\$2,065,503.15	\$2,245,336.86	\$2,439,789.20	\$2,640,869.34
ISR SEGÚN ART. 10 DE LISR	\$513,789.05	\$681,616.04	\$718,507.79	\$780,732.54	\$845,078.19

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CEDULA DE PTU					
CEDULA NÚMERO 10	2003	2004	2005	2006	2007
INGRESOS NOMINALES	\$6,535,273.04	\$6,862,036.70	\$7,205,138.53	\$7,565,395.46	\$7,943,665.23
DEDUCCIONES:	\$5,024,128.78	\$4,796,533.54	\$4,959,801.67	\$5,125,606.26	\$5,302,795.89
COMPRAS	\$16,387.66	\$6,163.91	\$69,787.10	\$73,276.46	\$76,940.28
GASTOS DE OPERAC.	\$2,714,413.70	\$2,881,634.38	\$3,025,716.10	\$3,177,001.91	\$3,335,852.00
DEPRECIACIONES	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,531,170.90	\$1,525,543.95	\$1,522,730.47
DESGASTOS POR PROMOCIONES	\$302,156.52	\$317,261.35	\$333,127.57	\$349,783.94	\$367,273.14
RESULTADO FISCAL	\$1,511,144.26	\$2,065,503.15	\$2,245,336.86	\$2,439,789.20	\$2,640,869.34
BASE PTU	\$1,511,144.26	\$2,065,503.15	\$2,245,336.86	\$2,439,789.20	\$2,640,869.34
PTU 10%	\$0.00	\$206,550.32	\$224,533.69	\$243,978.92	\$264,086.93

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN