

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

“PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN CHALET EN ZIRAHUÉN”

TESIS

PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.

PRESENTA

CP. RUTILO HERNÁNDEZ GARCÍA

DIRECTOR DE TESIS

DR. HORACIO MERCADO VARGAS

MORELIA MICHOACÁN JUNIO DE 2006.

AGRADECIMIENTOS.

DOY GRACIAS A DIOS POR QUE ME A PERMITIDO RECONOCER QUE ÉL ME RESPALDA EN LAS ACCIONES Y PROPÓSITOS PARA MI VIDA.

ESTE LOGRO ES POSIBLE GRACIAS A LA COMPRESIÓN, APOYO E IMPULSO QUE RECIBÍ DE MI FAMILIA DE LA CUAL ME SIENTO MUY ORGULLOSO.

A MI ESPOSA, HERMILA VIEYRA TINOCO, A QUIEN RECONOZCO COMO EL PILAR DE NUESTRA FAMILIA QUE SIEMPRE ESTA DISPUESTA A ORIENTAR E IMPULSAR PARA QUE NOS SUPEREMOS EN LO PERSONAL Y LO PROFESIONAL.

A MIS HIJOS, NANCY Y EDGAR HERNÁNDEZ VIEYRA Y URIEL HERNÁNDEZ HERRERA POR EL GRAN CORAZÓN QUE TIENEN, POR SU GRAN CONVICCIÓN, PERSEVERANCIA Y DEDICACIÓN AL ESTUDIO, Y A QUIENES ADMIRO POR SER LOS MÁS GRANDES PERSONAJES DE MI VIDA DE HOY Y DEL MAÑANA POR QUE CON SU ÍMPETU Y VISIÓN QUE TIENE NO-HABER NADA QUE LOS DETENGA PARA LOGRAR SUS PROPÓSITOS QUE QUIEREN LOGRAR PARA SUS VIDAS.

A MIS PADRES, ALFONSO HERNÁNDEZ ALVARADO, MARIA GARCÍA SALAS, A QUIENES DIOS ME A PERMITIDO QUE ESTÉN PRESENTES PARA COMPARTIR ESTE MOMENTO, TAN IMPORTANTE YA QUE SIN ELLOS ESTO NO SERIA POSIBLE, GRACIAS POR HABERME TRAERME ESTE FABULOSO MUNDO.

A MIS HERMANOS, ELEAZAR, DIGNA, ÁNGELA, NOELIA ROSALBA, MARIO, ELENA Y MIRIAM QUE QUIERO MUCHO, AUNQUE ESTÉN UN TANTO DISTANTE SIEMPRE LOS TENGO EN MI MENTE Y MI CORAZÓN.

A LA UNIVERSIDAD MICHOACÁN DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO, POR PERMITIRME TENER LA OPORTUNIDAD DE CURSAR ESTA MAESTRÍA, POR LA DISTINCIÓN QUE SE ME HIZO DE INTEGRARME EN LA DOCENCIA, PARA CONTRIBUIR EN LA FORMACIÓN DE JÓVENES PROFESIONISTAS Y POR ABRIRME LAS PUERTAS PARA CONTINUAR CON MI SUPERACIÓN PERSONAL; DE MANERA PARTICULAR AL MC. ALEJANDRO MARTÍNEZ FUENTES.

A MIS MAESTROS INTEGRANTES DE LA MESA DE JURADO.

MUCHAS GRACIAS A TODOS AQUELLAS PERSONAS QUE ME DIERON TODAS LAS FACILIDADES PARA LLEVAR ACABO LA INVESTIGACIÓN DE LA TESIS QUE HOY PRESENTO.

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	3
Objetivos Generales del proyecto	5
Justificación	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO I	
IMPORTANCIA DEL TURISMO	10
1.1. El Turismo Mundial	10
1.1.1. Contribución de la Industria Turística en el PIB y Empleos.	10
1.1.2. Efectos y Preocupaciones en la Actividad Turística.	11
1.1.3 El Terrorismo en la Actividad Turística	14
1.1.4 Situación Actual la Crisis en la Actividad Turística	16
1.1.5 Las tecnologías de Información en la Industria Turística (TI)	17
1.2. El Turismo en México	23
1. 2.1 Aspectos Jurídicos y Normativos de la Secretaria de Turismo	23
1.2.2 Indicadores de la Actividad Turística	26
1.2.3 La Balanza Turística	27
1.3. El Turismo en Michoacán	30
1.3.1 Indicadores de la Actividad Turística.	30
1.3.2 Perfil del Turismo que Visita Michoacán	32
1.3.3 Acciones implementadas para Fortalecer el Turismo.	33
CAPITULO II	
PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	38
2.1. Antecedentes del Lugar.	38
2.2. Objetivos Estratégicos	39
CAPITULO III	
ESTUDIO DE MERCADO.	40
3.1. Razones de la Selección del Lugar.	40
3.2. Objetivo del Estudio de Mercado.	41
3.3. Descripción de Servicio	42
3.4. Consumidor	42
3.5. Identificación del Mercado	43
3.5.1. Mercado Real	43
3.5.2. Mercado Potencial	44
3.6. Segmento de Mercado	44
3.7. Demanda	44

3.8. Consumo	45
3.8.1. Expectativa Ocupacional y de Precio.	45
3.9. Comercialización y Publicidad	46
3.10. Competencia	46
3.10.1 Identificación de los Competidores	47
3.10.2 Precios de la Competencia	49
3.10.3 Posibles Ventajas y Desventajas Competitivas	50
3.11. Metodología (Tamaño de la Muestra)	50
3.11.1 Encuesta	52
3.11. 2 Cuestionarios	53
3.12. Graficas del Cuestionario	53
3.13. Resultados de los cuestionarios	57
CAPITULO IV	
ESTUDIO TÉCNICO	58
4.1. Localización	58
4.1.1 Macro localización	58
4.1.1.1 Factores Determinantes de la Localización	60
a.- Disponibilidad de la Mano de Obra	60
b.- Disponibilidad de Energía Eléctrica	60
c.- Servicios para Desechos	61
d.- Servicios Públicos	61
e.- Clima	61
f.- Actitud de la Comunidad	62
4.1. 2. Microlocalización	62
4.1.2.1 Otros factores Determinantes de la Ubicación	63
a.- Vías de Comunicación	63
b.- Atractivos de Lugar	64
c.- Disponibilidad de Materias Primas	65
d.- Localización de Zona Comercial	67
4.2. Determinación del Tamaño de la Planta	68
4.2.1. Ingeniería de Proyecto	68
4.2.1.1. Capacidad Total.	68
4.2.1.2. Características del Mercado de Abastecimiento.	68
4.2.1.3. Disponibilidad de los Recursos Financieros.	69
4.2.1.4. Características de la Mano de Obra	69
4.2.1.5. Información Técnica sobre Productos de Consumo.	69
4.2.1.6. Selección del Proceso	69
4.2.1.7. Selección Especificaciones de Servicios Auxiliares.	70
4.2.2. Distribución de las Cabañas	71
4.2.3. Distribución de las Cabañas	72
4.2.4. Especificaciones de Obra Civil – Programación de construcción.	73
4.2.5. Programación de la construcción, instalación y puesta y Puesta en marcha.	73

CAPITULO V	
ESTUDIO ECONÓMICO:	74
5.1. Aspectos Económicos y Financieros	74
5.2. Determinación de la Inversión fija Requerida para inicio de op.	75
5.3. Estructura del Financiamiento Requerido	78
5.4. Elaboración del Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos	79
5.5. Capacidad ocupacional esperada	80
5.6. Presupuesto de Costo de Producción	81
5.7. Presupuesto de Mano de obra	83
5.8. Depreciaciones y Amortizaciones	84
5.9. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas	85
5.10. Capital de Trabajo	87
5.. Estado de Resultados	89
5.12. Estado de Origen y Aplicación de Recursos	90
CAPITULO VI	
EVALUACIÓN FINANCIERA	91
61. Punto de Equilibrio	94
6.2 TIR (Tasa Interna de Retorno)	94
6.3. VAN (Valor Actual Neto)	94
CAPITULO VII	
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	95
7.1. Personalidad Jurídica de la Empresa	95
7.2. Organización Técnica y Administrativa	97
7.3. Administración de Personal y Recursos Humanos	98
7.4. Cultura Organizacional	100
7.5. Descripción de Puestos	101
7.6. Evaluación del Desempeño	103
7.7. Ambiente Laboral	104
CAPITULO VIII	
CONCLUSIONES	105
8.1. Financieras	105
8.2. Impacto Social	106
8.3. Impacto Ecológico	107
8.4. Tecnológicas	108
RECOMENDACIONES	109
Bibliografías	

LISTA DE TABLAS

1. Ingresos Generados por el Turismo en los Principales Destinos	11
2. Principales Categorías de Compras por Internet	20
3. Producto Interno Bruto	26
4. La Balanza Turística	28
5. Balanza de Visitantes	29
6. Indicadores de la Actividad Turística en Michoacán	30
7. Principales Indicadores en Hoteles y Moteles de Michoacán comparativo	31
8. Perfil del Turista que Visita Michoacán.	33
9. Expectativa de Precio y Ocupacional.	45
10. Precios de la Competencia.	49
11. Nivel Población Económicamente Activa.	60
12. Determinación de la Inversión Necesaria y cronograma de aplicación.	74
13. Determinación de la Inversión Fija Requerida.	75
14. Maquinaria y Equipo.	76
15. Equipo Complementario y Servicios.	76
16. Permisos, Impuestos y Derechos.	77
17. Estructura del Financiamiento Requerido para Iniciar Operaciones.	78
18. Cálculos de los pagos del Préstamo y sus Intereses.	78
19. Presupuesto de Ingresos del Negocio.	79
20. Determinación de la Capacidad Ocupacional Esperada en el Año.	80
21. Presupuesto de Costos de Producción.	81
22. Presupuesto de Materiales de Envases, Empaque y Embalaje	82
23. Presupuesto de Mano de Obra (Sueldos y Salarios)	83
24. Presupuesto de Refacciones y Mantenimiento	83
25. Presupuesto de Otros Requerimientos.	83
26. Calculo de Depreciaciones y Amortizaciones	84
27. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas..	85
28. Determinación del Capital Trabajo.	87
29. Detalle del Capital de Trabajo inicial.	88
30. Estado de Resultado o Perdidas y Ganancias	89
31. Calculo del valor de “ Liquidación” de la Empresa al Inicio de 6º Año.	89
32. Estado de Origen y Aplicación de Recursos o de Fuentes y Usos.	90
33. Punto de Equilibrio	94
34. Flujos netos de Efectivo y Tasa de Rentabilidad	94

RESUMEN:

Este proyecto tiene como propósito, poner de manifiesto la importancia que reviste la actividad turística en el escenario mundial, nacional y local, identificando su contribución en las diferentes economías de los países que tienen una gran afluencia de turistas al ofertar lugares turísticos de gran atraktividad, como punto de referencia se considera que esta industria a nivel Mundial viene participando con el 12 % del producto interno bruto, generando 207 millones de empleos por lo que la ubica como una de las principales industrias del mundo; Que según datos estadísticos se atendieron a 635 millones de turistas, generando un ingreso de 440.1 miles de millones de dólares tomando como referencia el año de 1998, situación que ha repercutido favorablemente en las Balanzas Turísticas de muchos países, cabe señalar que el consejo mundial y turismo en su Visión del milenio, esta considerando gestionar con los gobiernos acepten los Viajes y el Turismo como una Industria Estratégica y una prioridad en materia de empleo, promover mercados abiertos y competidos mediante la aplicación de acuerdos sobre comercio de servicios, liberación del transporte aéreo y desregularización de las telecomunicaciones, así mismo se manifiestan algunas de las preocupaciones que han originado la desaceleración del crecimiento de la industria, como es la presencia del terrorismo que tuvo su mayor impacto en esta industria el 11 de septiembre de 2001, Provocando que se tuviera una crisis singular, el Síndrome respiratorias agudo severo, (SRAS), y el reforzamiento del marco regulatorio ambiental del sector privado internacional; Se proyecta una panorámica de la gran influencia que ha tenido la Tecnología de la Información al revolucionar el mundo de los negocios y la Industria Turística, en la administración y planeación estratégica de las empresas relacionadas con el turismo y sus diferentes ramas, en este momento de constantes cambios en la hotelería, aerolíneas y empresas de viajes, de acuerdo a las expectativas que se exponen se tiene buenas probabilidades de que el proyecto de inversión materia de Tesis se obtenga resultados favorables.

Otro aspecto que apoya la teoría del proyecto son los datos estadísticos que se tiene de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el cual nuestro país ocupa el octavo lugar mundial por el número de turistas internacionales y el décimo por los montos de los ingresos recibidos; Así mismo se ubica en el séptimo puesto por la cantidad disponibilidad de habitaciones para ofertar hospedaje a los diferentes interesados que se ve reflejando en una

participación promedio en el Producto Interno bruto del 8.0 %, representando en el año 2003, 493 mil 722 millones de pesos, con lo que se obtiene una balanza turística positiva de 3 mil millones 794 millones de dólares.

Las cifras, cantidades y posiciones que se citan, corresponden a la modalidad de un 'turismo convencional' generalizado, con características de un turismo frecuentemente masivo y en el que no se establecen claramente los motivos o propósitos del viaje. Bien puede ser turismo de placer, cuyo principal objetivo es la recreación o un turismo de negocios y convenciones con un perfil definido del turista, como también un turismo cuyo fin sea la salud, la cultura, la religión o el deporte.

Lo que permite visualizar, un abanico muy amplio de gustos y preferencias que tipifican al visitante cuando establece sus intereses personales. También existe, hoy en día, un tipo de turismo muy particular, que orienta sus pretensiones a conocer más de la naturaleza y procurar su defensa y conservación: es el denominado "ecoturismo", que muchos estudiosos también llaman 'turismo ecológico' que donde se tiene su ubicación nuestro proyecto.

Por otra parte se dan a conocer las normas oficiales mexicanas que se deben cumplir por los prestadores de servicios con él propósito de que los servicios sean de excelente calidad, protección, seguridad.

Considerando el potencial de mercado que se tiene para ofrecer el servicio de hospedaje a los vacacionistas nacionales e internacionales y con lugar primoroso y con los atractivos que se tiene el municipio de Zirahuen, sus alrededores y la afluencia que se tiene en nuestra capital del turismo, se considera que se cuentan con las condiciones adecuadas para que se disponga de un mercado suficiente para lograr los objetivos que se consideran en el proyecto materia de esta Tesis, desde el punto de vista económico, financiero y social, así como los beneficios que se pretenden aportaran a la comunidad; como fuente de trabajo, pago de impuestos y derechos que propicien el desarrollo del lugar.

ABSTRACT.

This project has purpose of exposing the great importance that the tourist activity has on the world, national and local scenarios, identifying its contribution to different economies of the countries that have great numbers of tourists because they offer tourist attractions of great interest. As a point of reference it is considered that this “ world wide” industry has been participating in 12 %, of the gross national product, creating 207 million jobs, placing it as one of the principal industries in the world. According to statistics, in 1998 there were 635 million tourists, generating an income of 440.1 billion dollars, this income has favorably impacted the trade balances of many countries. It should also be mentioned that the world tourist council is considering taking steps with various Governments to accept the tourist trade as a strategic industry and a priority in creating new jobs promoting open and competitive markets through trade agreements that would, deregulate air transportation and telecommunications. It is also worth mentioning some of the concerns that have slowed the growth of the industry , like it is the presence of terrorism which had its greater impact on the industry on september 11- 2001, causing a very singular crisis , the severe respiratory syndrom (SRAS), and the reinforcement of the environmental frame by the private international sector; a great panoramic view of the influence of the technology of information is projected to revolutionize the world of business and the tourist industry in the strategic planeation and management of the firms related with tourism and its different branches, in these moments of continuing changes in hotel industry, airlines and travel agencies, according to the exposed expectations, there are good probabilities that the investment project matter of this thesis could get good results.

Another aspect that supports the theory of the project are the statistic data from the “ World tourism organization” in which our country is placed in 8th place by the number of international tourists and in 10 th by the total income gotten; likewise it is placed in the 7th spot by the quantity of rooms available to offer lodging for the interested that it is reflected in an average participation of de 8.0 % of the gross national product representing 493 thousand 722 million pesos, with which a positive tourist balance is gotten of 3 thousand 794 million dollars.

The numbers, amounts and positions described, correspond to the “conventional generalized tourism”, with characteristics of a frequently mass tourism in which the motivation and purposes of the trip are not established. It can definitely be leisure tourism, whose main goal is recreation or business and conventions tourism with a definite profile or also a kind of tourism whose goal is health, culture, religion or sports.

Which permit us to visualize a very wide range of likes and preferences that typify the visitor when he establishes his personal interests.

There's also now a day. A particular type of tourism that is focused in the knowledge of nature maintaining its wellbeing and conservation; it is the known “ecoturismo” that a lot of specialists also call “ecologic tourism” and it is the one in which our project is centered.

On the other hand the official Mexican norms are issued and they have to be followed by those who provide the services to achieve a high standard of excellence, protection and safety.

Considering the lodging market potential that is offered to the national and international vacationers and the beautiful attractions and place that Zirahuen county and surroundings have and the crowding there is in our world capital of tourism, it is considered that we count with the appropriate conditions to have a sufficient market to reach the goals that are considered in this thesis, economic, financial and social wise, thus the benefits that are pretended to bring to the community; like jobs, payment of taxes and rights that sponsor the development of the place.

Objetivos Generales de la Investigación.

- 1.- Analizar la importancia que tiene la actividad turística en la generación de servicios por medio de la comunidad turística, su participación en el producto interno y la generación de empleos.
- 2.- Analizar la influencia que tiene la Tecnología de la Información en la comercialización, administración y control de la actividad turística.
- 3.- Evaluar la Factibilidad de la construcción de un conjunto de cabañas estilo suizo en la localidad de Zirahuén.
- 4.- Diseñar estrategias que contribuyan en el desarrollo económico, social de la localidad.
- 5.- Construir cabañas con características particulares que permitan satisfacer las exigencias de la población turística, ofreciendo servicios de calidad, calidez en el trato, precios competitivos.

Importancia y Justificación.

Los diversos interesados en participar en proyectos de inversión, están más orientados al ámbito industrial de transformación, es por ello que este proyecto reviste aspectos particulares al pretender aprovechar los atractivos naturales que se tienen en la localidad de Zirahuén, la aplicación de este proyecto, ayudaría al desarrollo de la región y el adecuado aprovechamiento de los recursos, a través de una educación ambiental, otro aspecto que es importante destacar es el reconocimiento que tienen este lugar por los turistas que lo han visitado, como un centro turístico que está desarrollado que es conveniente complementarlo con la incorporación de una mayor capacidad de alojamiento. Referente a los recursos de apoyo del gobierno en su mayoría son aplicados en el medio urbano, y no al medio rural como es nuestro caso, es por ello que se considera que esta idea puede vender a personas físicas de la localidad, asociaciones deseen invertir excedentes de fondos para la construcción de las cabañas que se consideran en el presente proyecto.

INTRODUCCIÓN.

En esta parte del trabajo, se pretende mostrar un panorama de los puntos principales que tratan en cada capítulo, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados la comprensión del trabajo desarrollado en este Proyecto.

Capítulo I.- Importancia del Turismo.

En este espacio se busca resaltar la Importancia que reviste la Industria Turística en el ámbito económico, como fuente generadora de Divisas y empleos en el mundo, de nuestro país, del estado de Michoacán y del municipio Salvador Escalante y de la localidad de Zirahuén que es donde se ubica el proyecto de referencia; No obstante, de estas nobles contribuciones se presentan algunas preocupaciones de los efectos que provoca en la sociedad y en el ambiente ecológico, en lo referente a la situación que se vive en actualidad con motivo de la globalización económica y comercial se citan algunas acciones que pretenden realizar las Instituciones como “ Organización de la Naciones Unidas (ONU), Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización para la cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y Consejo Mundial de Viajes y Turismo para esta, industria este presente sin que haya restricciones; Se señalan algunos hechos de terrorismo que han detenido momentáneamente el crecimiento que se tenía planeado en esta actividad, Así como los efectos que ha provocado el **Síndrome Respiratorio Agudo Severo**, que esta catalogada como una Neumonía atípica que es una bacteria “ Neumo Coco” que su contagio se puede originar por las personas que los portan de un lugar otro , contaminando el medio ambiente ,el uso de servicios publico, el contacto o el uso utensilio; Este Síndrome, Ataca las vías Respiratorias creando un ambiente de mucosidad para su desarrollo, y en un corto tiempo bloquea los Alvéolos y produce problemas para respirar, un aspecto cabe destacar que si no se detecta en su inicio los antibióticos ya no surten efecto esperado y lo mas probable es que la persona muera., en la actualidad no se cuenta con ninguna vacuna preventiva que evite su contagio. Otro aspecto que es de gran trascendencia en desarrollo de esta Industria es el empleo que se ha hecho de la Tecnología de la Información (TI), como se fue desarrollando para promover los mercados Internacionales e Internacionales, su aportación en registro y el control de las operaciones, hasta llegar a la herramienta que es el Internet.

Por lo que respecta a nuestro país se expone los aspectos jurídicos y normativos que establece la Secretaria de Turismo para aquellas personas que desean prestar algún servicio a los Turista que visitan los diferentes centros turísticos.

Capitulo II.- Planteamiento del Proyecto.

La idea de desarrollar este proyecto, nace por la percepción que se tiene del lugar de Zirahuén que es visitado por Turistas Nacionales y Extranjeros en diferentes épocas del año, que por la falta de capacidad de hospedaje no permita satisfacer la demanda actual y la que se viene generando, por lo que se considera viable la construcción del Chalet de cabañas “Casa de Madera y Tabique estilo suizo” para proporcionar el servicio de hospedaje y alimentos a los diferentes visitantes interesados, ofreciendo un servicio de calidad, con calidez y dando cumplimiento de las normas y reglamentos que establece la Secretaria de Turismo establece, que motive a regresar ha los clientes ha este maravillosos lugar, satisfaciendo sus exigencias, a través de las mejora continua del servicio que se ofrezca, ganando la confianza y atendiendo las recomendaciones de manera oportuna, que permitan el crecimiento y desarrollo de la infraestructura y del personal que se disponga en está noble causa.

Capitulo III.- Estudio del Mercado.

En este punto, busca identificar el segmento del mercado que se pretende atender conforme a las características de los servicios derivados del proyecto y ver las expectativas razonables para hacer atractiva su comercialización dando especial atención a los atractivos que ofrece el lago de Zirahuén en su entorno natural, que es poco conocido en el medio turístico Nacional e Internacional. Lo que permite ofrecer un lugar de esparcimiento diferente a otros lugares, en cuanto a su ubicación geográfica se tiene ventajas por las colindancias que se tienen con estados vecinos de Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Colima, Estado de México y Distrito Federal, las nuevas vías de comunicación que se tienen con estos estados a la ciudad de Morelia y de la ciudad de a Patzcuaro y la nueva Auto pista a Lázaro cárdenas, permiten que en un termino de 40 minutos se este en este bello lugar, lo que impulsará que las expectativas de captación de clientes, así mismo se implementarán estrategias de ventas, mediante el empleo de Publicidad valiéndose de los diferentes Sistemas de comunicación que disponen para dar a conocer los servicios que se ofertan y darle penetración en el

mercado que permita el posicionamiento En el menor corto tiempo valiéndose de los medios como, la radio, televisión, periódico y el Internet, buscando se estructure una demanda suficiente para satisfacer las necesidades económicas para el desarrollo del proyecto, por otra parte la Micro localización, ofrece atractivos adicionales por la cercanía que se tiene de la Ciudad de Morelia, Patzcuaro, Santa clara de cobre, Quiroga y tzintzuntzan que vienen hacer otro atractivo por sus construcciones coloniales, artesanías, templos y museos etc. para el turismo.

Capitulo IV.- Estudio Técnico.

Se pretenden hacer un bosquejo de los aspectos relevantes que muestren la capacidad del servicio que se pretende ofrecer; mostrando la ubicación Macro localización y los factores que se disponen en el torno del lugar, la microlocalizacion que permite identificar los diferente servicios que se disponen, las consideraciones de la ingeniería del proyecto, considerando los planos de distribución y la obra civil que se considera conveniente para el proyecto, identificación las puntos de abastecimiento, disponibilidad de recursos financieros, características de la mano de obra que se necesita, proceso del servicio que esta contenido en el proyecto.

Capitulo V.- Estudio Económico.

Comprende los aspectos económicos y financieros, como es el requerimiento de la inversión necesaria, Financiamiento, presupuestos de Ingresos, costos y gastos, capital de trabajo, Estado de Resultado y el Origen de los Recursos y su Aplicación en la Operación que permiten concluir la viabilidad del proyecto que plantea.

Capitulo VI.- Evaluación Financiera,

Para efectos de evaluación se están considerando los aspectos básicos que permiten identificar la situación financiera que se espera tener en el desarrollo del proyecto, para ello se emplean las técnicas del punto de equilibrio del proyecto, que permite identificar el nivel ingresos que se requieren, para no ganar ni perder, la Tasa Interna de Retorno de la Inversión (TIR), que permite encontrar la tasa a que deberán descontarse los flujos positivos hasta que el valor actual sea igual a la inversión, así mismo el empleo del Valor Actual Neto

(VAN), que permite traer a todos los flujos positivos de efectivo(o Negativo, según sea el caso) a valor presente, a una tasa de interés dada.

Capitulo VII.- Organización Empresarial.

Se muestran los aspectos legales de constitución para que se cuente con una personalidad jurídica adecuada al fin del proyecto, la estructura orgánica administración que se requiere para la adecuada administración y operación del proyecto.

Conclusiones.

Con la información que arrojaron los diferentes puntos que se consideran en el proyectos, se aportan los elementos de juicio que permiten justificar la redituabilidad económica financiera, beneficios sociales que aportaran, así mismo el uso de la Tecnología en beneficio de la operación del proyecto.

CAPITULO I

IMPORTANCIA DEL TURISMO

1.1. EL TURISMO MUNDIAL

1.1.1 Contribución de la Industria turística en el PIB y Empleos

El turismo tiene una gran importancia en el ámbito económico mundial debido a que contribuye con el 12% del PIB y genera 207 millones de empleos representando el 8%, el turismo es una de las primeras industrias del planeta, como referencia en 1998 se contaba con 635 millones de turistas, aportando un nivel de unos ingresos de 440.1 miles de millones de dólares. Los datos estadísticos permiten ver el crecimiento que sea tenido en esta actividad ya que el año de 1950 se tenían 250 millones de turistas, y el año 2000 pasaron a 702 millones, lo que implica un crecimiento promedio del 5.6% por año. Si esta tendencia se mantuviera, la Organización Mundial Turismo (OMT) estimo que para el año 2010 se alcanzaran 1000 millones de turistas y de 1600 en el año 2020.

Los países ricos del norte se considera que van ser principales beneficiados de este auge sin precedente, ya que en ellos se concentra la industria turística y sus actores principales, Compañías áreas, operadores turísticos, agencias de viajes, cadenas hoteleras y de la restaurantera. Esos países encabezan la lista de los principales destinos (Francia, Estados Unidos, Italia, etc.) y continúan acaparando los beneficios exponenciales de este sector de actividades.

En paralelo, los países pobres del sur se abren mas al turismo, los gobiernos consideran que el turismo favorece su desarrollo, ven ese sector como un fuerte creador de empleos, productor de divisas, impulsor de desarrollo, creador de infraestructura productivas y de servicios, además atrae la inversión extranjera. Sin embargo hay que tomar en cuenta que ese mismo turismo, también ocasiona inmensos daños y distorsiones, entre las que destacan, hiperconcentracion de la infraestructura productivas, de comunicaciones, de servicios, encarecimiento de la tierras e inmuebles, competencia desigual por el encarecimiento por ciertos efectos en los costos, agua, sobre explotación de la mano de obra, bajos salarios, trabajo infantil, alcoholismo, prostitucion, etc.

Ingresos Generados por el Turismo en los Principales Destinos

(Miles de millones de dólares)

País	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Total Mundial	405.9	436.5	438.3	440.1	455.4	477	463.6	480.3	523.2
Estados Unidos de América	63.4	69.8	73.3	71.3	74.9	82	72.3	66.7	64.5
Italia	28.7	30	29.7	29.9	28.4	27.5	25.8	26.9	31.2
España	25.4	26.7	26.7	29.7	32.4	31.5	32.9	33.8	41.8
Francia	27.5	28.4	28	29.9	31.5	30.8	30	32.7	37
Reino Unido	18.6	19.2	20	21	20.2	19.5	16.3	20.5	22.8
China	8.7	10.2	12.1	12.6	14.1	16.2	17.8	20.4	17.4
Austria	13.5	12.8	11	11.2	12.5	9.9	10.1	11.2	14.1
Canadá	7.9	8.6	8.8	9.4	10.2	10.7	10.8	10.7	10.6
Alemania	17.9	17.4	16.5	16.4	16.7	18.5	17.2	19	23
Federación Rusa	ND	6.9	7.2	6.5	7.5	ND	ND	4.2	4.5
México	6.2	6.9	7.6	7.5	7.2	8.3	8.4	8.9	9.5
Australia	7.9	9.1	9.1	7.3	8	8.5	7.6	8.6	10.3
Suiza	9.4	8.8	7.9	7.8	ND	7.5	7.6	7.9	9.3
Holanda (Países Bajos)	6.6	6.5	6.3	6.8	ND	7	ND	7.7	9.2
Hong Kong	9.6	10.8	9.2	7.1	7.2	7.9	8.2	7.5	7.7

SECTUR. Compendio del Turismo en México 2002. OMT Datos esenciales Edición 2004. (www.word-turismo.org).

Tabla 1

1.1.2 Efectos y Preocupaciones en la actividad turística.

El turismo es uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial, y los países en desarrollo intentan aprovechar esta industria para aumentar la inversión extranjera y sus reservas de divisas. Aunque la ONU admite que el crecimiento descontrolado de esta industria puede provocar graves problemas sociales y ambientales, sostiene que esos efectos negativos pueden controlarse y reducirse. Con ese fin, el foro mundial reunió en su Comisión sobre Desarrollo Sustentable a gobiernos nacionales y locales, empresarios turísticos, sindicatos y activistas.

El turismo se ha convertido en una de las industrias más centralizadas y competitivas del mundo, y casi ningún otro sector económico ilustra tan claramente el alcance mundial de las empresas transnacionales. En los últimos años, la industria presionó a gobiernos de todo el

mundo para que liberalizaran el comercio y la inversión en los servicios, y probablemente obtendrá enormes beneficios del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios, un pacto multilateral en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El acuerdo tiende a abolir las restricciones a la propiedad extranjera y otras medidas que hasta ahora han protegido al sector de los servicios en países individuales. En la hotelería, por ejemplo, facilita las franquicias, las concesiones y los contratos de administración. Además, otorga a las compañías turísticas extranjeras los mismos beneficios que a las locales y les permite trasladar personal a través de las fronteras a su antojo, abrir filiales en otros países y realizar pagos internacionales sin ninguna restricción.

En uno de los planteamientos que hace “Organización Mundial del Comercio” OMC; persigue que la inversión extranjera sea desregulada. Para lo cual propusieron algunas Medidas de Inversión relacionadas con el Comercio, señalando que las empresas extranjeras ya no estarán obligadas a utilizar insumos locales. En Acuerdo Multilateral de Inversiones propuesto por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) va más allá al proponer la entrada y el establecimiento irrestrictos de firmas extranjeras, el tratamiento nacional de éstas, repatriación de ganancias, transferencia de tecnología, etc.

Como parte de lo antes mencionados, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo presentó su "Visión del Milenio" sobre la industria, que incluye las siguientes medidas:

- hacer que los gobiernos acepten los viajes y el turismo como una industria estratégica y una prioridad en materia de empleo.

* promover mercados abiertos y competitivos mediante la aplicación del Acuerdo sobre Comercio de Servicios, la liberalización del transporte aéreo y la desregulación de las telecomunicaciones en los mercados intencionales

- eliminar las barreras al crecimiento del turismo, que implica la expansión y mejora de la infraestructura, por ejemplo construcción de aeropuertos, modernización y aumento de la capacidad de los ya existentes, construcción y mejora de caminos e instalaciones turísticas.

Preocupaciones:

La creciente influencia de los intereses del sector privado en negociaciones internacionales sobre regulación ambiental aumentó la preocupación sobre los obstáculos al establecimiento de un marco regulatorio más estricto para la industria del turismo. En este contexto, es importante destacar que la séptima sesión de la Comisión de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable incluyó importantes discusiones sobre el tema del turismo sustentable.

¿La crisis ayuda al ambiente?

Cabe pensar que la actual crisis volverá al turismo más sustentable a largo plazo, al menos en el aspecto ambiental.

Un obstáculo básico al turismo sustentable es el creciente número de viajeros, pero como resultado de la crisis, ese crecimiento se estancó. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo, que el año pasado pronosticó un crecimiento promedio de siete por ciento anual hasta el 2008, prevé ahora que el mercado del turismo se estancará en los próximos años. Esto podrá ser malo en términos económicos, pero incuestionablemente será beneficioso para el ambiente.

Una de las consecuencias de la reducción del número de viajeros es que muchas aerolíneas tratan de mantenerse a flote eliminando o reduciendo rutas poco rentables, vendiendo aviones y cancelando pedidos de nuevas naves. Asimismo, los gobiernos se ven obligados a reducir los gastos de ampliación o construcción de aeropuertos. En definitiva, esto implica menor contaminación y menos proyectos perjudiciales para el ambiente.

Lo que la actual crisis parece confirmar es que la industria mundial del turismo no puede encaminarse hacia la sustentabilidad con las estructuras económicas y políticas convencionales. Esto significa que los esfuerzos para aplicar programas sociales, ambientales y de turismo sustentable difícilmente tendrán éxito si no se realizan cambios estructurales profundos en el sistema mundial.

1.1.3. El terrorismo en la actividad turística.

Los atentados terroristas en Estados Unidos asestaron un golpe terrible al turismo con motivo de los hechos inéditos que dieron el 11 de septiembre de 2001, originando que el turismo internacional entrara en crisis.

Lo que hizo necesario que se tomaran medidas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional incrementara los recursos a los países más endeudados otorgándoles moratorias fiscales, recursos para mejorar los programas de formación; Aunque a la fecha no se dispone de datos oficiales de la información que se pudo recabar por la industria, considera que el impacto que tuvo dicho atentado en los resultados y el empleo fue muy catastrófico, ya que se estima que los puestos de trabajo perdidos fue aproximadamente de 8.8 millones en todo el universo, teniendo su mayor efecto en los Estados Unidos, ya que la incidencia en la mano de obra en la hotelería y el turismo afectó hasta en un 50 por ciento.

De esta situación emanaron una serie de recomendaciones propugnadas por los interlocutores sociales (Organizaciones Mundiales de Turismo y Comercio, Empleadores y Trabajadores), estableciéndose acciones de los gobiernos de donde:

- a) Adoptar políticas destinadas a aumentar el número de personas que gocen de la posibilidad de hacer turismo, incluyendo medidas especiales para que las personas con ingresos bajos puedan acceder a las actividades turísticas.
- b) Responder de forma conjunta a las propuestas de las organizaciones de los empleadores y de los trabajadores del sector para adoptar medidas temporales de reducción de costos, incluida la revisión de todos los impuestos relativos al turismo mientras este presente la crisis.
- c) Acordar que los programas de educación y formación permitan a retener a los empleados en la industria al impartirse sin costo para los trabajadores
- d) Dirigirse a las instituciones financieras internacionales (Banco Mundial y al Fondo Monetario Internacional), para que proporcionen los recursos necesarios, en condiciones favorables a los países que no puedan financiar las medidas de emergencia con cargo a sus propios presupuestos nacionales.

e) Por otra parte las organizaciones de los empleadores y de los trabajadores adquirieron compromisos de común acuerdo para aumentar el empleo, evitar Y limitar las pérdidas de puesto de trabajo y , en la medida de lo posible, dar prioridad a la incorporación de los trabajadores que han sufrido pérdida de su trabajo a consecuencia de la crisis.

Reacción ante el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SRAS)

En la actualidad uno de los principales problemas para el turismo internacional es la epidemia del Síndrome Respiratorio Agudo Severo, esta neumonía atípica, es una Bacteria “ Neumococo” que se trasmite por la presencia del portador, contaminando el medio ambiente, por el uso de los espacios públicos y utensilios, es agresiva atacando las vías respiratorias, creando una mucosidad espesa que es el ambiente donde se desarrollo, realizando bloqueo de los Alvéolos dificultando la respiración de las personas, el riesgo que se tiene es que si no atiende oportunamente los antibióticos pierden efectividad y la persona esta en riesgo de perder la vida, en la actualidad no se cuenta con una vacuna preventiva; situación que ha alejado las perspectivas de la reactivación del turismo, especialmente en Asia. La gravedad del impacto del Síndrome en el turismo ha sido peor que los efectos de la guerra contra Irak; La referencia que se tiene es que Asia había registrado un crecimiento del 8.3 % en el turismo en el año 2002, mostrándose un comportamiento como el motor del turismo mundial.

Los efectos de dicha epidemia en muchos destinos turísticos supera ya los de los atentados terroristas de Bali del año pasado, y están castigando con dureza a las compañías aéreas, donde los sindicatos han tenido que hacer concesiones de sus derechos para subsistencia de las empresas, entre ellas especialmente American Air Líneas. La Organización Mundial de la Salud, no tiene experiencia de ningún acontecimiento comparable en su historia, y las características propias de esta neumonía atípica por su rápida difusión de un extremo a otro del planeta por medio de los viajeros, los casos de contagio con ocasión de una estancia en un hotel, de la frecuentación de un restaurante o lugar de recreo, o incluso de un viaje en avión la convierten en un fenómeno que se percibe como intrínsecamente vinculado al propio turismo, aunque la transmisión local, por contacto estrecho en las viviendas, en los hospitales y en otros lugares, es con mucho la más preválete.

las incidencias del brote de SRAS en la actividad turística mundial serán tanto mas grave cuanto que, al igual que los atentados de Bali del año pasado, afecta en primer lugar a la única región del mundo, Asia y el Pacífico que había experimentado en los últimos años tiempos de un crecimiento fuerte y sostenido de sus movimientos turísticos del orden del 8 %. Además a la realidad de la epidemia se han sumado los efectos de su fuerte mediatización que ha desencadenado una verdadera psicosis en ciertos países, llegando a darse la circunstancia de que algunos destinos asiáticos donde a la fecha no se ha registrado ningún caso de contaminación local (La India, Indonesia, Malasia, Camboya, Filipinas, Tailandia) se ven tan castigados como las zonas afectadas de China, Hong Kong y Singapur.

En la actualidad China es el quinto destino turístico más popular del mundo, planea ser el líder global en la industria.

1.1.4. Situación actual de la Crisis en la actividad turística.

Estamos viviendo en la actualidad una desaceleración del crecimiento del turismo internacional, Esto se expresa en los siguientes situaciones y realidad:

- a) Existe miedo de viajar, sobre todo por vía aérea; El miedo es real especialmente por el terrorismo y las guerras.
- b) Muchos turistas están fraccionando sus vacaciones y se multiplican las estancias cortas, la tendencia es reducir la duración de las vacaciones, y preferir los alojamientos y comidas baratas en vez de hoteles de lujo.
- c) En 2002, el 80 % de los turistas internacionales (569 Millones) lo hicieron en el interior de sus propias regiones o continentes y solo el 20 % (146 millones), hicieron viajes de larga distancia (intercontinentales); El miedo ha alejarse de su país especialmente en avión, lleva a preferir el transporte terrestre para trayectos cortos o medianos para permanecer cerca de su país o región.
- d). Los norteamericanos prefirieron permanecer en Hawaii, el Caribe o México; los europeos prefirieron permanecer en Europa y en la rivera del Mediterráneo, y los Japoneses en las regiones de Asia, en las orillas del Pacif Rim, muchos árabes u musulmanes tiene miedo de ir de vacaciones a Europa o Estados Unidos.

1.1.5. Las tecnologías de Información en la industria del turismo (TI).

El impacto que han tenido las **Tecnologías de Información (TI)** en la industria del turismo en los últimos años y cuales han sido los cambios significativos que se han dado en la forma en que se ofrecen los servicios y como operan las empresas que conforman esta industria. Con las “TI” se han logrado grandes beneficios como el conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer una mejor entrega del servicio, llegar a un mayor número de clientes y optimizar sus recursos logrando aumentar su eficiencia. Los casos más relevantes de aplicación de TI en el turismo son los sistemas de reservaciones en línea, ventas de servicios por Internet y los sistemas de minería de datos. Se concluye que las tecnologías de información bien aplicadas se traducen en una mejor interacción entre hoteles, restaurantes, agencias de viajes y aerolíneas con sus clientes, logrando así beneficios para todos.

Palabras Clave: Tecnologías de Información, Sistemas de Información, Turismo, Hotelería.

Referentes.

La industria del turismo es una de las más grandes a escala mundial generando cerca de 212 millones de empleos y representando una importante contribución al producto interno bruto de muchos países. En una industria de estas dimensiones, la tecnología de información (TI) ha jugado un papel fundamental como medio para mejorar la eficiencia de las organizaciones y la entrega del servicio, teniendo como fin principal proporcionar un panorama general del impacto que han tenido las tecnologías de información en la industria del turismo en los últimos años, generando cambios significativos en la forma en que se ofrecen los servicios, la interacción con los clientes y la manera en que operan las empresas que conforman esta industria.

El papel que tiene el uso de la Tecnología de la Información en la administración y planeación estratégica de las empresas relacionadas con el turismo y sus diferentes ramas, en estos momentos de constantes cambios en la hotelería, aerolíneas y empresas de viajes.

- a) . Primeras aplicaciones de las tecnologías de información en el turismo

Sin lugar a dudas, las tecnologías de información (TI) han revolucionado el panorama de los negocios en el mundo y la industria del turismo no es la excepción. Las TI han modificado las industrias hoteleras, de restaurantes y de servicios de viaje y ahora juegan un papel fundamental en las reglas que rigen el mundo de los negocios y en la forma de acercarse a los clientes. Las ventajas de las TI en cuanto a incremento de la competitividad, reducción de errores y creación de nuevas funcionalidades son incuestionables en cualquier sector, incluyendo el turístico (Valles, 1999).

De acuerdo a Valles en 1999, existen dos factores que hacen que la industria turística sea potencialmente atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente y; por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

Para poder comprender mejor la evolución de las Tecnologías de la Información (TI), en el turismo, es necesario enfocarnos un poco en lo que fueron las primeras aplicaciones. **Heintzeman** (1994) establece que en 1960 las aerolíneas crearon los primeros sistemas de información que eran capaces solamente de reservar boletos de avión, los cuales, una década después fueron instalados en las agencias de viajes. Por otro lado, según Chervenak (1997), en los años setentas el único contacto que tenían las empresas hoteleras con los sistemas de información era mediante un sistema central computarizado de reservaciones. En esa época solo las cadenas Holiday Inn y Sheraton junto con otros cinco hoteles independientes ofrecían el servicio de reservaciones computarizado.

Para 1980 los sistemas creados por las aerolíneas fueron capaces de hacer reservaciones de hotel y se les dio el nombre de Sistemas Computarizados de Reservaciones. Tiempo después surgieron los **Sistemas Globales de Distribución o GDS** por sus siglas en inglés (**Global Distribution Systems**). Los **GDS** se han convertido en una poderosa herramienta de mercadotecnia que ha sido bien aprovechada por las empresas de hospedaje de cerca de 125 países para promover sus productos. Mediante esta base de datos los agentes de viajes tienen acceso a información actualizada y precisa sobre los diferentes hoteles y aerolíneas. En el ámbito mundial, los principales GDS son Galileo, Sabre, Amadeus, Worldspan, System One y Book Hotel.

Mediante el uso de estos sistemas de información los hoteles pueden publicitarse intensamente, ya que algunos sistemas como Jaguar permiten que el agente de viajes pueda ver fotos electrónicas del hotel; o el sistema Spectrum permite señalar lugares específicos del hotel en un mapa y se puede lograr un acercamiento detallado del área seleccionada.

Actualmente, alrededor del 80% de las reservaciones de hotel se hacen a través de este tipo de sistemas ya que ofrece grandes ventajas tanto para las empresas hoteleras como para los agentes de viajes. Mientras que para los hoteles los GDS son una excelente oportunidad de mercadotecnia; para los agentes de viajes representa una herramienta que les permite tener información actualizada tanto de hoteles como de las operaciones que realizan a través del sistema, tener en una sola base de datos con información sobre hoteles, boletos de avión y rentas de autos y generar reportes con información relevante para la operación de sus empresas.

b) . Turismo en Internet

Sin duda alguna, en la actualidad ninguna otra tecnología de información impacta tanto al sector turismo como lo hace Internet, el cual ha cambiado los esquemas de comercio y de competencia mundiales. Mediante su uso, poco a poco se está cambiando a una economía que funciona las 24 horas del día los 365 días del año en cualquier lugar del mundo.

La Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2000) establece que el sector del turismo está aprendiendo rápidamente que Internet puede satisfacer mucho mejor que cualquier otra tecnología actual la necesidad de los usuarios de recibir información de calidad que sea confiable. Más que ningún otro medio, Internet y la interactividad que lleva consigo permiten a la gente encontrar información con rapidez y exactitud sobre cualquier destino o actividad de esparcimiento que le interesa. Los consumidores esperan obtener gracias a Internet información instantánea y, cada vez más, la posibilidad de utilizar la red para concebir o adaptar a su conveniencia el producto turístico que buscan y pagarlo en línea.

En general, todo el sector turismo ha sufrido un gran cambio con el uso de Internet. El principal cambio que presenta son los informes diarios, es decir, aquellos que se dedican a proporcionar información a través de un sitio *Web*. Ahora los consumidores tienen la opción

de reservar cualquier combinación de servicios utilizando la combinación que deseen de informes diarios.

El turismo se ha consolidado como una de las empresas que se ha desarrollado con mayor éxito en Internet, especialmente en lo que a comercio electrónico se refiere. A pesar de que en los últimos años ha aumentado de forma impresionante el número de usuarios que utilizan este medio para realizar la compra de algún servicio turístico como boletos de avión o servicios de hospedaje; el comercio entre empresas (business to business) es la opción que más se utiliza en el sector turismo para llevar a cabo transacciones comerciales de forma electrónica.

Respecto al comercio de empresas a consumidores, en la tabla siguiente se enlistan las 10 principales categorías de compras por Internet en Estados Unidos, Canadá y España, países que anualmente reciben fuertes cantidades de ingresos por concepto de turismo. Se puede observar que las actividades relacionadas con el turismo se hacen presentes en las tres listas de esos países.

Principales categorías de compras por Internet

CANADA	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA
1. Computadoras	1. Computadoras	1. Música
2. Libros	2. Libros	2. Libros
3. Música	3. Música	3. Reservaciones de viaje
4. Ropa y accesorios	4. Productos electrónicos	4. Software
5. Productos electrónicos	5. Juguetes	5. Productos electrónicos
6. Revistas	6. Películas	6. Ropa
7. Reservaciones de hotel	7. Productos de belleza	7. Ocio
8. Reservaciones de boletos de avión	8. Ropa	8. Telefonía
9. Películas	9. Reservaciones de boletos de avión	9. Películas
10.Boletos para eventos	10. Reservaciones de hotel	10.Hardware

Fuente: Global Internet Special Report, Substance Consulting. (Enero 2000) **Tabla 2**

c) Una poderosa herramienta para las empresas turísticas: los data warehouse

Gil y Vergel (1999) afirman que la industria turística está atravesando un periodo de grandes cambios que han sido propiciados principalmente por las siguientes causas:

- ❖ Los gustos de los consumidores han variado, existe una tendencia creciente por parte de los clientes a demandar viajes personalizados adaptados a sus preferencias.
- ❖ El mayor conocimiento que poseen los clientes dada la mayor facilidad de acceso a fuentes de información disponibles y a un nivel mas alto de experiencia en viajes.
- ❖ El incremento de la competencia por la concurrencia de otros destinos turísticos.
- ❖ La incidencia de factores externos como la desarrollo de nuevos sistemas tecnológicos de alcance global.

Debido a los factores anteriores, cada vez es más importante para las empresas contar con información de sus clientes, la cual es un arma valiosa para la toma de decisiones, definición de estrategias y para el logro de ventajas competitivas. Para poder administrar y explotar mejor la información se crearon los data warehouse, o almacenamiento de datos, los cuales permiten incrementar el valor de los datos con los que cuenta la empresa.

Inmon (1992) define un Data Warehouse como un conjunto de datos orientados por tema, integrados, variables en el tiempo y no volátiles que se emplean como apoyo a la toma de decisiones administrativas. La principal ventaja que ofrece esta herramienta es la integración de los datos, ya que la mayoría de los sistemas tienden a fragmentar la información ocasionando a la alta administración que la toma de decisiones sea complicada, pues a veces la información realmente valiosa se pierde entre el resto de los datos. Una de sus fortalezas de esta herramienta es el manejo de sistemas operacionales y la extracción, transformación y carga de los datos.

En el caso del sector turismo, una de las principales áreas de aplicación de los data warehouse es en la industria de alojamiento. Muchos hoteles utilizan esta herramienta principalmente en cuestiones relacionadas con mercadotecnia, por ejemplo para apoyar los análisis de mercados que le permiten a las empresas identificar nuevos clientes y optimizar sus funciones de ventas. También para establecer estrategias que permitan obtener la

fidelidad de los clientes al brindarles los servicios y productos que necesitan, poder establecer programas de recompensas para clientes frecuentes, mejorar los servicios recreativos y complementarios que se ofrecen, así como evaluar la satisfacción en general de los clientes.

Citando a Gil y Berriel (1999) los data warehouse pueden ser usados por los hoteles para desarrollar conceptos que les otorguen nuevas facilidades, tales como el diseño de nuevos productos adaptados a cada cliente, ajustar el perfil de la demanda, identificar el potencial de franquicias, gestionar los presupuestos de diferentes áreas, analizar la productividad, investigar los fallos de equipos, analizar y localizar nuevos mercados, evaluar la calidad del servicio prestado, analizar el impacto de las promociones, determinar la productividad de los empleados en relación con la satisfacción de los clientes, etc.

d) Impacto de las Tecnologías en la Información (TI) en la forma de trabajo de las organizaciones

Al implantar TI en una organización, quienes perciben primero su impacto son todas las personas que colaboran en ésta, desde los niveles operativos hasta la alta administración, ya que cambian lo que hacen y cómo lo hacen.

Según Baines (1998) el uso de TI permite a la industria mejorar la calidad en el servicio que se ofrece. La nueva administración de las empresas turísticas esta orientada en el cliente y en el servicio, lo cual es un factor clave de diferenciación. En el caso de la hotelería, mediante las TI se puede estrechar la relación con el cliente, ya que permite a la empresa mantener registros de las preferencias de sus huéspedes y responder mejor a ellas en las próximas ocasiones. En las empresas de servicio, los pequeños detalles pueden ser muy importantes, el simple hecho de recordar algún gusto específico de los clientes puede marcar la diferencia de que mantenga su preferencia por la empresa o cambie a la competencia.

Las nuevas tendencias en cuanto al recurso humano en las empresas turísticas es contar con gente familiarizada con la tecnología que sea capaz de ver todo su potencial y pueda explotarlo para lograr los mayores beneficios posibles para la empresa. Cada día será más importante que las organizaciones turísticas cuenten con gente con habilidades para manejar y asimilar la gran cantidad de información que se genera y la pueda utilizar

adecuadamente en el proceso de toma de decisiones. **La implantación de sistemas y tecnologías de información** en una empresa es algo que concierne a todo el personal ya que genera mejoras en las condiciones de trabajo y ayuda a facilitar muchas de las tareas en las diferentes áreas de una empresa.

Es importante destacar que en la industria hotelera, una gran cantidad del personal se encuentra en los niveles operativos. En la mayoría de los casos este personal no cuenta con los conocimientos y habilidades suficientes para poder interactuar con las tecnologías de información. Por esta razón las empresas de alojamiento al momento de decidir implementar TI deben de considerar la importancia que tiene el dar un entrenamiento adecuado a su personal o de lo contrario no se aprovecharan todos los beneficios que puede traer consigo.

1.2. EL TURISMO EN MÉXICO

1.2.1. Aspectos Jurídico y Normativo de la Secretaria de Turismo.

Para prestar el servicio a los turistas que concurren a los diferentes centros Turísticos, nacionales e internacionales previamente se debe dar cumplimiento a las leyes y reglamentos que establece la Secretaria de Turismo de nuestro país. Así mismo esta debe dar cumplimiento a los aspectos normativos que se establecen en la administración pública para dar transparencia a la administración de los recursos humanos y material en cuanto al uso y aplicación de estos.

Aspectos Jurídico:

- Ley Federal de Turismo
- Reglamento de la ley de turismo
- Reglamento interior de la secretaria de turismo

Aspectos Normativo:

- Programa Nacional de Turismo 2001 – 2006
- Manual General de Organización de la Secretaria de Turismo
- Normas Oficiales Mexicanas Turísticas NOMs
- Políticas, bases y lineamientos en materia de adquisiciones, arrendamientos y Contratación de servicios

Otros Documentos:

- Código de conducta del Sector Turístico

Normas Oficiales Mexicanas

¿Qué son las Normas Oficiales Mexicanas Turísticas?

La NOM Turística, una Herramienta por la Calidad, Protección, Seguridad e Información en el Turismo del Siglo XXI.

Seguridad y calidad de los servicios turísticos.

El empresario y el turista necesitan conocer la influencia positiva que tienen las normas técnicas en la vida diaria, ya sea en su operación como en la comercialización del producto turístico otorgando una mayor seguridad e información al usuario turista que se refleja en calidad en el servicio.

¿Qué son las NOM's?

Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), conforme la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, son regulaciones técnicas que establecen especificaciones y procedimientos para garantizar que los servicios cumplan, en el contexto de los propósitos y funciones para los que fueron diseñados, con características de seguridad, intercambiabilidad, confiabilidad y calidad, entre otros aspectos.

¿Para qué su observancia?

La observancia de normas es de aceptación generalizada entre usuarios y proveedores de servicios; facilitan la aplicación de soluciones más económicas y estables, al tiempo que favorecen el logro de mayor seguridad, información e higiene en el mercado turístico.

Es por ello que las normas técnicas surgen como una respuesta a los requerimientos de la actividad, que apuntan hacia aspectos fundamentales del bienestar de quienes viven la experiencia del turismo.

¿Quiénes hacen estas normas técnicas?

Las dependencias del Gobierno Federal son quienes se encargan de expedir dichas regulaciones llamadas Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), que son de carácter obligatorio y que contienen características o especificaciones que deben cumplir los servicios, cuando puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas o dañar la salud humana, el medio ambiente, o causar daños a nuestros recursos naturales.

¿Cómo se elaboran estas normas?

Para la elaboración de las NOM's, se han constituido diversos Comités Consultivos Nacionales de Normalización, los cuales se integran por el Gobierno Federal, Sector Privado, Sector Académico y Sector Social.

¿Existe algún comité de normas del sector turismo?

Sí, el Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística, el cual se constituyó el 25 de junio de 1993.

La presidencia y la coordinación de este Comité recaen en la Secretaría de Turismo a través, de la Subsecretaría de Operación Turística.

¿Quiénes participan en este Comité?

Participan en forma equilibrada la iniciativa privada, instituciones educativas y consumidores, así como las dependencias competentes.

Para el desarrollo de los trabajos del Comité, se prevé la integración de Subcomités o Grupos de Trabajo que tienen a su cargo la investigación, análisis y elaboración de los proyectos de Normas.

¿Cuáles son estos Subcomités?

- Subcomité de Hospedaje;
- Subcomité de Agencias de Viajes;
- Subcomité de Alimentos y Bebidas;
- Subcomité de Empresas de Sistemas de Intercambio;
- Subcomité de Campamentos y Paradores de Casas Rodantes;
- Subcomité de Guías (Generales y Especializados); y
- Subcomité de Turismo de Aventura.

¿Quiénes verifican las NOM's de turismo?

- La Secretaría de Turismo, en forma directa o a través de las Unidades de Verificación aprobadas y acreditadas en términos de la Ley de la materia.

¿Cuáles son las Unidades de Verificación del sector turismo?

- Por el momento se cuenta con tres Unidades de Verificación aprobadas y acreditadas:
- Sociedad Mexicana de Normalización y Certificación, S.C., (NORMEX).
- Factual Services, S.C.
- Internacional Certification of Quality Systems, S.C. (IQS)
- No lo olvides, las NOM's favorecen e impulsan la competitividad de nuestro producto turístico, su cumplimiento es responsabilidad de todos.
- Para obtener mayor información al respecto, favor de dirigirse a la siguiente dirección:

1.2.2. Indicadores de la Actividad Turística.

En este documento se muestran los servicios que se han prestados al turismo nacional e internacional, así como los ingresos que se han obtenido y costos que se han empleado en la actividad turística en nuestro país.

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE 1999 A 2003 (millones de pesos)

CONCEPTO	1999	2000	2001	2002	2003
P.I.B. Total (precios corrientes)	4,206,742.89	4,983,517.68	5,269,653.64	5,734,645.82	6,244,985.44 /p
P.I.B. Turístico (precios corrientes)	355,143.85	419,206.95	444,902.66	461,152.65	493,722.15 /p
Participación Del Pib Turístico En El PIB Total (%)	8.4	8.4	8.4	8	7.90 /p

NA . NO APLICA

FUENTE: Banco de México, INEGI

Tabla 3

1.2.3. La Balanza Turística.

Balanza Turística Visitantes Internacionales

Concepto	Total	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Balanza Turística (millones de dólares)	17,876.77	2,681.64	2,795.56	2,698.72	2,798.29	3,108.42	3,794.14
Número (miles de personas)							
Visitantes Internacionales a México	597,403.18	99,868.70	105,673.52	100,718.84	100,153.19	92,329.85	98,659.08
Turistas Internacionales	118,444.53	19,042.73	20,641.52	19,810.46	19,666.68	18,665.40	20,617.74
Turistas Receptivos	62,745.37	10,213.73	10,591.36	10,151.46	9,882.68	10,353.40	11,552.74
Receptivos Vía Aérea	54,531.81	7,300.88	7,972.69	7,662.39	7,333.82	7,696.20	8,869.63
Receptivos Vía Terrestre	18,566.95	2,912.85	2,618.69	2,489.07	2,548.86	2,657.18	2,683.11
Turistas Fronterizos	55,699.00	8,829.00	10,050.00	9,659.00	9,784.00	8,312.00	9,065.00
Turistas Fronterizos Peatones	6,064.00	936	878	980	1,085.00	949	1,236.00
Turistas Fronterizos Automovilistas	49,635.00	7,893.00	9,172.00	8,679.00	8,699.00	7,363.00	7,829.00
Excursionistas Internacionales	478,956.65	80,826.00	85,032.00	80,908.38	80,484.51	73,664.45	78,041.31
Excursionistas Fronterizos	452,624.00	77,778.00	81,565.00	77,103.00	75,349.00	68,690.00	72,139.00
Excursionistas Fronterizos Peatones	87,771.00	14,521.00	15,405.00	14,663.00	14,850.00	13,561.00	14,771.00
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	364,853.00	63,257.00	66,160.00	62,440.00	60,499.00	55,129.00	57,368.00
Pasajeros en Crucero	26,332.65	3,048.00	3,467.00	3,805.38	5,135.51	4,974.45	5,902.31
Gasto (millones de dólares)							
Visitantes Internacionales a México	52,891.44	7,222.90	8,295.03	8,400.60	8,857.99	9,361.73	10,753.19
Turistas Internacionales	40,838.52	5,505.70	6,435.83	6,538.37	6,724.66	7,251.73	8,382.23
Turistas Receptivos	37,366.99	5,061.75	5,816.53	5,941.38	6,083.74	6,680.12	7,783.47
Receptivos Vía Aérea	38,753.73	4,414.84	5,227.08	5,219.56	5,286.61	5,830.89	6,943.87
Receptivos Vía Terrestre	5,293.37	646.91	589.45	721.82	797.12	849.24	839.58
Turistas Fronterizos	3,471.58	444	619.3	596.99	640.92	571.58	598.79
Turistas Fronterizos Peatones	305.39	39.3	44.4	48.78	46.46	55.34	71.11
Turistas Fronterizos Automovilistas	3,166.22	404.7	574.9	548.21	594.46	516.26	527.69
Excursionistas Internacionales	12,052.94	1,717.20	1,859.20	1,862.23	2,133.33	2,110.03	2,370.95
Excursionistas Fronterizos	10,521.45	1,551.70	1,657.90	1,646.94	1,850.88	1,821.50	1,992.53
Excursionistas Fronterizos	2,177.32	303.2	335.2	341.38	386.56	381.81	429.17

Peatones							
Excursionistas Fronterizos							
Automovilistas	8,344.14	1,248.50	1,322.70	1,305.56	1,464.32	1,439.71	1,563.35
Pasajeros en Crucero	1,531.40	165.4	201.3	215.29	282.45	288.52	378.44
Gasto Medio (dólares)							
Visitantes Internacionales a México	88.54	72.3	78.5	83.41	88.44	101.39	108.99
Turistas Internacionales	344.79	289.1	311.79	330.05	341.93	388.51	406.55
Turistas Receptivos	595.53	495.58	549.18	585.27	615.6	645.21	673.73
Receptivos Vía Aérea	710.66	604.7	655.62	681.19	720.85	757.63	782.88
Receptivos Vía Terrestre	285.1	222.09	225.09	289.9	312.74	319.6	312.91
Turistas Fronterizos	62.33	50.3	61.62	61.81	65.51	68.77	66.06
Turistas Fronterizos Peatones	50.36	41.98	50.57	49.78	42.82	58.32	57.53
Turistas Fronterizos Automovilistas	63.79	51.27	62.68	63.16	68.34	70.11	67.4
Excursionistas Internacionales	25.16	21.2	21.86	23.02	26.51	28.64	30.38
Excursionistas Fronterizos	23.25	20	20.33	21.36	24.56	26.52	27.62
Excursionistas Fronterizos Peatones	24.81	20.88	21.76	23.28	26.03	28.15	29.06
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	22.87	19.74	19.99	20.91	24.2	26.12	27.25
Pasajeros en Crucero	58.16	54.3	58.06	56.58	55	58	64.12

FUENTE: Banco de México

Tabla 4

Balanza de Visitantes: Internacionales a México de 1999 a 2004

Concepto	Total	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Balanza Turística (millones de dólares)	17,876.77	2,681.64	2,795.56	2,698.72	2,798.29	3,108.42	3,794.14
Número (miles de personas)							
Turistas Receptivos	62,745.37	10,213.73	10,591.36	10,151.46	9,882.68	10,353.40	11,552.74
Receptivos Vía Aérea	54,531.81	7,300.88	7,972.69	7,662.39	7,333.82	7,696.20	8,869.63
Receptivos Vía Terrestre	18,566.95	2,912.85	2,618.69	2,489.07	2,548.86	2,657.18	2,683.11
Turistas Fronterizos	55,699.00	8,829.00	10,050.00	9,659.00	9,784.00	8,312.00	9,065.00
Turistas Fronterizos Peatones	6,064.00	936	878	980	1,085.00	949	1,236.00
Turistas Fronterizos Automovilistas	49,635.00	7,893.00	9,172.00	8,679.00	8,699.00	7,363.00	7,829.00
Excursionistas Internacionales	478,956.65	80,826.00	85,032.00	80,908.38	80,484.51	73,664.45	78,041.31
Excursionistas Fronterizos	452,624.00	77,778.00	81,565.00	77,103.00	75,349.00	68,690.00	72,139.00
Excursionistas Fronterizos Peatones	87,771.00	14,521.00	15,405.00	14,663.00	14,850.00	13,561.00	14,771.00
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	364,853.00	63,257.00	66,160.00	62,440.00	60,499.00	55,129.00	57,368.00
Pasajeros en Crucero	26,332.65	3,048.00	3,467.00	3,805.38	5,135.51	4,974.45	5,902.31
Gasto (millones de dólares)							
Turistas Receptivos	37,366.99	5,061.75	5,816.53	5,941.38	6,083.74	6,680.12	7,783.47
Receptivos Vía Aérea	38,753.73	4,414.84	5,227.08	5,219.56	5,286.61	5,830.89	6,943.87
Receptivos Vía Terrestre	5,293.37	646.91	589.45	721.82	797.12	849.24	839.58

Turistas Fronterizos	3,471.58	444	619.3	596.99	640.92	571.58	598.79
Turistas Fronterizos Peatones	305.39	39.3	44.4	48.78	46.46	55.34	71.11
Turistas Fronterizos Automovilistas	3,166.22	404.7	574.9	548.21	594.46	516.26	527.69
Excursionistas Internacionales	12,052.94	1,717.20	1,859.20	1,862.23	2,133.33	2,110.03	2,370.95
Excursionistas Fronterizos	10,521.45	1,551.70	1,657.90	1,646.94	1,850.88	1,821.50	1,992.53
Excursionistas Fronterizos Peatones	2,177.32	303.2	335.2	341.38	386.56	381.81	429.17
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	8,344.14	1,248.50	1,322.70	1,305.56	1,464.32	1,439.71	1,563.35
Pasajeros en Crucero	1,531.40	165.4	201.3	215.29	282.45	288.52	378.44
Gasto Medio (dólares)							
Turistas Receptivos	595.53	495.58	549.18	585.27	615.6	645.21	673.73
Receptivos Vía Aérea	710.66	604.7	655.62	681.19	720.85	757.63	782.88
Receptivos Vía Terrestre	285.1	222.09	225.09	289.9	312.74	319.6	312.91
Turistas Fronterizos	62.33	50.3	61.62	61.81	65.51	68.77	66.06
Turistas Fronterizos Peatones	50.36	41.98	50.57	49.78	42.82	58.32	57.53
Turistas Fronterizos Automovilistas	63.79	51.27	62.68	63.16	68.34	70.11	67.4
Excursionistas Internacionales	25.16	21.2	21.86	23.02	26.51	28.64	30.38
Excursionistas Fronterizos	23.25	20	20.33	21.36	24.56	26.52	27.62
Excursionistas Fronterizos Peatones	24.81	20.88	21.76	23.28	26.03	28.15	29.06
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	22.87	19.74	19.99	20.91	24.2	26.12	27.25
Pasajeros en Crucero	58.16	54.3	58.06	56.58	55	58	64.12

FUENTE: Banco de México

Tabla 5

1.3. EL TURISMO EN EL ESTADO DE MICHOACÁN

1.3.1. Indicadores de la actividad turística.

PRINCIPALES INDICADORES EN HOTELES Y MOTELES DE MICHOACÁN DE OCAMPO
 REPORTE ANUAL DE 2000 A 2004.

Concepto	Total	2000 ^P	2001 ^P	2002 ^P	2003 ^P	2004 ^P
Cuartos registrados fin período	NA	ND	ND	ND	10,841	11,011
Cuartos disponibles promedio	10,933	10,996	10,922	10,739	10,828	10,933
Cuartos disponibles	19,884,478	4,024,505	3,986,683	3,919,574	3,952,137	4,001,579
Cuartos ocupados	7,796,648	1,672,709	1,648,642	1,466,943	1,469,724	1,538,630
Cuartos ocupados nacionales	7,389,622	1,591,462	1,565,155	1,395,067	1,395,749	1,442,189
Cuartos ocupados extranjeros	407,025	81,248	83,486	71,875	73,975	96,441
Llegadas de turistas (personas)	11,549,388	2,441,129	2,455,189	2,140,107	2,287,455	2,225,508
Llegadas de turistas nacionales (personas)	11,027,101	2,335,082	2,345,621	2,049,651	2,187,587	2,109,160
Llegadas de turistas extranjeros (personas)	522,286	106,047	109,568	90,456	99,868	116,347
Turistas noche (noches)	14,955,087	3,219,696	3,154,063	2,786,403	2,858,287	2,936,638
Turistas noche nacional (noches)	14,243,760	3,076,825	3,006,790	2,662,768	2,725,863	2,771,514
Turistas noche extranjeros (noches)	711,327	142,871	147,273	123,635	132,423	165,125
Porcentaje de ocupación	39.21	41.56	41.35	37.43	37.19	38.45
Porcentaje de ocupación nacionales	37.16	39.54	39.26	35.59	35.32	36.04
Porcentaje de ocupación extranjeros	2.04	2.02	2.09	1.83	1.87	2.41
Estadía promedio (noches)	1.29	1.32	1.28	1.3	1.25	1.32
Estadía promedio nacionales (noches)	1.29	1.32	1.28	1.3	1.25	1.31
Estadía promedio extranjeros (noches)	1.36	1.35	1.34	1.37	1.33	1.42
Densidad de ocupación (personas)	1.91	1.92	1.91	1.9	1.94	1.91
Densidad de ocupación nacionales (personas)	1.92	1.93	1.92	1.91	1.95	1.92
Densidad de ocupación extranjeros (personas)	1.74	1.76	1.76	1.72	1.79	1.71

P Preliminar
 NA No aplica
 ND No disponible

Tabla 6

FUENTE: SECTUR, con base información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)- Sistemas de información Turística Estatal (SITE).

PRINCIPALES INDICADORES EN HOTELES
Y MOTeles DE MICHOACÁN DE OCAMPO
COMPARATIVO ANUAL 2000 Y 2004.

Concepto	2000	2004	Diferencia
Cuartos registrados fin período	ND	11,011	NA
Cuartos disponibles promedio	10,996	10,933	-63
Cuartos disponibles	4,024,505	4,001,579	-22,926
Cuartos ocupados	1,672,709	1,538,630	-134,079
Cuartos ocupados nacionales	1,591,462	1,442,189	-149,273
Cuartos ocupados extranjeros	81,248	96,441	15,193
Llegadas de turistas (personas)	2,441,129	2,225,508	-215,621
Llegadas de turistas nacionales (personas)	2,335,082	2,109,160	-225,922
Llegadas de turistas extranjeros (personas)	106,047	116,347	10,300
Turistas noche (noches)	3,219,696	2,936,638	-283,058
Turistas noche nacionales (noches)	3,076,825	2,771,514	-305,311
Turistas noche extranjeros (noches)	142,871	165,125	22,254
Porcentaje de ocupación	41.56	38.45	-3.11
Porcentaje de ocupación nacionales	39.54	36.04	-3.5
Porcentaje de ocupación extranjeros	2.02	2.41	0.39
Estadía promedio (noches)	1.32	1.32	0
Estadía promedio nacionales (noches)	1.32	1.31	-0.01
Estadía promedio extranjeros (noches)	1.35	1.42	0.07
Densidad de ocupación (personas)	1.92	1.91	-0.01
Densidad de ocupación nacionales (personas)	1.93	1.92	-0.01
Densidad de ocupación extranjeros (personas)	1.76	1.71	-0.05

P

Preliminar
No aplica
No disponible

Tabla 7

NA
ND

FUENTE: SECTUR, con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT) - Sistema de información Turística Estatal (SITE)

1.3.2. Perfil del Turista que Visita Michoacán

Origen Internacional:

2001	2002	2003	2004	2005
62.42% Estados Unidos	68.75% Estados Unidos	35% Estados Unidos	65% Estados Unidos	49% Estados Unidos
6.33% Grecia	8.57% Grecia	20% España	6% España	8% España
3.80% Guatemala	8.57% Suiza	25% Canadá	2% Canadá	7% Canadá
3.16% Canadá	8.57% Venezuela	15% Francia	7% Francia	7% Francia
2.53% Alemania	8.57% Honduras	5% Otros	12% Otros	6% Italia
2.53% Suiza	5.71% Argentina		3% Holanda	4% Alemania
1.90% Belice	5.71% Colombia		3% Alemania	3% Chile
1.27% Colombia	5.71% Alemania		2% Brasil	2% Colombia
1.27% Costa Rica	2.86% Bélgica			14% Otros
1.27% Italia	2.86% Belice			
1.27% Paraguay	2.86% Canadá			
1.27% Ecuador	2.86% Costa Rica			
1.27% Francia	2.86% Guatemala			
0.63% Argentina	2.86% Italia			
0.63% Brasil	2.86% Perú			
0.63% Corea del Sur	2.86% Nicaragua			
0.63% Cuba				
0.63% Chile				
0.63% España				
0.63% Japón				
0.63% Venezuela				
0.63% Australia				
0.63% Túnez				

Sexo:

2001	2002	2003	2004	2005
61.15% H. y 38.85% M.	59.05% H. y 40.95% M.	53% H. Y 47% M.	51% M. y 49% F	49% M. Y 51% F.

Edad

52.10% Hasta 30 Años	55.58% Hasta 30 Años	24.40% Hasta 30 Años	25% 18 a 30 Años	26% 18 a 30 Años
35.50% 31 a 45 Años	35.90% 31 a 45 Años	44.10% 31 a 45 Años	44% 31 a 45 Años	51% 31 a 45 Años
10.20% 46 a 60 Años	7.07% 46 a 60 Años	25.40% 36 a 60 Años	27% 46 a 60 Años	21% 46 a 60 Años
2.20% más de 61 Años	1.45% más de 61 Años	6.20% más de 61 Años	4% más de 60 Años	2% más de 60 Años

Ocupación

11.50% Ama de casa	10.00% Ama de casa	19.70% Ama de casa	16.00% Ama de casa	19.00% Ama de casa
59.90% Profesionista	59.90% Profesionista	41.70% Profesionista	33.00% Profesionista	30.00% Profesionista
4.40% Empleado	15.60% Empleado	22.30% Empleado	19.00% Empleado	21.00% Empleado
8.60% Comerciante	11.90% Comerciante	9.30% Comerciante	9.00% Comerciante	8.00% Comerciante
15.70% Otra	8.90% Otra	7.00% Otra	16.00% Estudiante	15.00% Estudiante
			4.00% Jubilado	4.00% Jubilado
			2.00% Empresario	2.00% Empresario
			1.00% Obrero	1.00% Obrero

Motivo del Viaje

55.0% Vacaciones	54.6% Vacaciones	68.8% Vacaciones	57% Vacaciones	69% Vacaciones
------------------	------------------	------------------	----------------	----------------

15.5% Fam. Amigos	14.1% Fam. Y Amigos	9.0% Fam. Y Amigos	12% Fam. Y Amigos	9% Fam. Y Amigos
8.1% Negocios	10.0% Negocios	5.2% Negocios	5% Negocios	2% Negocios
6.4% Cultura	6.5% Cultura	3.7% Cultura	14% Cultural	3% Cultural
12.0% Otros	14.8% Otros	13.3% Otros	3% Religioso	1% Religioso
			2% De aventura	3% De aventura
			2% Estudiantil	1% Estudiantil
			5% Otros	12% Otros

FUENTE: SECTUR, con base en información generada a través Subsecretaría de desarrollo turístico, Gob del Edo.

Tabla 8

1.3.3. Acciones Implementadas para fortalecer la actividad turística.

De la afluencia de visitantes a nuestra ciudad con motivo del periodo vacacional de verano 2004, del 3 de julio al 15 de agosto, podemos aseverar lo siguiente:

Se aplicó una encuesta con 2,500 cuestionarios a turistas que visitaron la ciudad, en lugares públicos y de gran afluencia, con una mezcla de 90% nacionales y 10% a extranjeros.

- Se rebasaron las expectativas de afluencia de visitantes, **registrando en establecimientos de hospedaje a 159,707 turistas**; de los cuales **140,542 fueron Nacionales y 19,165 Extranjeros**, representando el **88% y el 12% respectivamente. Esta cifra es 5.71% superior a lo registrado en el mismo periodo de 2003.**
- Durante este periodo se realizaron eventos de gran importancia destacando los congresos de Trabajo Social, Radiología e imagen, así como eventos culturales entre otros, los cuales ayudaron a incrementar los coeficientes de ocupación hotelera en la ciudad, estableciéndose en el 64% de ocupación promedio, registrando el 100% en hoteles en fines de semana.
- **La derrama económica para este periodo en Morelia, se estima que fue de \$359 millones 340 mil 750 pesos en el verano de 2004.**
- Dentro de las acciones de atención a los visitantes se implementaron 4 módulos para información turística en Palacio Municipal, Secretaría de Turismo Municipal, Jardín de las Rosas y en el Portal frente a la Plaza de Armas, en los que se atendió a 7,965 personas; 7,328 nacionales que representan el 92%; 637 extranjeros que representan el 8%.
- Procedencia Nacionales: D.F., Estado de México, Michoacán, Jalisco, Guanajuato, Baja California, Nuevo León, Querétaro, Veracruz, Guerrero, Coahuila Sinaloa, Tamaulipas, Aguascalientes, San Luis Potosí y Zacatecas.

- Procedencia Extranjeros: Estados Unidos, España, Canadá, Venezuela, Colombia, Guatemala, Italia, Taiwán, Costa Rica, Japón, Inglaterra y Ecuador.
- Para visitantes nacionales que se alojaron con familiares y/o amigos en Morelia, la estadía promedio se ubicó en 8 días y para los extranjeros fue de 16 días.
- El gasto promedio de los visitantes nacionales y extranjeros en Morelia que estuvieron hospedados en hotel, se ubicó en \$500.00 por persona, con una estadía promedio de 4.5 días.
- **La derrama económica para este periodo en Morelia, se estima que fue de \$359 millones 340 mil 750 pesos.**

• En lo que respecta a la satisfacción del visitante se obtuvo un nivel de satisfacción del 99% y solamente el 1% de los visitantes se tuvieron alguna inconformidad para lo cual, elaboraron la queja correspondiente mediante el llenado del formato foliado que se les entregó en los módulos de información, haciendo llegar por nuestra parte, la copia a la instancia que corresponde sea pública o de particulares.

• Nuevamente, el edificio más visitado fue la Catedral de Morelia por la iluminación y música que se presenta los sábados.

• Se llevaron a cabo recorridos turísticos gratuitos de leyendas y en los tranvías, dirigidos a niños de 7 a 12 años de edad y grupos infantiles de verano que lo solicitaron atendiendo a 1,506 menores.

- Cambios percibidos en la ciudad de Morelia por el turismo.

Turistas Nacionales:

Iluminación de Catedral y otros edificios coloniales

Crecimiento de la ciudad

Mejoría en servicio de taxis

Trabajos de remodelación en las plazas principales Más Limpieza en la Ciudad

Se conserva el Centro Histórico sin ambulantes

Plazas y jardines bien cuidados

Calles seguras y bien iluminadas

Turistas Extranjeros:

Centro Histórico muy limpio

Ciudad segura

Buena información turística de la ciudad
Central de Autobuses en buen estado
Organización en el aspecto comercial buena calidad
Buena atención de los habitantes
Eventos de cultura muy buenos

- En que piensa con la palabra Morelia

Turistas Nacionales:

Dulces
Arquitectura y Ciudad Colonial
Familia
Catedral
Morelos
Tradicción y Cultura
Equipo de Fútbol Monarcas Morelia
Gente y hospitalidad
Artesanía
Seguridad y Servicios

Turistas Extranjeros:

Ciudad Colonial
Dulces
Artesanías
Historia y Héroes Nacionales
Arquitectura
Tradicción y Cultura
Seguridad
Clima
Catedral

- Cambios para mejorar en la ciudad

Turistas Nacionales:

Mejorar vialidad y atención de personal de tránsito y motociclistas

Más módulos de información

Más servicios de sanitarios públicos en el Centro Histórico

Mejorar el servicio urbano y de taxis

Mejorar atención y respeto al peatón por los automovilistas

Más estacionamientos públicos en el centro histórico

Turistas Extranjeros:

Esta bien la ciudad

Mejorar la vialidad

Mayor difusión en el extranjero

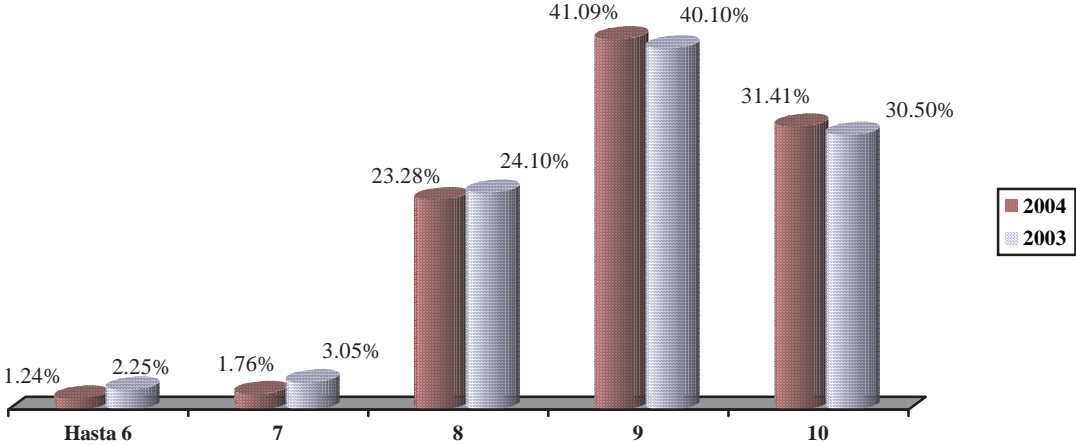
Más Restaurantes

Mejorar servicios en Hoteles y Restaurantes

Mejorar el servicio urbano y de taxis

Estacionamientos Públicos en el Centro Histórico

**QUE CALIFICACIÓN LE DA A MORELIA DE
ACUERDO CON LOS SERVICIOS OBTENIDOS
EN ESCALA DEL 1 AL 10**



**CALIFICACIÓN PROMEDIO OBTENIDA POR:
Año 2003: 9.12 Año 2004: 9.19**

CAPITULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES DE LUGAR

El Lago de Zirahúen es visitado por el Turismo en diferentes épocas del año, sin embargo no se dispone de una infraestructura hotelera suficiente para que el turismo pernocte, siendo una de las limitantes por lo que no se ha consolidado el comercio en forma permanente, por lo que se considera necesario realizar un proyecto integral donde se incluya hotel y cabañas que satisfagan las demandas del turismo nacional y / o extranjero.

Este proyecto consiste de la instalación de cabañas que ofrezcan un servicio de hospedaje al turismo, con el fin de satisfacer parte de la demanda insatisfecha que se tiene en este lugar turístico.

Unos de los objetivos que busquen satisfacer son que las personas que reciban el servicio de hospedaje y alimentación, se apropien de la tranquilidad que ofrece el lugar y el confort que de las cabañas, apoyado en un servicio de excelencia que nos permita estar al mejor nivel competitivo con cualquiera de la competencia a precios accesibles.

Para ofrecer dicho servicio se cuenta con mano de obra, energía eléctrica y agua ya establecida en la zona y con los estudios previos para su implantación.

En un orden de ideas podemos decir que el propósito de este proyecto, es la establecer un conjunto de cabañas que permitan proporcionar el servicio de alojamiento a los turistas que lo requieran, teniendo como propósito en un mediano plazo, lograr ser el primero de la zona, por medio de una mejora continua para satisfacer las exigencias del cliente y con miras a lograr el reconocimiento en el ámbito nacional e internacional.

2.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Mantener la calidad en el servicio a través de la capacitación del personal
- Expansión en el mercado a través de la promoción y distribución de los medios de comunicación
- Fomentar la productividad a través de la aplicación de métodos y técnicas, ofreciendo paquetes económicos a los clientes.
- Lograr un crecimiento armonioso sustentable a través de actividades para diferentes tipos de segmento de mercado

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO



3.1. ALGUNAS RAZONES DE LA SELECCIÓN DEL LUGAR.

El lago de Zirahuén que en purepécha significa "**espejo de los dioses**" constituye un atractivo turístico poco explorado de orden natural que por sus características propias (contrastantes aguas que van desde un intenso azul, hasta el verde jade, reflejo de la exhuberancia de sus bosques y su cristalinidad) es capaz de atraer un gran número de visitantes no sólo del estado de Michoacán, sino de estados vecinos como Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Estado de México, Distrito Federal. Así como al turismo extranjero. Las nuevas vías de comunicación con que se cuenta en la actualidad permiten reducir las distancias viajando con gran comodidad y seguridad, lo que nos motiva para considerar esta opción adecuada para profundizar en el análisis de este proyecto. Como sabemos, el turismo es muy importante para México y por ende para nuestro estado, por lo que el promover este tipo de lugares, conlleva a la creación de nuevos empleos y a su vez favorece al crecimiento económico del país y nuestro estado.

Atractivos

Visita a lugares religiosos y templos, monumentos arquitectónicos, ruinas arqueológicas, áreas naturales, reservas federales de protección y conservación, visita a comunidades indígenas de la ribera del Lago, visita a la Región de la Meseta Purépecha, visita al Lago de Pátzcuaro otro de los lagos bellos del estado. Visita a Quiroga, que es una población que se caracteriza por ser centro de acopio y venta de artesanías de esta importante región del estado.



3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO.

- a) Conocer la demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros que dadas ciertas condiciones, presentarán una demanda de hospedaje que justifica la puesta en marcha del proyecto Chalet Zirahuén.
- b) Conocer la demanda que tiene la infraestructura hotelera de la región.
- c) Determinar las especificaciones que satisfacen las necesidades primordiales esperadas por el cliente.

d) Conocer el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por la renta de una cabaña.

3.3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Nuestro servicio se ubica dentro del ramo hotelero, mismo que ofreceremos al turismo nacional e internacional, con un alto sentido de servicio en atención altamente responsable en calidad, precio, comodidad y confort en busca de ser los mejores de la región. Todo lo anterior para que seamos recordados por nuestros clientes por los detalles que estamos dispuestos a proporcionarles durante su estancia.

Nuestro servicio está clasificado como de consumo final, ya que satisface la demanda de hospedaje y esparcimiento de las personas y las familias.

Se tiene visualizado realizar este proyecto dentro de una superficie de aproximadamente una hectárea, cada cabaña constará de tres habitaciones ó cuartos independientes, con una terraza compartida, en donde dos de los módulos contarán con dos recámaras matrimoniales con closet, un baño completo, cocineta, comedor, chimenea, sala con sofá, y un frigobar con capacidad para seis personas cada uno.

El tercer modulo, contará con una recamara matrimonial con closet, un baño completo, cocineta, comedor, chimenea, sala con sofá, y un frigobar con capacidad para dos personas.

Área de estacionamiento con capacidad para 70 vehículos.

NOTA: En la sala se contara un sofá cama para albergar dos personas extras en caso necesario, las cuales pagarían una cuota establecida por persona adicional.

3.4. CONSUMIDOR

¿Clasificación de los clientes prospectos?

✓ **INDIVIDUALES:** Son las personas que van por primera vez.

- ✓ **GRUPOS:** Son todos los clientes que llegan en conjunto de dos o más personas, y pueden ser deportista, estudiantes, personas de la tercera edad y grupos ejecutivos.
- ✓ **INTERMEDIARIOS:** Son organismos que tienen contacto directo con gente que busca lugares para vacacionar, y estos organismos son las agencias de viajes y Secretaría de Turismo.
- ✓ **COMUNIDAD:** Son todas las personas que vienen de las diferentes áreas geográficas de la República así como del extranjero.

Características de los consumidores potenciales identificados para efecto de nuestro proyecto:

- ✓ Receptivo, porque adopta el servicio como un satisfactor.
- ✓ Impulsivo, porque aceptan el servicio por recomendaciones.
- ✓ Al que le gusta salir de vacaciones a lugares de campo.
- ✓ A los que le gusta la privacidad.

3.5. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

Nuestro mercado principal son las personas de clase media-alta, considerando desde familias, grupos ejecutivos, estudiantes, personas de la tercera edad, nacionales y extranjeros, quienes buscan satisfacer su demanda buscando estar en unos centros recreativos y vacacionales como el que ofrece Zirahuén.

Desde de nuestra perspectiva consideramos que el proyecto es factible de acuerdo al estudio visual y de experiencia, ya que por medio de las fuentes consultadas se pudo concluir que existe un amplio mercado con demanda insatisfecha y esto representa un nicho de oportunidad en el que se pretende sustentar de inicio el proyecto, siendo una gran ventaja, ya que la demanda de este servicio existe.

3.5.1. Mercado real

El mercado Real será la demanda insatisfecha que se da en la zona del lago de Zirahuén, que podemos tener presente a través del boceto siguiente de la ubicación del centro vacacional que se pretende.



3.5.2. Mercado Potencial

Nuestro Mercado Potencial son todas las personas de los diferentes Estados que rodean el Estado de Michoacán, que se pretenden captar a futuro conforme crezca la empresa. Así también otro tipo de Mercado importante a captar, es el turismo extranjero que gusta de venir a nuestro país, a lugares campestres como este, y también gente jubilada cuya estancia es prolongada.

3.6. SEGMENTO DE MERCADO

Son todas las personas que salen de vacaciones en las diferentes temporadas, principalmente en el Estado de Michoacán.

3.7. DEMANDA

La clasificación de la demanda de este servicio es:

- ✓ Se trata de un bien no necesario, ya que se derivan de una necesidad creada artificialmente, por gustos y preferencias.
- ✓ Demanda continua.- Pues se ejerce en forma permanente.

De acuerdo a la información obtenida en Zirahuén, podemos observar que la oferta hotelera es insuficiente para la demanda turística requerida, que se estima en 93,572 personas que llegan anualmente a este lugar, es decir; que

tenemos la posibilidad de capturar un alto porcentaje de turistas nacionales y extranjeros.

De acuerdo a la información obtenida en lugares turísticos de Zirahuén como hoteles, la capacidad con que cuentan para atender la demanda de hospedaje es de aproximadamente de 130 personas, con estas consideraciones obtuvimos las siguientes estimaciones de las demandas:

3.8. CONSUMO.

3.8.1. Expectativa de Precio y Ocupacional

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD OCUPACIONAL ESPERADA EN EL EJERCICIO. E INGRESOS ANUALES

Temporada	Periodo	Numero de veces		Costo por cabaña		Ingresos	
		Cabaña 6 personas	Cabaña 2 personas	Cabaña 6 personas	Cabaña 2 personas	Cabaña 6 personas	Cabaña a 2 personas
Baja:	ene 5 al 30 jun un sep 1ª al dic 15						
Entre semana		112		1,000.00	800.00	112,000	
Fin de semana		161		1,500.00	1,200.00	241,500	
Intermedia	jul - ago						
Entre semana		310	1	2,500.00	2,000.00	775,000	2,000
Fin de semana		294		2,700.00	2,300.00	793,800	
Alta							
Semana Sta		163	1	3,500.00	2,600.00	570,500	2,600
Muertos		93	1	3,500.00	2,600.00	325,500	2,600
Vac dic		186	2	3,500.00	2,600.00	651,000	5,200
Promociones							
Baja:							
Entre semana		64	1	1,000.00	800.00	64,000	800
Fin de semana		35		1,000.00	800.00	35,000	
						3,568,000	13,200
TOTAL						3,581,500	

Tabla 9

En invierno y semana santa, el precio será de acuerdo al tipo de habitación se considera que El consumo será de ocupación total de las 5 cabañas con un cupo de 14 personas cada una, que en total será de 70 personas que corresponderá a la capacidad instalada, en los periodos vacacionales y la temporada, se estima tener lleno completo.

De acuerdo a los costos que se obtuvieron de los lugares turísticos y la información recabada por las encuestas, se considera que somos una buena opción en el mercado que pretendemos.

3.9. COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD.

La comercialización se llevará a cabo mediante la aplicación de técnicas y estrategias de publicidad, como son los medios de comunicación (Internet, Radio, televisión, revistas, periódicos, trípticos, etc.), así como también la conexión con agencias de viajes, logrando así abarcar desde el turismo nacional, e internacional.

Para lograr el fin se van aplicar las siguientes estrategias.

- ✓ Establecer contacto en diferentes ciudades, con diferentes tipos de agencias de viajes, de tal forma que nos promuevan con los clientes, y para lograr esto, ofrecer a la agencia alguna comisión por paquete vendido.
- ✓ Esto ayudara resolver dos aspectos muy importantes:
 - 1.-Darnos a conocer.
 - 2.-Aumentar la demanda en temporada baja.
- ✓ Otra forma de darnos a conocer es por medio de Internet, creando una página Web y si es posible que el mismo cliente, haga sus reservaciones con anticipación y por medio de este sistema.
- ✓ El radio, Televisión, revistas, periódicos, trípticos, etc., son medios que llegaran principalmente al Estado de Michoacán, alrededores y en lugares claves como restaurantes, aeropuertos, escuelas y organizaciones, logrando que el cliente venga a nosotros ya una vez dados a conocer.

3.10. COMPETENCIA

En el lago de Zirahuén existen algunos desarrollos turísticos que cuentan con el servicio de hospedaje de tipo cabaña y hotel, cuyo desarrollo está planeado a corto y mediano plazo, lo que representa un área de oportunidad para nuestro proyecto.



3.10.1 Identificación de los Competidores

✓ **Chalet Cerrito Colorado.-**

Es una casa de campo duplex tipo alpina, cada sección cuenta con entradas independientes y comparten la terraza. Esto permite que puedan ser ocupadas ya sea de manera independiente (si se trata de familias pequeñas o de manera conjunta en caso de familias grandes. Cada sección tiene capacidad para 4 personas y cuentan con los siguientes servicios:

Estancia con chimenea

Cocineta

Baño con tina

1 Recamara con 1 cama matrimonial y 2 camas individuales

Juegos Infantiles

Terraza con Asador

Estacionamiento

✓ **Hotel Zirahuén.**

Cabañas pequeñas para cuatro personas, de un solo piso, una recámara matrimonial, baño, cocineta, desayunador, chimenea y sofá cama para dos

personas en la sala.

Cabaña para ocho personas, de un solo piso, dos recámaras con closet y camas gemelas, y una suite matrimonial. Dos baños, cocineta, comedor, sala y chimenea.

Cabaña Alpina para seis personas, de dos pisos, dos recámaras con closet, una con cama matrimonial y otra con literas, sillones abatibles, baño, cocineta, comedor, sala y chimenea

Planta baja: Cocina Integral, comedor, baño completo.

Planta alta: Amplia recámara con cama king size, sala con sofá y baño completo.



- ✓ Cabañas Zirahuén (Muelle 2).
- ✓ Hotel Los Cedritos.
- ✓ Algunas cabañas de particulares.

3.10.2. Precios de la Competencia

TARIFAS PARA LAS CABAÑAS DE ZIRAHUÉN

VALIDAS A PARTIR DE ENERO DE 2006. IMPUESTOS INCLUIDOS

COSTO POR NOCHE

TEMPORADAS								
	No. de Pers.	Promoción entre semana temporada baja	No. de Pers.	BAJA		INTERMEDIA		ALTA
				Enero 5, Junio 30 Sept. 1°, Dic. 15		Vacaciones, Puentes Julio y Agosto		Sem. Santa, Pascua Día de Muertos Dic. 20 a Enero 05
Secciones		Lue-Jue		Lue-Jue	Fin de Sem.	Lue-Jue	Fin de Sem.	
SECCIÓN ZIRAHUÉN								
IZTARO	2	\$628.00	4	\$896.00	\$1,008.00	\$1,060.00	\$1,592.00	\$1,813.00
JERICO	2	\$628.00	4	\$896.00	\$1,008.00	\$1,060.00	\$1,592.00	\$1,813.00
TAPIMBA	2	\$628.00	4	\$896.00	\$1,008.00	\$1,160.00	\$1,592.00	\$1,813.00
SANTANA	4	\$965.00	8	\$1,598.00	\$2,395.00	\$2,585.00	\$3,062.00	\$3,512.00
TURIAN	2	\$713.00	6	\$1,065.00	\$1,733.00	\$1,535.00	\$1,744.00	\$2,053.00
JUJUCATO	2	\$1,008.00	4	\$1,650.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$2,200.00	\$2,700.00
TEMBUCHARO Y TEPAMIO	2	\$1,008.00	6	\$1,650.00	\$1,700.00	\$1,700.00	\$2,200.00	\$2,700.00
SECCIÓN ALPINA								
CABAÑAS ALPINAS	2	\$713.00	6	\$1,469.00	\$1,617.00	\$1,460.00	\$2,022.00	\$2,527.00
CABAÑAS RESIDENCIALES	4	\$1,065.00	8	\$2,444.00	\$2,877.00	\$2,900.00	\$3,519.00	\$4,007.00
SECCIÓN ARCOIRIS								
AZUL Y NARANJA	2	\$713.00	4	\$1,265.00	\$1,563.00	\$1,245.00	\$2,000.00	\$2,400.00
VIOLETA Y VERDE	4	\$965.00	6	\$1,698.00	\$2,295.00	\$2,485.00	\$2,962.00	\$3,412.00
PERSONAS EXTRAS								
PERSONAS EXTRAS	.	.	1	\$212.00	\$218.00	\$275.00	\$184.00	\$348.00
CASA LOS NOGALES EN PATZCUARO MICH.								
.	.	.	6	.	\$2,700.00	.	\$3,440.00	\$4,330.00

Tabla 10

3.10.3. Posibles Ventajas y Desventajas Competitivas.

ventajas

- ✓ La competencia ha abierto el mercado del turismo en Zirahuén.
- ✓ Lo ha dado a conocer internacionalmente.
- ✓ Ha hecho de esta zona un lugar agradable para la vista de la gente, independientemente de su belleza natural.

Desventajas.

- ✓ Diferentes tipos de precio y un mayor número de opciones en cuanto a capacidad de alojamiento.
- ✓ Son centros ya conocidos por los consumidores, que mantienen una buena demanda.
- ✓ La experiencia en el ramo turístico.
- ✓ Son una gran organización, bien establecida.

También cabe mencionar que otros de nuestras competidores, aunque no directos serán los servicios de alojamientos de las zonas de Santa Clara, Quiroga, entre otras y una gran competencia directa serán Pátzcuaro y Tzintzunzan, ya que son lugares muy atractivos y conocidos que gozan de muy buena aceptación por parte del turismo tanto nacional como internacional.

Por otra parte, es importante mencionar el precio de la competencia, el cual oscila desde los \$596 hasta los \$3,240, en los cuales se consideran precios de cabañas y de habitaciones de hotel.

3.11. METODOLOGÍA (TAMAÑO DE LA MUESTRA).

1. Para Determinar las fuentes de información, nos basamos en fuentes externas, es decir, en los distintos centros hoteleros ubicados en la zona de Zirahuén.
2. Para determinar el universo, nos basaremos en los lugares cercanos a Zirahuén como, Morelia, Pátzcuaro, Uruapan.
3. Para determinar el número de encuestas a aplicar (tamaño de la muestra) tomamos en cuenta la siguiente información:

- Dificultad para determinar el tamaño de la población.
- La población es infinita.
- Aplicar encuestas piloto para pulir el cuestionario y determinar estadísticos (proporciones) de preguntas clave.
- Un error de estimación $e = 7\%$.
- El nivel de confianza para esta estimación es del 95%.

Tomando en cuenta estos hechos aplicamos la fórmula de población infinita para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(z)^2 [(p)(q)]}{(e)^2}$$

DONDE:

n = Tamaño de la Muestra. =?

z = Nivel de Confianza. = 95 % = 1.96

p = Probabilidad de Ocurrencia. = 70%

q = Probabilidad de que no Ocurra. = 30%

e = Margen de Error. = 7%

Sustituyendo los valores tenemos n, esto es:

$$n = \frac{1.96^2 [(0.70)(0.30)]}{(0.07)^2} = 165 \text{ encuestas}$$

3.11.1. Encuesta.

Esta encuesta se aplicó a las personas de clase media – alta, ya que éste es el mercado meta que queremos captar, es decir, personas con posibilidades de liquidez económica.

Con esto queremos determinar cuánta gente sale normalmente de vacaciones, a qué tipo de lugares acude, con cuánta gente sale, con qué frecuencia, cuánto gasta en cada salida. Con esta información, se espera conocer la factibilidad de establecer un nuevo centro turístico de alojamiento y saber si éste será aceptado por la gente.

3.11.2. Cuestionario.

La siguiente encuesta tiene por objeto determinar la factibilidad de establecer un nuevo lugar de alojamiento y esparcimiento para el turismo que visita Zirahúen.

Agradecemos su cooperación.

1.- Normalmente cuando sale de vacaciones, ¿A dónde va? :

Lugares de Playa___ Lugares de Campo___ Al extranjero___ Otras Ciudades___

2.- ¿Cuánta gente sale con usted?

1-3___ 3-6___ más de 7___

3.- ¿Cuántas veces al año sale?

1-3___ 3-6___ más de 7___

4.- ¿A cuánto ascienden sus gastos por salida?

\$500___ - \$1000___ 2000___ \$3000___ más de \$3000___

5.- ¿Ha visitado alguna vez el Lago de Zirahúen?

Si___ No___

6.- Si contesto “sí”, ¿Cuántas veces?

1-5___ 6-10___ más de 11___

7.- De estas veces, ¿Cuántas veces se ha hospedado?

Ninguna___ 1-5___ 6-10___ más de 11___

8.- ¿Dónde?

Tiendas de campaña___ Cabañas de renta___ Hoteles___ Otros (especifique)_____

9.- Si usted se hospeda en cabañas de renta, ¿Qué servicios le ofrecen?

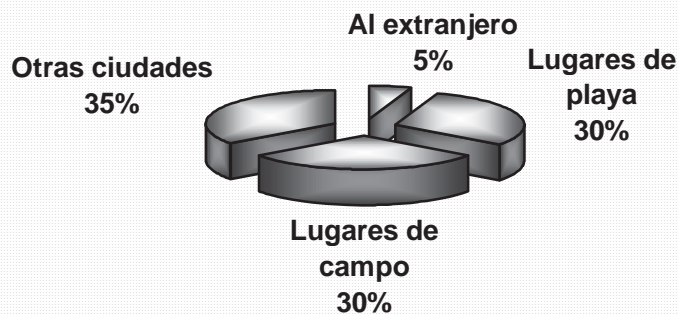
Alimentos___ Serv de bar___ Maletero ___

10.-¿Cabañas en buen estado?

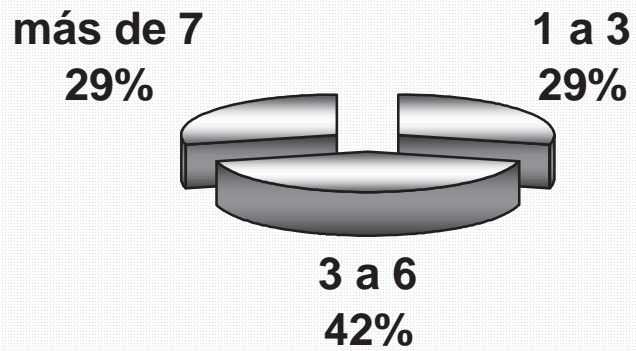
Si___ No___

3.12. Gráficas del Cuestionario.

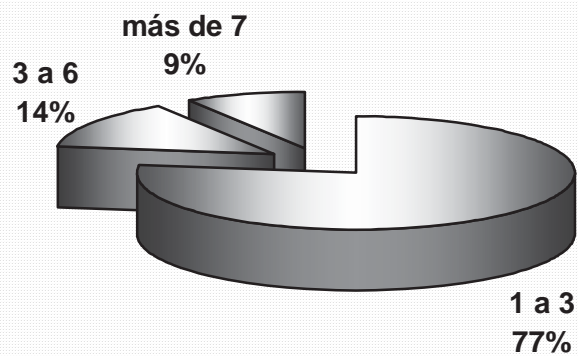
1.- NORMALMENTE CUANDO USTED SALE DE VACACIONES, A DONDE VA?



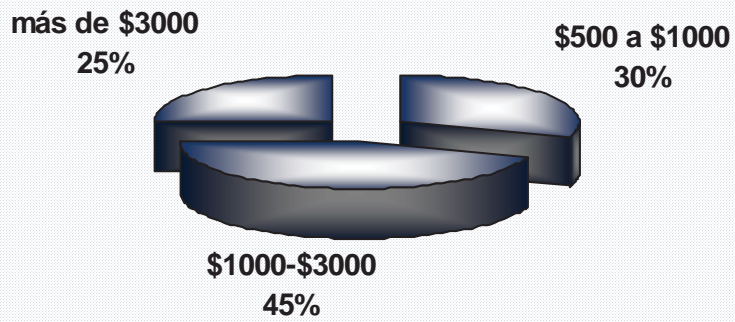
2.- ¿CUANTA GENTE SALE CON USTED?



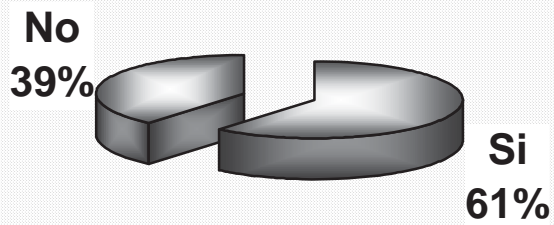
3.- ¿CUANTAS VECES SALE AL AÑO?



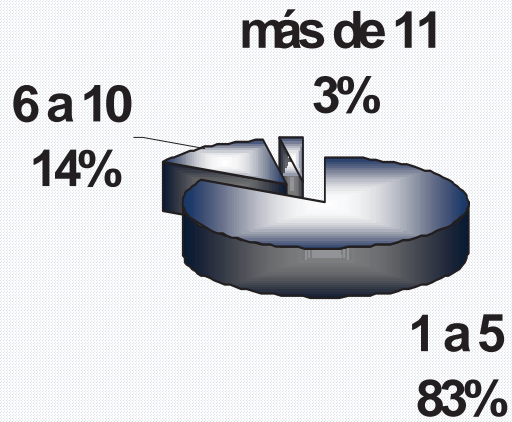
4.- ¿CUANTO GASTA POR SALIDA?



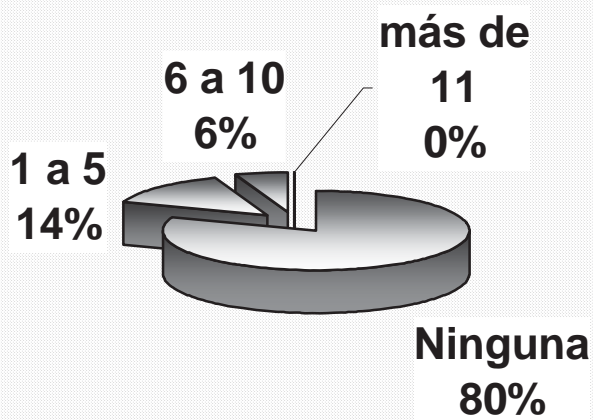
5.- ¿HA VISITADO ALGUNA VEZ EL LAGO DE ZIRAHUEN?



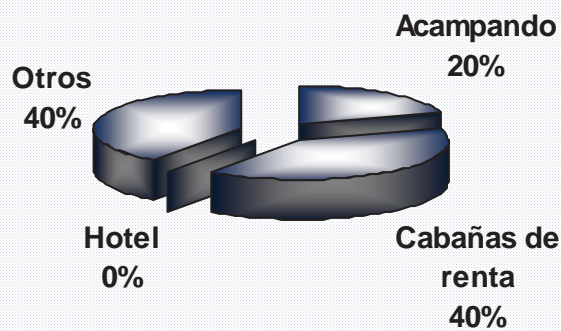
6.- SI CONTESTO SI, ¿CUANTAS VECES?



7.- DE ESTAS VECES, ¿CUANTAS SE HA HOSPEDADO?



8.- ¿EN QUE LUGAR?



3.13. Resultados del Cuestionario.

- ✓ El turismo sale en casi el mismo porcentaje a otras ciudades, lugares de playa y lugares de campo.
- ✓ Salen de 3 a 6 integrantes, y de 1 a 3 veces por año.
- ✓ La mayoría de las personas, no gasta más de tres mil pesos, ni menos de mil pesos en cada salida.
- ✓ El 60% de los entrevistados conoce ó ha visitado Zirahuén, y el 80% de éste 60% ha regresado mas de tres veces, pero menos de 5. Sólo el 14% ha regresado más de 6 veces.
- ✓ El 80% de las personas, normalmente van ida y vuelta, y el 20% restante se ha hospedado de 1 a 5 veces.
- ✓ De estas personas que se han hospedado, un 40%, se ha quedado en cabañas, 20% ha acampado y el otro 40% se ha quedado en casas y/ o cabañas particulares.

CAPITULO IV

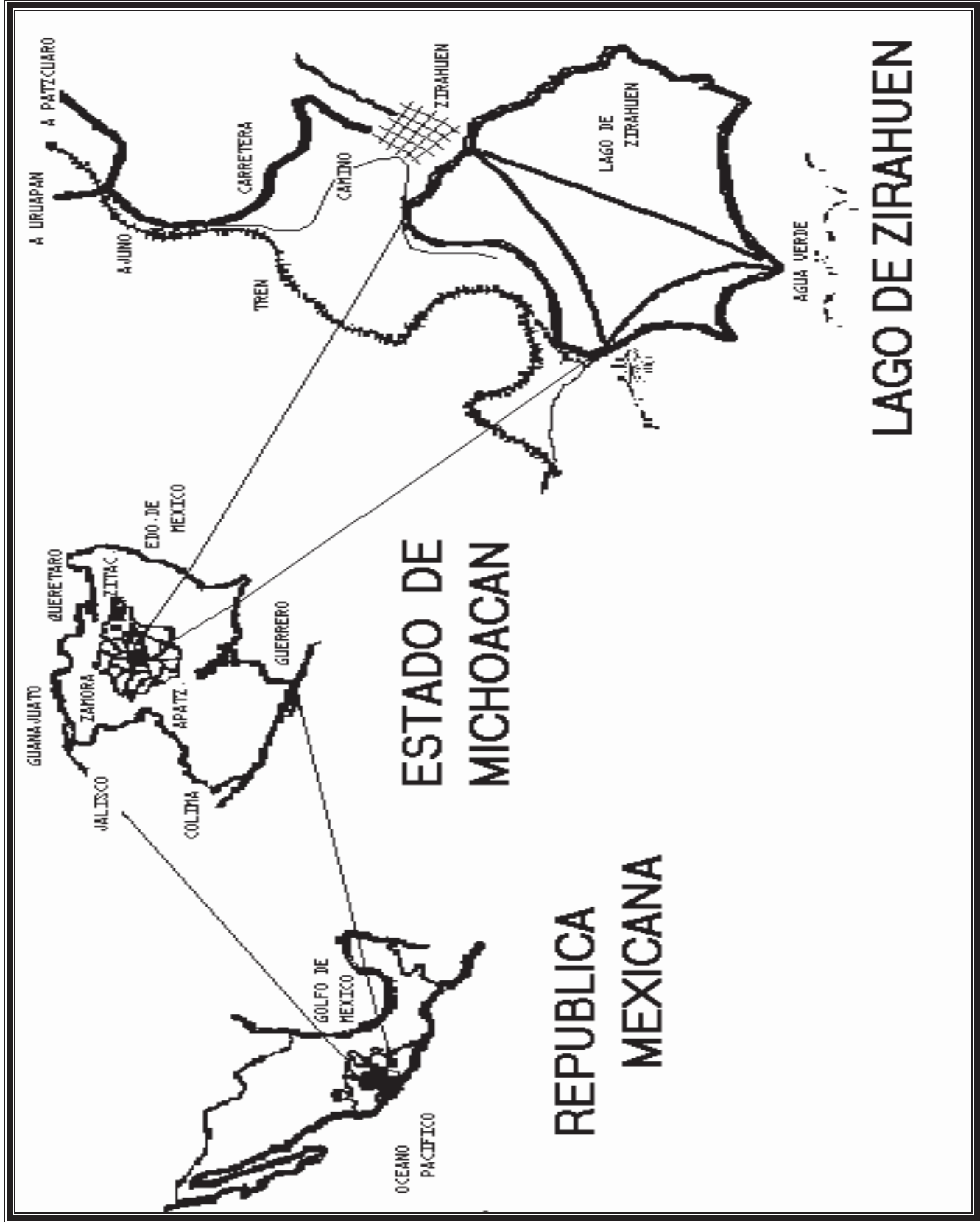
ESTUDIO TÉCNICO

4.1. LOCALIZACIÓN.

4.1.1. Macro localización.

El lago de Zirahuén se localiza en la parte central del estado de Michoacán, dentro de la región hidrológica No. 12 formando parte de la cuenca “Lerma-Chapala-Santiago”, considerada como una sub-cuenca de la gran cuenca de Cuitzeo. Su cuenca de drenaje esta delimitada por las coordenadas 19° 21´14” – 19° 29´ 32” latitud norte y 101° 30´33” – 101° 46´15” longitud oeste, tiene una superficie de 260.81 km². Las elevaciones más importantes son el Cerro San Miguel o Zirahuén al norte y el cerro Cumburinos al noroeste del lago.

La mayor parte de la cuenca se localiza dentro del municipio de Villa Escalante. Los asentamientos humanos están distribuidos en 32 pequeños poblados y rancherías la mayoría de los cuales cuenta con menos de 500 habitantes, destacan Santa Clara, Opopeo, Zirahuén y Copándaro, pero solamente los dos primeros cuentan con poblaciones que exceden los 15 mil habitantes.



4.1.1.1. Factores Determinantes en la Localización.

a) Disponibilidad de la Mano de Obra.

En Zirahuén el costo de vida es bajo y hay una escasa concentración industrial, lo que permite que los pagos de salarios sean bajos y que haya una amplia disponibilidad de mano de obra.

Nivel De Ocupación (Censo Año 2000)

Población de 12 Años y Más en Condiciones de Actividad en 2000.

Municipios	Población de 12 Años y más	Población Económicamente Activa			Población Económica Activa				No especificad
		Total	ocupa da	deso cupa da	total	estudi ante	hogar	otros	
Región Patcuaro - Zirahuén	12931	5904	5841	63	6973	1508	3778	1685	58
Acuitzio	690	284	281	3	402	69	227	106	2
Erongacuaro	936	412	406	5	522	115	296	110	2
Huiramba	435	168	166	2	265	56	158	50	1
Lagunillas	353	118	116	2	234	34	122	76	
Patzcuaro	5379	2565	2532	32	2792	706	1408	677	20
Quiroga	1690	902	899	3	780	172	415	192	8
Salvado Escalan	2592	1049	1033	11	1528	250	937	341	13
Tzintzuntzan	853	408	401	2	445	103	212	130	3

Fuente: SECTUR. Con base Información Generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT) – Sistema de Información Turística Estatal (SITE)Tabla 11

b) Disponibilidad de Energía eléctrica y Agua.

Las cabañas estarán ubicadas en un lugar en donde ya esta instalada la energía eléctrica por lo que solo se buscaría la distribución de ésta de acuerdo a la ubicación de las cabañas.

Lo que respecta al agua no es un factor determinante en la localización de las cabañas, pues hay agua suficiente para abastecer los servicios que la requieren.

c) Servicio para Desechos.

Para la eliminación de desechos se manejarán fosas sépticas por cabaña, ya que no se cuenta con un sistema de drenaje cerca del terreno.

De acuerdo al tamaño de las cabañas y el posible crecimiento del número de estas, la fosa séptica será de 6.mts x 4.mts, y tendrá una profundidad de 5mts.

d) Servicios Públicos

Zirahuén, aunque es un pueblo muy pequeño que cuenta con todos los servicios de:

- ✓ Redes de agua y drenaje
- ✓ Caminos:
Pátzcuaro-Zirahuén.
Santa Clara-Zirahuén.
- ✓ Servicios médicos.
- ✓ Servicios de seguridad pública: En el centro de Zirahuén.
- ✓ Facilidades de educación: Primarias, Secundarias.
- ✓ Servicios Telefónicos.
- ✓ Tiendas de Abarrotes.
- ✓ Condiciones climatológicas.

Este es un factor que no afecta a la empresa, el cliente normalmente sabe que es un lugar frío, y la empresa contará con todo lo necesario para lograr que los clientes disfruten de una estancia confortable. Además las cabañas contarán con chimeneas.

e) Clima:

- ✓ Frecuencia de heladas es de 20 a 40 días / año.
- ✓ Granizadas de 2 a 4 días / año.

- ✓ Temperatura media anual de 16° a 18° c.
- ✓ Precipitación media anual de 600 a 700 mm.

f) Actitud de la comunidad

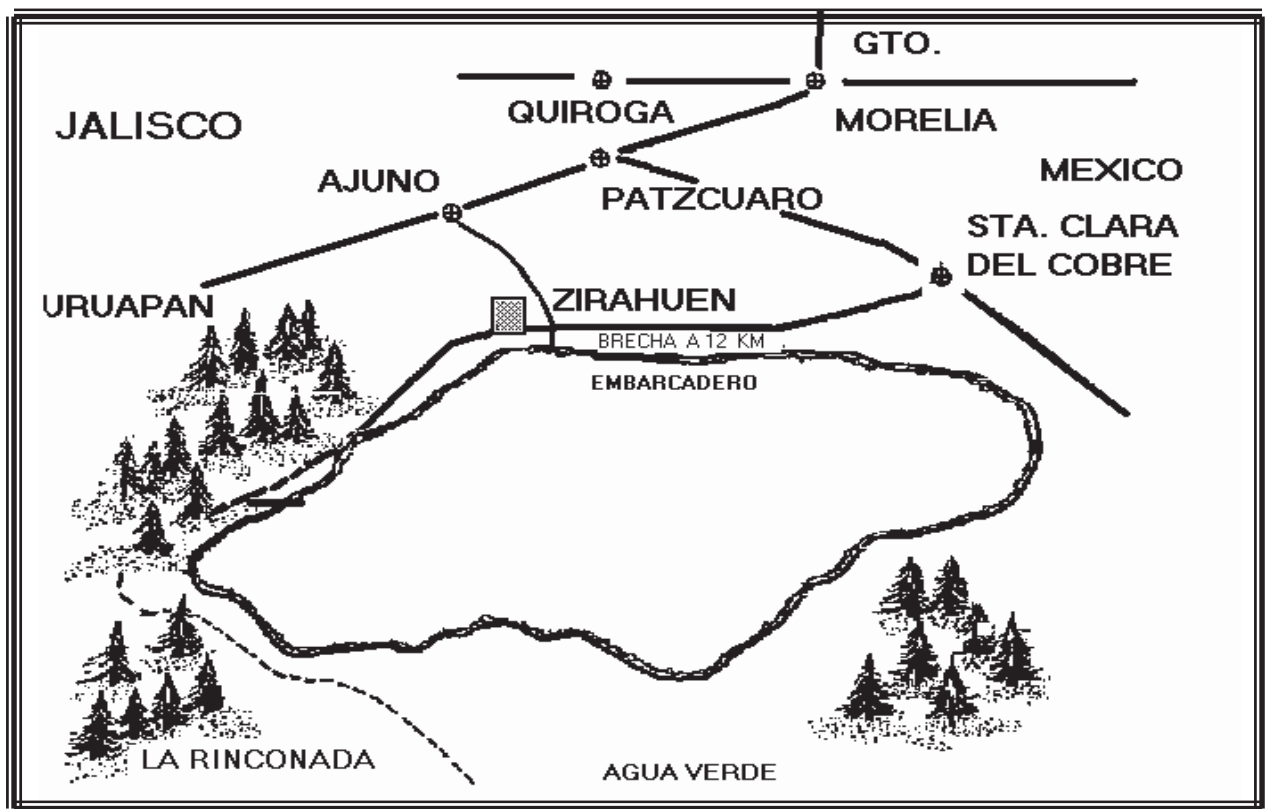
De acuerdo con antecedentes históricos y a las características propias de los habitantes de la población de Zirahuén (indígena en su mayoría) podemos determinar que la actitud de la gente hacia el proyecto puede ser de un poco de desconfianza, pues la gente suele ser problemática cuando se trata de conservar el lago, ya que a los pobladores les incomoda y molesta la existencia de equipos que requieren combustible (lanchas, jet ski, etc). Y que se usan dentro del lago y además porque los visitantes, tiran mucha basura dentro y alrededor del lago.

De acuerdo a lo anterior, la empresa tendrá que establecer un programa de protección y conservación del lago y darlo a conocer a la comunidad mediante un excelente trabajo en las relaciones públicas y así trabajar junto con los pobladores para evitar y detener la contaminación de este lago(cabe mencionar que Zirahuén es uno de los pocos lagos que aún no están contaminados. Es decir, la empresa tiene que mostrar una preocupación verdadera por la conservación del equilibrio ecológico del lago.

4.1.2. Micro localización.

El terreno para la construcción de las cabañas del Chalet Zirahuén se encuentra al este del lago de Zirahuén.

Con rumbo a la carretera de Santa Clara y a tres kilómetros se toma la brecha hacia la derecha, rumbo a Agua Verde y a medio kilómetro está localizado el terreno. La gente del pueblo conoce esa zona comúnmente como Tepamio.



4.1.2.1. Factores Determinantes de la Ubicación.

El tipo de construcción de las cabañas será de madera y tabique que es un material que se mantiene fresco en tiempo de calor, y se mantiene caliente en tiempo de frío, siempre y cuando se mantenga habitada.

El área inicial es de 10,000 m², lo que se contempla en caso de realizarse este proyecto. Para expansiones futuras será necesario ubicar más terrenos que estén disponibles alrededor del lago.

a) Vías de comunicación

- ✓ De la CD. de México toda es autopista.
- ✓ De la ciudad de Morelia - Patzcuaro conexión Autopista Lázaro cárdenas.
- ✓ Vía corta de Guadalajara (228 kms), toda pavimentada
- ✓ Del bajío sólo falta autopista entre Salamanca y Cuitzeo.
- ✓ Alrededor del lago es terrecería.

La ubicación del terreno cuenta con servicios sociales, ya que los trabajadores seguirán teniendo las facilidades de habitaciones, escuelas, hospitales, y demás servicios, ya que las cabañas están cerca del pueblo de Zirahuén.

b. Atractivos del lugar.



GASTRONOMÍA: Tradicionalmente dedicados a la pesca, los habitantes de la región tienen en el lago un abundante proveedor del exquisito pescado blanco, carpa y bagre.

HOTELES: Se puede disfrutar del increíble paisaje nocturno del lago, alojándose en algunas de las cabañas que se rentan en el lugar.

PUNTOS DE INTERÉS: Sus calles empedradas y típicos trojes de madera labrada hacen las delicias del turista. El paisaje excepcionalmente bello, está complementado por un agradable clima durante casi todo el año.

El lago y el pueblo están enmarcados por densos bosques de pinos, encinos y madroños, los cuales están mejor preservados en las márgenes del ángulo suroeste, ya que es el más alejado de las poblaciones ribereñas.

Existen muchas veredas que atraviesan los bosques o bordean el lago, por lo que pueden hacer largos recorridos bajo la fragancia de los árboles, y observar la multitud de plantas que los parasitan, como las bromelias, que los lugareños llaman "gallitos", las orquídeas de vivos colores, de cuyos néctares se alimentan los colibríes, y que son muy apreciadas para las festividades del Día de Muertos.

Este es un lugar de montañas y lomeríos con bosque de pinos y huertas de aguacate. El clima es templado con tendencia a frío, se recomienda visitarlo durante todo el año.

El lago es de agua muy fría y en algunas partes no se ha detectado el fondo, han sondeado hasta 300 mts.

Actividades que pueden llevar a cabo los visitantes:

ECOTURISMO	AVENTURA	RURAL
Observación de fauna	Ciclismo de montaña	Eco-arqueología
Observación de flora	Kayaquismo	Vivencias místicas
Participación en programas de rescate de flora y/o fauna	Caminata	Etnoturismo
Safari fotográfico	Cabalgata	Agroturismo
Senderismo interpretativo	Pesca recreativa	
Participación en proyectos de investigación biológica	Vuelo en Ultraligero	
Observación sideral	Vuelo en Parapente	
-	Vuelo en Ala delta	

c). Disponibilidad de Materia Prima

INVENTARIO DE MERCANCÍAS.

Costal de jabón para limpieza.	Sábanas individuales.
Escobas.	Sábanas Queen.
Trapeadores.	Cobijas individuales.
Cubetas.	Cobijas Queen.
Jergas.	Colchas individuales.
Fibras.	Colchas Queen.
Recogedores.	Juegos de baño.
Escoba para jardín.	Focos.
Paquetes de bolsas para basura.	Papel higiénico.
Manguera.	Papelería y artículos de
Mobiliario y equipo de la cabaña.	oficina.
Jabones de baño.	Botes de basura.
Cepillo y bomba de limpieza para el baño.	Toallas de baño.

Características de las Mercancías.

- ✓ Costal de jabón para limpieza de 10 kilogramos.
- ✓ Escobas marca estrella.

- ✓ Trapeadores marca estrella.
- ✓ Cubetas de plástico.
- ✓ Jergas de franela.
- ✓ Fibras s /marca.
- ✓ Recogedores de plástico marca estrella.
- ✓ Escoba para jardín s /marca.
- ✓ Paquetes de bolsas para basura s /marca.
- ✓ Manguera de 100m. de una pulgada de PVC.
- ✓ Jabones de baño marca rosa Venus.
- ✓ Botes de Basura de plástico.
- ✓ Sabanas individuales de franela.
- ✓ Sabanas Queen de franela.
- ✓ Cobijas individuales marca San Marcos.
- ✓ Cobijas Queen marca San Marcos.
- ✓ Colchas individuales, rústicas de algodón.
- ✓ Colchas Queen, rústicas de algodón.
- ✓ Toallas de baño.
- ✓ Focos Philips de 60 watts.
- ✓ Papel higiénico (paquete con 16).
- ✓ Papelería y artículos de oficina.
- ✓ Cepillo de plástico.
- ✓ Bomba destapa baños.
- ✓ Mobiliario y equipo de la cabaña:

La cabaña tendrá las siguientes características

- ✓ Adobe arcilloso ó de barro.
- ✓ Madera de pino.
- ✓ Teja rústica de primera.
- ✓ Vidrio para ventana.
- ✓ Baño completo con tina.
- ✓ Piso de loseta.

d). Localización y Características de las Zonas Comerciales.

Para la compra de los artículos de uso personal, como son: el shampoo, los jabones y las toallas se manejaran con proveedores de la ciudad de Morelia.

Las sabanas, cobijas y colchas, se compraran en la Ciudad de Pátzcuaro, así como el mobiliario (de madera) y artículos para la cabaña ya que ahí encontramos un mejor precio y variedad.

Precios de adquisición de materiales

<u>Mercancías</u>	<u>Precio unitario</u>	<u>Volumen de compra anual</u>	<u>Total</u>
Bomba de mano	13.00	1	13.00
Botes de basura	35.00	15	525.00
Cepillo de baño	13.00	8	104.00
Cobertores individuales	180.00	60	10,800.00
Cobertores Queen	220.00	22	4,840.00
Colchas individuales	350.00	60	21,000.00
Colchas Queen	450.00	22	9,900.00
Costal de jabón	320.00	4	1,280.00
Cubetas	18.00	3	54.00
Escoba para jardín	40.00	1	40.00
Escobas	16.00	6	96.00
Fibras	7.00	16	112.00
Focos	3.00	40	120.00
Jabones de baño	1.00	400	400.00
Jergas de franela (metro)	7.00	8	56.00
Manguera PVC	150.00	1	150.00
Papel higiénico (Paq. 16)	24.00	76	1,824.00
Paquetes de bolsas para basura (kg)	27.00	8	216.00
Recogedores de plástico		3	

	15.00		45.00
Sábanas individuales de franela	125.00	60	7,500.00
Sábanas Queen de franela	150.00	22	3,300.00
Toallas	35.00	140	4,900.00
Trapeadores	16.00	6	96.00

En lo que respecta a las cabañas se les dará un mantenimiento rotativo a cada 6 meses. En el caso de jabones, focos, papel higiénico, etc, se abastecerá mensualmente.

Muebles, televisor y teléfono solo en caso de alguna falla irreparable.

Destino de la mercancía.

La mercancía no es materia prima, puesto que no sufren de ninguna transformación, es por eso que su destino se quedará en el lugar, ya que será consumido por el cliente, en el momento que haga uso de los servicios que se le ofrecen.

4.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA

4.2.1. Ingeniería del Proyecto.

4.2.1.1. Capacidad total.

De acuerdo al número de cabañas, la capacidad total instalada es de 70 personas / día, lo que es igual 25,200 personas al año, esto es ocupando las 5 cabañas en total.

Características del mercado de consumo.

Según los resultados del estudio de mercado (mencionado anteriormente), podemos determinar que nuestro mercado potencial es amplio y permite que haya la posibilidad de instalar más centros hoteleros. Esto significa, que de acuerdo a los cálculos hechos, nuestro proyecto en este aspecto, es factible.

4.2.1.2. Características del mercado de abastecimiento.

El mercado de abastecimiento de nuestra materia prima será la Ciudad de Morelia, ya aquí se manejan volúmenes altos que permitirán reducir nuestros gastos y la posibilidad de disponer de estos insumos será segura.

Respecto a los sistemas de agua y energía eléctrica son servicios que se encuentran disponibles, ya que este terreno se encuentra junto a la población de Zirahuén.

4.2.1.3. Disponibilidad de los recursos financieros.

Para cubrir esta necesidad de capital será necesario acudir a los créditos que se puedan obtener de instituciones bancarias o financieras y otra parte mediante accionistas que estén interesados en este proyecto.

4.2.1.4. Características de la mano de obra.

Respecto al número de trabajadores, estos serán pocos (8 personas).

El personal requerido podrá ser reclutado (una parte) de la misma población de Zirahuén, ya que el tipo de trabajo que se realice no requiere de mano de obra calificada. Quizá solo se requiera una capacitación para dar el servicio de calidad que espera el cliente.

En cuanto a la administración se requerirá que la persona tenga mínimo preparatoria y que sea bilingüe, por la cuestión del manejo de cuentas, y trato personal con extranjeros.

4.2.1.5 Información Técnica sobre Productos de Consumo.

Los posibles proveedores serían en la Ciudad de Morelia ya sea en Costco u otro tipo de bodegas que manejen productos por mayoreo para disminuir costos.

En el proceso del servicio, contemplaríamos principalmente el trato al cliente, y ofrecerle lo que espera, como habitaciones confortables, de buen gusto y de calidad.

En cuanto a Patentes, no tenemos, pues no manejamos maquinaria, y para la cabaña crearíamos nuestro propio diseño.

La formación técnica se basaría en la capacitación de los empleados para ofrecer servicios con calidad.

4.2.1.6 Selección del proceso.

- ✓ La voz del cliente (enfoque principal)
- ✓ Planear los requerimientos del cliente.
- ✓ Organizar como implantar los requerimientos del cliente.

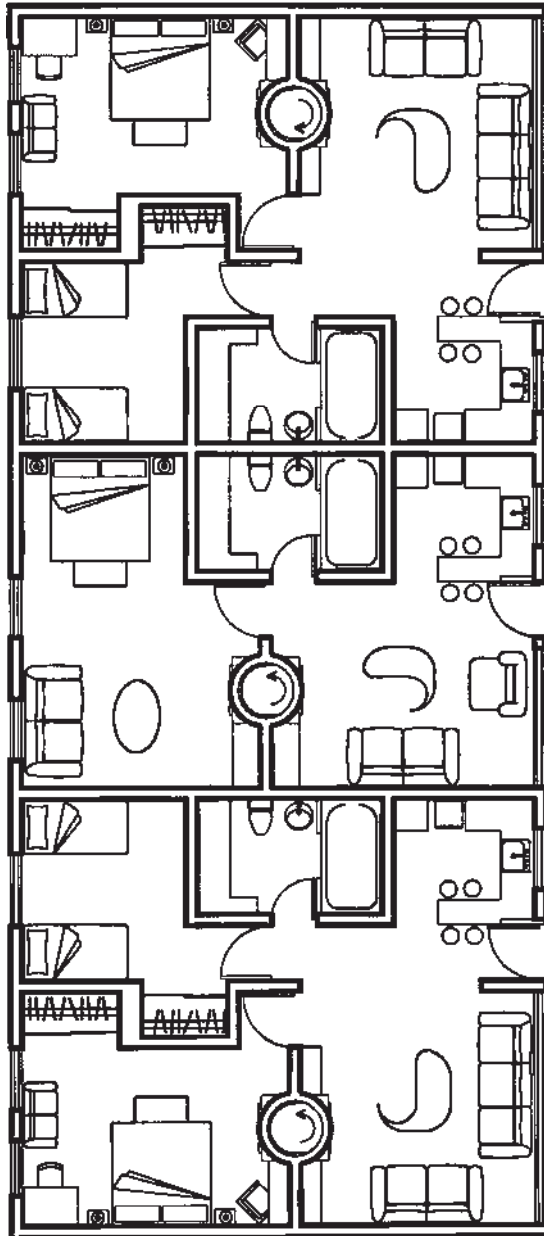
✓ Revisar la capacidad de lo demandado para evaluar los posibles resultados de lo implantado.

4.2.1.7 Selección y especificación de servicios auxiliares.

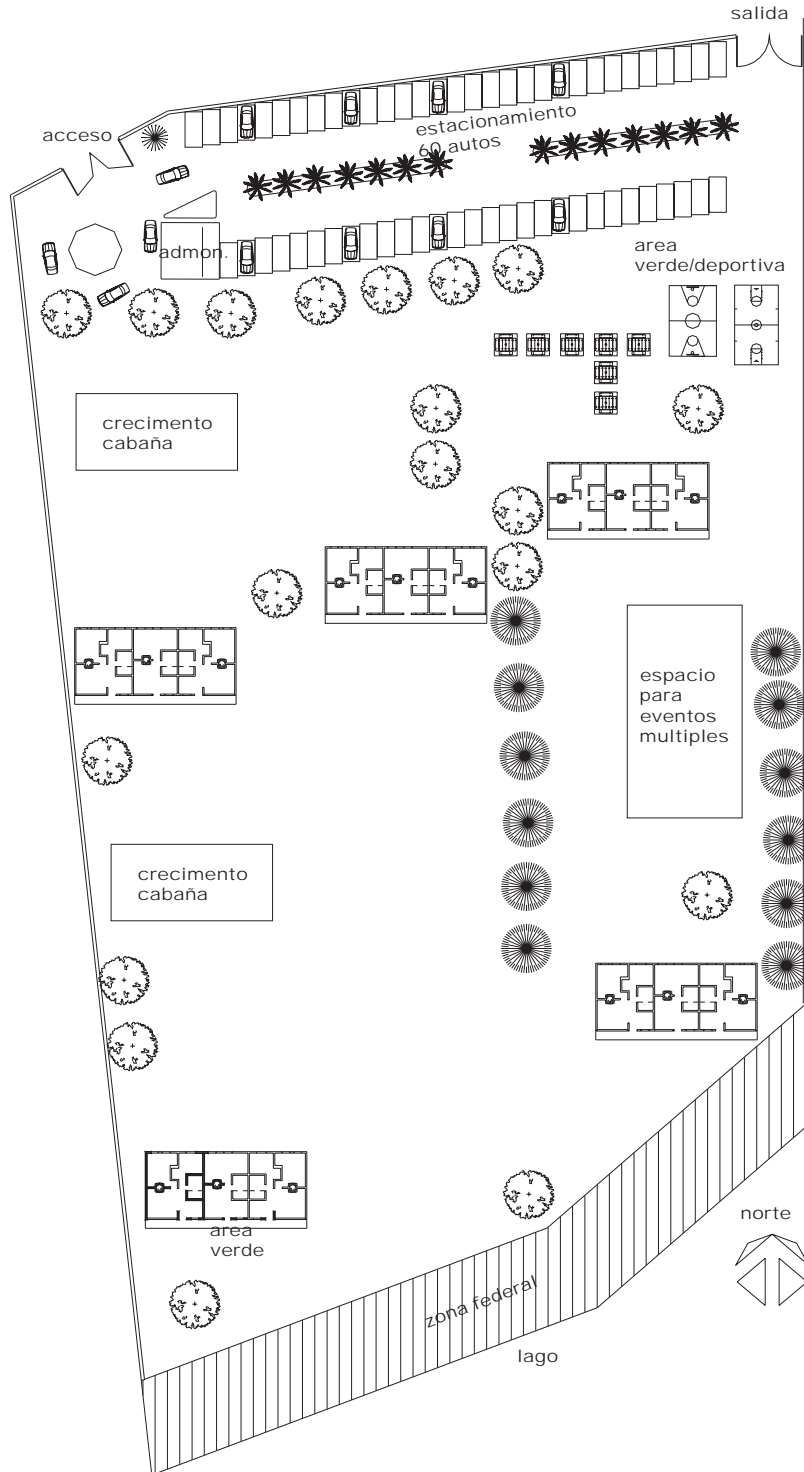
Dentro de este punto podemos contemplar algunos servicios auxiliares que se pondrán en marcha según se vayan dando las oportunidades y posibilidades del lugar.

- ✓ Recorridos turísticos por la región.
- ✓ Servicio a habitaciones.
- ✓ Servicio Telefónico.
- ✓ Servicio de Bar.
- ✓ Rentas de equipos acuáticos.
- ✓ Servicio de venta en productos básicos en la admón..
- ✓ Cuarto de juegos.
- ✓ Canchas deportiva (3 en uno).
- ✓ Salón de eventos múltiple.
- ✓ Renta de caballos.

4.2.2 Distribución de las Cabaña



4.2.3 Distribución de las Cabañas



4.2.4 Especificación de la obra civil.

Tamaño y número de departamentos.

- ✓ El área del terreno es de 10000m²
- ✓ Son 5 cabañas de 22.20 x 9.60m² que dan un área de 213.13m²/cabaña.
- ✓ El área administrativa es de 6 X 8 m²
- ✓ El área del estacionamiento tiene capacidad para 80 autos.

Módulos.

Cada modulo será de tres habitaciones, donde dos de ellas serán de 8 x 9.60 m., y la tercera habitación de 6 x 9.60 m.

Los muros de la cabaña serán de tabique con un grosor de 20 cm., Estos muros serán de carga que soportaran una losa de tejamanil a 2 aguas. Tendrá cimentación de zapata corrida de mampostería.

El baño llevará azulejo, en la recamara y sala loseta de barro con tapetes adecuados al estilo de la cabaña. La chimenea dará uso a la recamara y a la sala. Tendrá un bar con un frigobar y una tarja. Los muebles en cuartos y sala serán de acuerdo al estilo y de buena calidad.

El resto del área será área verde, a excepción del estacionamiento.

4.2.5 Programación de la construcción, instalación y puesta en marcha.

Se levantarán en un periodo de seis meses, ya con sus instalaciones: eléctrica, agua potable, fosas sépticas, etc.

Se calcula un promedio máximo de 1 mes para su puesta en marcha, todo esto dependiendo de que tan rápido se consiga al personal de trabajo.

CAPITULO V
ESTUDIO ECONÓMICO

5.1.- Aspectos económicos y financieros del negocio

Tabla 12

Determinación de la inversión necesaria y cronograma de aplicaciones.

Tipo de inversión	Año	0	1	2	3	4	5	Liquidación
Fija		\$ 6,073,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,203,712
Terrenos		\$ 2,000,000						\$ 2,000,000
Construcciones		\$ 3,435,000						\$ 2,914,545
Compra de edificios								\$ -
Maquinaria y equipos		\$ 582,500						\$ 291,250
Subestación eléctrica								\$ -
Mobiliario y eq. de oficina								\$ -
Sistemas de cómputo		\$ 17,000						-\$ 11,333
Transporte área administr								\$ -
Transporte área producción		\$ 25,000						\$ 2,500
Otros equipos		\$ 13,500						\$ 6,750
Otras instalaciones								\$ -
Adquisiciones varias								
Otras inversiones								
Diferida		\$ 63,700	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gastos de organización		\$ 7,000						
Contratos varios		\$ 8,500						
Permisos varios		\$ 30,200						
Capacitación preoperativa								
Pruebas y arranque operat								
Fletes de maquinaria y eq.								
Instalación de maquinarias								
Trámites aduanales								
Estudios y proyectos		\$ 18,000						
Patentes								
Franquicias								
Intereses preoperativos								
Publicidad preoperativa								
Otros gastos preoperativos								
Circulante								
Capital de trabajo			\$ 161,944					
Suma		\$ 6,136,700	\$ 161,944	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,974,756
INVERSIÓN TOTAL		\$ 5,974,756						

NOTAS:

1. En la columna de liquidación se anota el valor que se considera que tiene la inversión al inicio del año 6 (sólo para efectos de evaluación del proyecto)
2. En el capital de trabajo no es necesario anotar cantidades, su cálculo es posterior
3. El año cero se considera que es el que corresponde a la instalación del negocio ó bien el tiempo en el que inician las inversiones.

CHALET DE ZIREHUEN S. A. DE C.V.

5.2. DETERMINACION DE LA INVERSION FIJA REQUERIDA

Tabla 13

INVERSION FIJA:	
CONCEPTO	IMPORTE
A) Terreno	2,000,000.00
B) Obra Civil	3,435,000.00
C) Maquinaria y equipo	582,500.00
D). EQUIPO COMPLEMENTARIO Y OTROS SERVICIOS	13,500.00
SUMA	6,031,000.00

CHALET DE ZIREHUEN S. A. DE C.V.

OBRA CIVIL

ESPECIFICACIONES:

Construccion de cinco Cabañas, cada cabaña sera de tres habitaciones, donde dos de ellas sera de tres habitaciones donde dos de ellas seran de 8 por 9.60 Mts, y tres de 6 por 9.60 Mts, las cuales se estima una construccion de 965 m² teniendo costo por metro cuadrado de \$ 3000.00 en total la obra civil sera del orden \$ 2'895,0000.00 por las cinco cabañas.

La construccion Constara de :

Urbanizacion del terreno

Preparacion del terreno

Los muros seran de adobe con un grosor de 20cm. Mismos que seran los muros de carga que soportaran una loza de concreto armado de 10 a 12 cm de espesor a dos aguas. Tendra cimentacion de zapata corrida de mamposteria.

Baños de azulejos

En las recamaras y sala loseta de barro.

Planta de potabilizacion de agua.

Fosa septica.

Construccion de algibes

Estacionamiento

Red de alimentacion electrica

Red Hidraulica sanitaria

Jardineria, Etc.

Construccion del area de Oficinas y restaurante con un area de 6 por 8 m², se estima una superficie, a construir de aproximadamente 120 m² con un costo de construccion de \$ 540,000.00 que incluye:

Baño

Cuarto para almacen de materiales.

Lobby y recepcion

Privado.

TERRENO PARA LAS INSTALACIONES

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO/ UNIT	TOTAL
Terreno m ²	10000	200	2,000,000.00
SUMA			2,000,000.00

OBRA CIVIL

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO/ UNIT	TOTAL
Cabañas	5	639,000.00	2,895,000.00
Oficinas	1	540,000.00	540,000.00
SUMA			3,435,000.00
TOTAL			5,435,000.00

MAQUINARIA Y EQUIPO

Tabla 14

CONCEPTO	CANTIDAD	COST UNIT	IMPORTE
Salas	16	4,500.00	72,000.00
Sofa cama	15	1,600.00	24,000.00
Tocadores	30	1,500.00	45,000.00
Figobar	15	2,200.00	33,000.00
centro de entrenamiento	15	1,500.00	22,500.00
Bancos	60	160.00	9,600.00
Buros	30	600.00	18,000.00
Bases para cama Queen size	7	1,100.00	7,700.00
Base de literas	20	1,800.00	36,000.00
Lamparas de tocador	30	280.00	8,400.00
Television	15	3,800.00	57,000.00
Lamparas	180	220.00	39,600.00
Ventilador	16	300.00	4,800.00
Podadora Manual	2	1,100.00	2,200.00
Subestacion de energia electrica	1	75,200.00	75,200.00
Caldera	1	94,500.00	94,500.00
Centro de computo	2	800.00	1,600.00
Escritorio	2	1,700.00	3,400.00
Equipo Telefonico.	1	28,000.00	28,000.00
SUMA			582,500.00

EQUIPO COMPLEMENTARIO Y SERVICIOS:

Tabla 15

CONCEPTO	CANTIDAD	COST UNIT	IMPORTE
Bomba de agua	1	2,200.00	2,200.00
Lamparas	2	300.00	600.00
Macanas	1	300.00	300.00
Extintidores	20	480.00	9,600.00
Botiquin de seguridad	1	800.00	800.00
SUMA			13,500.00

CHALET DE ZIREHUEN S. A. DE C.V.

PERMISOS; IMPUESTOS Y DERECHOS:

Tabla 16

CONCEPTO	IMPORTE
Gastos notariales :	
Escrituración .	5,000.00
Constitución de la Sociedad.	3,500.00
SUMA	8,500.00
Pago de Permisos:	
Registro público de la propiedad	4,500.00
Licencias de Construcción	3,500.00
Permiso de construcción IMSS	1,800.00
Licencia Municipal de funcionamiento	1,000.00
Afiliación a la cámara de comercio.	1,200.00
Inscripción en la cámara de la Industria Hotelera	1,600.00
Registro (SEMARNAT)	2,800.00
Contrato de Agua	4,500.00
Permiso de Uso de Suelo.	4,000.00
Contrato de Energía Eléctrica	800.00
Contrato de Teléfono	4,500.00
SUMA	30,200.00
TOTAL	38,700.00

ERROGACIONES DE INVESTIGACION Y DESARROLLO DE MERCADO

CONCEPTO	IMPORTE
Investigación y Desarrollo de Mercado	8,000.00
SUMA	8,000.00

ERROGACIONES ESTUDIO TECNICO:

CONCEPTO	IMPORTE
Estudio Técnico	10,000.00
SUMA	10,000.00
TOTAL	18,000.00

5.3. Estructura del financiamiento requerido para iniciar operaciones Tabla 17

Fuente de financiamiento	Tipo de inversión			
	Fija	Diferida	Capital Trabajo	Inversión Total
Socios	\$ 4,273,000	\$ 63,700	-\$ 144,811	\$ 4,191,889
Bancos				\$ -
Crédito Refaccionario	\$ 1,500,000			\$ 1,500,000
Crédito de Avío				\$ -
Gobierno Federal				\$ -
Gobierno Estatal				\$ -
Otros Inversionistas				\$ -
	\$ 5,773,000	\$ 63,700	-\$ 144,811	\$ 5,691,889
Inversión Total	\$ 6,073,000	\$ 63,700	-\$ 144,811	\$ 5,991,889

Cálculo de los pagos del préstamo Refaccionario y sus intereses

Tabla 18

Año	Préstamo/saldo	Intereses	Abono a crédito	Pago a banco
0	\$ 1,500,000			
1	\$ 1,500,000	\$ 105,000	\$ 260,836	\$ 365,836
2	\$ 1,239,164	\$ 86,741	\$ 279,095	\$ 365,836
3	\$ 960,069	\$ 67,205	\$ 298,631	\$ 365,836
4	\$ 661,438	\$ 46,301	\$ 319,535	\$ 365,836
5	\$ 341,903	\$ 23,933	\$ 341,903	\$ 365,836
		\$ 329,180	\$ 1,500,000	

Crédito Refaccionario	\$ 1,500,000
Tasa de Interés crediticia	7%
Periodo de pago de crédito	5
Pago anual al Banco	\$ 365,836

Crédito de Avío	\$ -	Intereses
Tasa de Interés crediticia	0%	\$ -

Cálculo del préstamo del gobierno federal

Marque UNO si es préstamo y CERO si es aportación

1

Año	Préstamo del gob	Intereses	Abono al prest	Pago a gobierno
0	\$ -			
1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	

Préstamo de gobierno	\$ -
Tasa de Interés	0%
Periodo de pago del préstamo	5
Pago anual al gobierno	\$ -

5.4. Elaboración de los presupuestos de ingresos, costos y gastos

Presupuesto de ingresos del negocio.

Tabla 19

Año	Productos	Unidades/año	Precio unitario	Ingresos/año
1	Anual	1	\$ 3,581,500.00	\$ 3,581,500
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO		\$ -	\$ -
	Total de ingresos			\$ 3,581,500
2	Anual	1	\$ 3,581,500.00	\$ 3,581,500
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
		1		\$ -
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO		\$ -	\$ -
	Total de ingresos			\$ 3,581,500
3	Anual	1	\$ 3,581,500.00	\$ 3,581,500
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO		\$ -	\$ -
	Total de ingresos			\$ 3,581,500
4	Anual	1	\$ 3,581,500.00	\$ 3,581,500
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO		\$ -	\$ -
	Total de ingresos			\$ 3,581,500
5	Anual	1	\$ 3,581,500.00	\$ 3,581,500
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
	OTROS INGRESOS DEL NEGOCIO		\$ -	\$ -
	Total de ingresos			\$ 3,581,500

Tabla 20

5.5 DETERMINACION DE LA CAPACIDAD OCUPACIONAL ESPERADA EN EL AÑO

Temporada	Periodo	Numero de veces		Costo por cabaña		Ingresos		
		Cabaña 6 personas	Cabaña 2 personas	Cabaña 6 personas	Cabaña 2 personas	Cabaña 6 personas	Cabaña 2 personas	
Baja	ene 5 al 30 jun sep 1ª al dic 15							
		Entre semana		1,000	800	112,000		
		Fines de semana		1,500	1,200	241,500		
Intermedia	jul - ago							
		Entre semana	310	1	2,500	2,000	775,000	2,000,000
		Fines de semana	294		2,700	2,300	793,800	
Alta								
		Señal Sa	163	1	3,500	2,600	570,500	2,600,000
		Martos	98	1	3,500	2,600	325,500	2,600,000
		Vacdc	186	2	3,500	2,600	651,000	5,200,000
Promociones Baja								
		Entre semana	64	1	1,000	800	64,000	800,000
		Fines de semana	35		1,000	800	35,000	
						3,568,300	13,200,000	
TOTAL							3,581,500,000	

5.6. Presupuesto de costos de producción

Tabla 21

Requerimientos de materias primas y materiales auxiliares

Año	Materia prima o materiales	unidad de medida	costo por unidad	Volumen requerido	Costo por año
1	eq y mat de limp	lote	\$669.0	12	\$8,028
	acce de baño	lote	\$1,140.0	12	\$13,680
	acce p/ hab	lote	\$1,140.0	1	\$1,140
					\$0
					\$0
				\$0	
	Total				\$22,848
2	eq y mat de limp	lote	\$669.0	12	\$8,028
	acce de baño	lote	\$1,140.0	12	\$13,680
	acce p/ hab	lote	\$1,140.0	1	\$1,140
					\$0
					\$0
				\$0	
	Total				\$22,848
3	eq y mat de limp	lote	\$669.0	12	\$8,028
	acce de baño	lote	\$1,140.0	12	\$13,680
	acce p/ hab	lote	\$1,140.0	1	\$1,140
					\$0
					\$0
				\$0	
	Total				\$22,848
4	eq y mat de limp	lote	\$669.0	12	\$8,028
	acce de baño	lote	\$1,140.0	12	\$13,680
	acce p/ hab	lote	\$1,140.0	1	\$1,140
					\$0
					\$0
				\$0	
	Total				\$22,848
5	eq y mat de limp	lote	\$669.0	12	\$8,028
	acce de baño	lote	\$1,140.0	12	\$13,680
	acce p/ hab	lote	\$1,140.0	1	\$1,140
					\$0
					\$0
				\$0	
	Total	Materias primas y materiales			\$22,848

NOTA:

Se incluye un cuadro para cada año para facilitar el ingreso de datos cuando existen varios materiales y se trabaja a diferentes volúmenes de producción.

Presupuesto de materiales de envase, empaque y embalaje

Tabla 22

Año	Envase, empaque o embalaje	Volumen de productos	Capacidad del envase	Necesidades de envase	Costo unitario del envase	Costo anual
1						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
	Total					\$ -
2						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
	Total					\$ -
3						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
	Total					\$ -
4						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
	Total					\$ -
5						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
						\$ -
	Total					\$ -

NOTA IMPORTANTE:

Debido a la gran variedad de productos que requieren diferentes envases, empaques o embalajes, la columna correspondiente a volumen de productos puede no coincidir con las necesidades de cada uno de ellos (envases). Por lo tanto, se recomienda tener mucho cuidado en el vaciado de datos en dicha columna.

5.7. Presupuesto de mano de obra (pago de sueldos y salarios)

Tabla 23

Nombre del puesto	Número de trabajadores	Pago mensual	Pago anual	Prestaciones 30%	Total anual
Recepcionista	2	\$ 2,500	\$ 60,000	\$ 18,000	\$ 78,000
Empleo de limpieza	2	\$ 1,400	\$ 33,600	\$ 10,080	\$ 43,680
Velador	1	\$ 1,400	\$ 16,800	\$ 5,040	\$ 21,840
Jardinero	1	\$ 1,300	\$ 15,600	\$ 4,680	\$ 20,280
Aux de mantenimiento	1	\$ 1,400	\$ 16,800	\$ 5,040	\$ 21,840
Administrador	1	\$ 7,000	\$ 84,000	\$ 25,200	\$ 109,200
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
Total	8	\$ 18,900	\$ 226,800	\$ 68,040	\$ 294,840

Presupuesto de refacciones y mantenimiento

Tabla 24

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Número de eventos	Costo unitario	Costo anual
Refacciones de maquinarias	semestral	2	\$ 1,500	\$ 3,000
Refacciones del transporte	semestral	2	\$ 400	\$ 800
Mantenimiento prev. Maquinarias	semestral	2	\$ 400	\$ 800
Mantenimiento correctivo a maq.				\$ -
Mantenimiento prev a transporte	semestral	2	\$ 200	\$ 400
Mantenimiento correctivo a transp				\$ -
Otros servicios		1	\$ 900	\$ 900
Total				\$ 5,900

Presupuestos de otros requerimientos

Tabla 25

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Número de eventos	Costo unitario	Costo anual
Energía eléctrica	Kw-hr	6	\$ 2,800.0	\$ 16,800
Agua	M3	6	\$ 1,800.0	\$ 10,800
Gasolina	Litro	52	\$ 200.0	\$ 10,400
Diesel	Litro	12	\$ 300.0	\$ 3,600
Gas	Kilo	12	\$ 1,000.0	\$ 12,000
				\$ -
				\$ -
				\$ -
Total				\$ 53,600

5. 8. Calculo de depreciaciones y amortizaciones

Tabla 26

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Condición de la inversión	Vida útil o per de rec	Valor de salvamento	Depreciación anual
Depreciaciones					\$ 141,667
Construcciones del área de producc	\$ 2,748,000	1	33	\$ 137,400	\$ 79,109
Compra de edificios para áreas prod	\$ -	1	33	\$ -	\$ -
Maquinarias y equipos	\$ 582,500	1	10	\$ 29,125	\$ 55,338
Subestación eléctrica	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
Transportes para áreas productivas	\$ 25,000	1	4	\$ 1,250	\$ 5,938
Otros equipos	\$ 13,500	1	10	\$ 675	\$ 1,283
Otras instalaciones	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
Adquisiciones varias	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
Amortizaciones					\$ -
Capacitación preoperativa	\$ -		20	*	\$ -
Pruebas y arranque operativo	\$ -		20	*	\$ -
Fletes de maquinaria y equipo	\$ -		20	*	\$ -
Instalación de maquinarias	\$ -		20	*	\$ -
Trámites aduanales	\$ -		20	*	\$ -
Otros gastos preoperativos	\$ -		20	*	\$ -
Total de depreciaciones y amortizaciones.					\$ 141,667

1. En la columna que dice condición de la inversión, marcar con un UNO si es nueva y con un CERO si ya está depreciada

NOTAS: 2. Se estimó un valor de salvamento equivalente al 5% de la inversión.

3. Los conceptos que aparecen en color azul se calcularon con base en la estimación de que el 80% de la inversión corresponde al área de producción (sólo para efectos de calcular las depreciaciones y amortizaciones)

Indique en la celda de color amarillo el porcentaje que corresponda al área de producción.

5.9. Presupuesto de gastos de administración y ventas

Tabla 27

Pago de sueldos de administración y ventas

Nombre del puesto	Número de trabajadores	Pago mensual	Pago anual	Prestaciones 30%	Total anual
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -
Total	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Gastos generales de la administración

Descripción del gasto administrativo	Unidad de medida	Costo por unidad	Cantidad requerida	Costo por año
papeleria y art de escritorio	mensual	\$ 150.0	12	\$ 1,800
energia electrica	mensual	\$ 200.0	12	\$ 2,400
agua	mensual	\$ 180.0	12	\$ 2,160
articulos de limpieza	mensual	\$ 100.0	12	\$ 1,200
art serv clientes	mensual	\$ 200.0	12	\$ 2,400
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
Total				\$ 9,960

Gastos de ventas

Descripción del gasto de venta	Unidad de medida	Costo por unidad	Cantidad requerida	Costo por año
publicidad y proganda	mensual	\$ 2,000.0	12	\$ 24,000
internet	mensual	\$ 350.0	12	\$ 4,200
folletos.	trimestral	\$ 300.0	4	\$ 1,200
distintivos	anual	\$ 1,000.0	1	\$ 1,000
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
Total				\$ 30,400

Depreciaciones y amortizaciones

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Condición de la inversión	Vida útil	Valor de salvamento	Depreciación anual
Depreciaciones					\$ 25,161
Construcciones	\$ 687,000	1	33	\$ 34,350	\$ 19,777
Compra de edificios	\$ -	1	33	\$ -	\$ -
Mobiliario y equipo de oficina	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
Sistemas de cómputo	\$ 17,000	1	3	\$ 850	\$ 5,383
Transporte de área administrativa	\$ -	1	4	\$ -	\$ -
Otras inversiones	\$ -	1	10	\$ -	\$ -
Amortizaciones					0
			Periodo de recuperación		
Gastos de organización	\$ 7,000		20	*	0
Contratos varios	\$ 8,500		20	*	0
Permisos varios	\$ 30,200		20	*	0
Estudios y proyectos	\$ 18,000		20	*	0
Patentes	\$ -		20	*	0
Franquicias	\$ -		20	*	0
Intereses preoperativos	\$ -		20	*	0
Publicidad preoperativa	\$ -		20	*	0
Total de depreciaciones y amortizaciones					\$ 25,161

1. En la columna que dice condición de la inversión, marcar con un UNO si es nueva y con un CERO si ya está depreciada

NOTAS: 2. Se estimó un valor de salvamento equivalente al 5 % de la inversión.

3. Los conceptos que aparecen en color azul se calcularon con base en la estimación de que **20%** de la inversión corresponde al área de administración (sólo para efectos de calcular las depreciaciones y amortizaciones)

Indique en la celda de color amarillo el porcentaje que corresponda al área de Administración.

	Semana	52
Indicar la unidad de tiempo a considerar	Quincena	26
	Mes	12

12

5.10. Determinación del capital de trabajo

Tabla 28

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción	Atención: es muy importante atender la nota nº 1 que está al pie del cuadro											
ATENDER LA NOTA # 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de ventas al mes	70%	70%	80%	80%	90%	90%	90%	90%	100%	100%	100%	100%
Ingresos	208,921	208,921	238,767	238,767	268,613	268,613	268,613	268,613	298,458	298,458	298,458	298,458
Costos de producción	29,374	29,374	30,060	30,060	30,746	30,746	30,746	30,746	31,432	31,432	31,432	31,432
Materias primas y materiales	1,333	1,333	1,523	1,523	1,714	1,714	1,714	1,714	1,904	1,904	1,904	1,904
Material de empaque y embal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mano de obra	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570
Refacciones y mantenimiento	344	344	393	393	443	443	443	443	492	492	492	492
Otros requerimientos	3,127	3,127	3,573	3,573	4,020	4,020	4,020	4,020	4,467	4,467	4,467	4,467
Gastos de administración	17,603	17,603	17,857	17,857	18,110	18,110	18,110	18,110	18,363	18,363	18,363	18,363
Sueldos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos generales	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830	830
Gastos de ventas	1,773	1,773	2,027	2,027	2,280	2,280	2,280	2,280	2,533	2,533	2,533	2,533
Caja chica	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
Total de costos y gastos	46,977	46,977	47,917	47,917	48,856	48,856	48,856	48,856	49,796	49,796	49,796	49,796
Saldo	161,944	161,944	190,850	190,850	219,756	219,756	219,756	219,756	248,663	248,663	248,663	248,663
Flujo acumulado	161,944	323,888	514,738	705,588	925,344	1,145,101	1,364,857	1,584,614	1,833,276	2,081,939	2,330,602	2,579,264

El capital de trabajo es igual a la mayor cantidad negativa que aparece en el flujo acumulado.

161,944

Verifique que los porcentajes de venta anotados arriba, sean correctos. Si aparecen diferente, anótelos como decimales

- NOTAS
1. Si la política de ventas de la empresa implica que durante algunos periodos no entrarán los ingresos de las primeras ventas porque se otorgó crédito a los compradores, MARQUE CON UN CERO LA CELDA COLOREADA DE AMARILLO, ABAJO DE CADA UNO DE LOS MESES EN LOS QUE NO EXISTIRÁN INGRESOS.
 2. Se estima que en los primeros meses no se venderá la totalidad de los productos, por lo tanto, si esto sucede indique el porcentaje de ventas por mes en la parte superior del cuadro (en donde dice "% de ventas al mes")

Capital de Trabajo

Tabla 29

CONCEPTO	CANTIDAD	COST UNIT	IMPORTE
<u>SUELDOS SALARIOS</u>			
Recepcionista	4	\$ 2,500	10,000.00
Empledo de limpieza	4	\$ 1,400	5,600.00
Velador	2	\$ 1,400	2,800.00
Jardinero	2	\$ 1,300	2,600.00
Aux de mantenimiento	2	\$ 1,400	2,800.00
Administrador	2	\$ 7,000	14,000.00
SUMA			37,800.00
IMPUESTOS Y APORTACIONES			
MANTENIMIENTO:			
Energía eléctrica	2	\$ 1,400.0	2,800.00
Agua	2	\$ 900.0	1,800.00
Gasolina	2	\$ 800.0	1,600.00
Diesel	2	\$ 300.0	600.00
Gas	2	\$ 1,000.0	2,000.00
Suma			8,800.00
<u>EQUIPO DE LIMPIEZA</u>			
Costal de jabon	2	95.00	190.00
Cepillo de baño	2	15.00	30.00
Escobas	3	26.00	78.00
Jergas	3	16.00	48.00
Fibras	2	16.00	32.00
Cubetas	2	45.00	90.00
Recogedores de plasticos	2	20.00	40.00
Escobas para jardin	2	55.00	110.00
Paq. De bolsas para basura	1	81.00	81.00
Botes de basura	15	26.00	390.00
Mangueras plastico	100	30.00	3,000.00
Honorarios de Capacitacion	1	1,800.00	1,800.00
SUMA			5,889.00
<u>ACCESORIOS DE BAÑO:</u>			
Jabon de baño	40	6.00	240.00
Papel higienico (paq c/18)	5	30.00	150.00
Toallas sanitarias	15	50.00	750.00
SUMA			1,140.00
SERVICIOS:			
Energía eléctrica	2	\$ 1,400.0	2,800.00
Agua	2	\$ 900.0	1,800.00
Gasolina	2	\$ 800.0	1,600.00
Diesel	2	\$ 300.0	600.00
Gas	2	\$ 1,000.0	2,000.00
SUMA			8,800.00
<u>GASTOS DE ADINISTRACION</u>			
Papeleria y art de oficina	1	\$ 150.0	150.00
Energia electrica	2	\$ 200.0	400.00
agua	2	\$ 180.0	360.00
articulos de limpieza	2	\$ 100.0	200.00
art serv clientes	2	\$ 200.0	400.00
SUMA			1,510.00
<u>GASTOS DE VENTA</u>			
publicidad y proganda	2	\$ 2,000.0	4,000.00
internet	2	\$ 350.0	700.00
folletos.	2	\$ 300.0	600.00
distintivos	2	\$ 1,000.0	2,000.00
SUMA			7,300.00
Efectivo			68,204.87
TOTAL			161,943.87

5.11. Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias.

Tabla 30

Año	1	2	3	4	5
Descripción					
Ingresos	\$ 3,581,500	\$ 3,581,500	\$ 3,581,500	\$ 3,581,500	\$ 3,581,500
Costos de producción	\$ 518,855	\$ 518,855	\$ 518,855	\$ 518,855	\$ 518,855
Materias primas y materiales	\$ 22,848	\$ 22,848	\$ 22,848	\$ 22,848	\$ 22,848
Material de empaque	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra	\$ 294,840	\$ 294,840	\$ 294,840	\$ 294,840	\$ 294,840
Refacciones y mantenimiento	\$ 5,900	\$ 5,900	\$ 5,900	\$ 5,900	\$ 5,900
Otros requerimientos	\$ 53,600	\$ 53,600	\$ 53,600	\$ 53,600	\$ 53,600
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 141,667	\$ 141,667	\$ 141,667	\$ 141,667	\$ 141,667
Utilidad de operación	\$ 3,062,645	\$ 3,062,645	\$ 3,062,645	\$ 3,062,645	\$ 3,062,645
Gastos de administración	\$ 170,521	\$ 152,262	\$ 132,725	\$ 111,821	\$ 89,454
Sueldos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos generales	\$ 9,960	\$ 9,960	\$ 9,960	\$ 9,960	\$ 9,960
Gastos de ventas	\$ 30,400	\$ 30,400	\$ 30,400	\$ 30,400	\$ 30,400
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 25,161	\$ 25,161	\$ 25,161	\$ 25,161	\$ 25,161
Gastos financieros	\$ 105,000	\$ 86,741	\$ 67,205	\$ 46,301	\$ 23,933
Utilidad antes de impuestos	\$ 2,892,125	\$ 2,910,383	\$ 2,929,920	\$ 2,950,824	\$ 2,973,192
Impuesto sobre la Renta	\$ 954,401	\$ 960,426	\$ 966,874	\$ 973,772	\$ 981,153
Reparto de utilidades a trab. (10 %)	\$ 289,212	\$ 291,038	\$ 292,992	\$ 295,082	\$ 297,319
UTILIDAD NETA	\$ 1,648,511	\$ 1,658,918	\$ 1,670,054	\$ 1,681,970	\$ 1,694,719

NOTAS: 1. Los gastos financieros del primer año incluyen los intereses de los créditos de avío y refaccionario

2. Indique el porcentaje del Impuesto sobre la Renta en la siguiente celda

33%

Cuadro Auxiliar para calcular el valor de "liquidación" de la empresa al inicio del 6º año

Tabla 31

Tipo de inversión	Valor de adquisición	Vida útil	Número de años deprec.	Liquidación
Terrenos	\$ 2,000,000	X	X	\$ 2,000,000
Construcciones	\$ 3,435,000	33	5	\$ 2,914,545
Compra de edificios	\$ -	33	5	\$ -
Maquinaria y equipos	\$ 582,500	10	5	\$ 291,250
Subestación eléctrica		10	5	\$ -
Mobiliario y equipo de oficina	\$ -	10	5	\$ -
Sistemas de cómputo	\$ 17,000	3	5	-\$ 11,333
Transporte área administrativa	\$ -	4	4	\$ -
Transporte área producción	\$ 25,000	4	4	\$ 2,500
Otros equipos	\$ 13,500	10	5	\$ 6,750
Otras instalaciones		10	5	\$ -
Total	\$ 6,073,000			\$ 5,203,712

NOTA: Este cuadro auxiliar se utilizará para calcular la Tasa de Rentabilidad.

5.12 Estado de Origen y Aplicación de los Recursos o de Fuentes y Usos

Tabla 32

Descripción	Año	0	1	2	3	4	5	Liquidación
FUENTES		\$5,836,700	\$1,670,527	\$1,825,746	\$1,836,882	\$1,848,797	\$1,861,546	\$5,203,712
Socios		\$4,336,700	-\$ 144,811					\$5,203,712
Bancos								
Crédito Refaccionario		\$1,500,000						
Crédito de Avío		x	\$ -					
Gobierno Federal		\$ -	\$ -					
Gobierno Estatal		\$ -	\$ -					
Otros Socios		\$ -	\$ -					
Utilidad Neta		x	\$1,648,511	\$1,668,918	\$1,670,054	\$1,681,970	\$1,694,719	
Depreciaciones y amortizaciones		x	\$ 166,827	\$ 166,827	\$ 166,827	\$ 166,827	\$ 166,827	
Reinversión del año anterior		x	x	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
USOS		\$6,136,700	\$ 116,025	\$ 279,095	\$ 298,631	\$ 319,535	\$ 341,903	
Inversión Fija		\$6,073,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Inversión Diferida		\$ 63,700	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago de crédito Refaccionario			\$ 260,836	\$ 279,095	\$ 298,631	\$ 319,535	\$ 341,903	
Pago a préstamo de gobierno			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago de crédito de avío			\$ -					
Retorno de inv. Cirul. socios			-\$ 144,811					
SALDO		-\$ 300,000	\$1,554,502	\$1,546,651	\$1,538,250	\$1,529,262	\$1,519,644	\$5,203,712
Reinversión del próximo año		x						
Reserva legal		x	\$ 82,426	\$ 82,946	\$ 83,503	\$ 84,098	\$ 84,736	
DIVIDENDOS SOCIOS			\$1,472,077	\$1,463,705	\$1,454,748	\$1,445,163	\$1,434,908	\$5,203,712

NOTA: 1. La reinversión del próximo año, se considera el capital de trabajo del año siguiente.

CAPITULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA

Punto de Equilibrio:

Es una herramienta que se emplea para la planeación de utilidades, su aplicación en la simulación de las decisiones administrativa y su empleo en la medición y evaluación del riesgo de la inversión en un proyecto; para el empleo de esta técnica involucra costos, volúmenes de venta en pesos ó en unidades y las utilidades antes o después de impuestos.

Literales :

P.E. = Punto de Equilibrio.

P.V. = Precio de Venta “ o” Ingresos por Ventas.

C.F. = Costos Fijos

C.V. = Costos Variables

C.M. = Contribución Marginal

$$\text{Formula} = \frac{C.F.}{1 - \frac{C.V.}{P.V}}$$

COSTOS VARIABLES = Costos de producción variables, gastos de venta variables, gastos de administración y financieros variables.

COSTOS FIJOS = costos de producción fijos, gastos de venta fijos, gastos de administrativos fijos y costos de oportunidad.

El objetivo del punto de equilibrio: es conocer volúmenes de venta en pesos ó en unidades para de inicio definir la fijación de los precios de venta. Es decir, podemos determinar el punto donde los costos y los gastos son iguales a los ingresos y que se traduce en el volumen de ventas requeridos mínimo. Para que a partir ahí con la venta de una unidad adicional se obtengan utilidades en el proyecto.

Valor presente Neto (VPN).

Es el monetario que resulta de restar de restar la suma de los flujos descontados a la inversión Inicial. Es un sistema complejo que sirve para realizar una evaluación de los costos generados y sirve para precisar si la Inversión es recuperable en termino de tiempo del Proyecto va ser recuperable o no la inversión requerida.

El resultado del VPN es indispensable para que se este en posibilidades de calcular, la Tasa Interna de Retorno de Inversión, la Metodología que se considera aplicable para nuestro proyecto es empleando la siguiente formula, e igualar a cero el VPN, con lo cual se determina la "i" o TIR del Proyecto, que es la máxima de Interés se puede esperar, sin obtener perdida y ganancia.

$$VPN = - P + \frac{FNE_1}{(i+1)^1} + \frac{FNE_2}{(i+1)^2} + \frac{FNE_3}{(i+1)^3} + \frac{FNE_4}{(i+1)^4} + \frac{FNE_5}{(i+1)^5} + \frac{FNE_6}{(i+1)^6}$$

Significado de Literales:

VPN = Valor Presente Neto.

P = Inversión Inicial =

FNE_n = Flujo Neto de Efectivo del Año n.

i = Tasa de Interés o Tasa de Inflación.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Presente sea igual a Cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos de descontados a la inversión inicial.

TREMA:

Es otro de los Indicadores necesarios para evaluación económica, la podemos describir como la Tasa de descuento, llamada de esa manera porque descuenta el valor del Dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y los flujos traídos al tiempo cero se le denomina flujos descontados. Si la tasa de descuento de capital, TREMA aplicada en el calculo de VPN fuera la tasa de inflación promedio pronosticada por los años que se estima recuperar la inversión inicial del proyecto, las ganancias de la empresa solo servirán para mantener el valor adquisitivo real de la empresa hasta el año cero, siempre y cuando se reinviertan todas las ganancias.

LA TREMA se determina de la siguiente forma:

$$\text{TREMA} = i + f + if.$$

Significado de Literales:

TREMA = Tasa de Descuento Costo de Capital

i = Premio de Riesgo

f = Tasa de Inflación.

Tasa de descuento requerida para calcular el Valor Actual Neto = 0.15

VALOR ACTUAL NETO (VAN) = 1'830'045'84

TASA DE RENTABILIDAD FINANCIERA (T.I.F) = 12.0

\$	2'503'115				2'503'115.15
	\$ 1'024'110	100'851'50	-341'005'84		1'210'043'21
	\$ 1'081'010	100'851'50	-310'232'31		1'250'501'28
	\$ 1'10'024	100'851'50	-508'031'18		1'238'520'38
	\$ 1'028'018	100'851'50	-510'004'20		1'240'021'13
	\$ 1'048'211	100'851'50	-500'830'04		1'224'205'50
-\$	2'130'000				-2'130'000'00
Inversión	Utilidad neta	Deprec y amort	Pago de cred		E. N.E

2.2. Flujos Netos de Efectivo y Tasa de Rentabilidad Financiera Tabla 34

Punto de Equilibrio =	En Porcentaje	0.11
	En Ventas	215'302'03

Total	\$	245'053	401'288'00	020'511'54
Pago del crédito bancario	\$	508'031		508'031'18
Pago del préstamo de gobierno	\$	-		
Gastos financieros	\$	01'502		01'504'80
Depreciaciones y amortizaciones	\$	52'101		52'100'01
Gastos de ventas			30'400'00	30'400'00
Gastos generales	\$	0'000		0'000'00
Ganados	\$	-		0'00
Gastos de administración				0'00
Depreciaciones y amortizaciones	\$	141'001		141'000'00
Otros requerimientos			23'000'00	23'000'00
Reparaciones y mantenim.			2'000'00	2'000'00
Mano de obra			504'840'00	504'840'00
Materiales de empaque			0'00	0'00
Materias Primas			55'848'00	55'848'00
Costos de producción				
Ingresos por ventas				3'281'200'00
Tipo de costo	Costos fijos	Costos Variables	TOTAL	

Año 3

Tabla 33

2.1. Cálculo del Punto de Equilibrio

CAPITULO VII

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

7.1.- Personalidad jurídica de la empresa.

Se considera prudente que para elegir la personalidad jurídica de la organización “Chalet Zirahuén” se tomen en cuenta los aspectos siguientes.

1. El tipo y complejidad de las actividades: servicio turístico de hospedaje con renta de cabañas.
2. Las características de los socios.
3. Los riesgos que los socios estén dispuestos a admitir; En las aportaciones que tienen que realizar para dar origen a la sociedad, así mismo cuanto piensan recapitalizar del excedente de las utilidades obtenidas una vez recuperada la inversión y pagado los préstamos obtenidos.
4. La magnitud de los recursos financieros. La liquidez de acuerdo a la inversión.
5. Ver cual la cultura empresarial que tienen los socios, y el sentido de participación dentro del órgano supremo de la sociedad.(Consejo de Administración).
6. La estabilidad y flexibilidad que debe tener la sociedad.

De las diferentes formas jurídicas de constitución de sociedades que ofrece la Ley General de Sociedades Mercantiles se recomienda que la constitución se realice bajo la figura de una.

Sociedad Anónima de Capital Variable.

Por las ventajas que ofrece:

1. La posibilidad de modificar en el nivel que se desee y según los requerimientos, el capital social superior al mínimo promedio de la admisión de nuevos socios, con la sola suscripción de la asamblea y la inscripción en el libro correspondiente y el registro ante notario.

Sin embargo, para efecto de garantías en los financiamientos, se sugiere que la suscripción de capital mínimo sea de los montos correspondientes a la inversión inicial debido a que las modificaciones sobre éste, al

margen de la suscripción del acta y la protocolización notarial, requieren ser inscritas ante el Registro Público de la Propiedad. En cuanto a la 2. 2. Para su constitución se requiere:

- ✓ Que se constituya con un mínimo de 5 socios con una acción cada uno.
- ✓ Que exista el capital social íntegramente suscrito con el número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital.
- ✓ Las condiciones para el aumento y la disminución del capital social.
- ✓ La forma y términos en que deba pagarse el capital insoluto.
- ✓ La participación en las utilidades.
- ✓ El nombramiento de los comisarios.
- ✓ Las facultades de la asamblea general y las condiciones de validez de las deliberaciones, así como el ejercicio del derecho del voto, pudiendo ampliarse o modificarse en términos más recomendables para los socios.
- ✓ La admisión de socios extranjeros a esta sociedad debe regularse por lo que establece la Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera. Estos socios además deberán ser inscritos en el Registro de las Inversiones extranjeras.
- ✓ Por lo que se refiere a la organización jurídica debe destacarse que el órgano supremo o máxima autoridad estará representado por la Asamblea de Accionistas que podrá abordar y decidir sobre cualquier aspecto.
- ✓ La dirección y manejo de todos los asuntos, bienes e intereses de la sociedad estarán confiados a un Consejo de Administración integrado por un número impar de consejeros, no inferior a 5 miembros, o bien un administrador único, según lo determine la asamblea.

Este tipo de sociedad se constituye bajo una razón social: **CHALET ZIRAHUEN S.A. DE C.V.**, que permite que los socios se mantengan

anónimos y se caracteriza además porque los socios obtienen títulos representativos de su participación en la propiedad de la empresa y pueden transferir dichos títulos generalmente sin restricción alguna. En esta forma de sociedad, el riesgo y la utilidad se divide entre los poseedores de las acciones mientras que la gerencia puede ser transferida a uno de los socios.

7.2.- Organización Técnica y Administrativa.

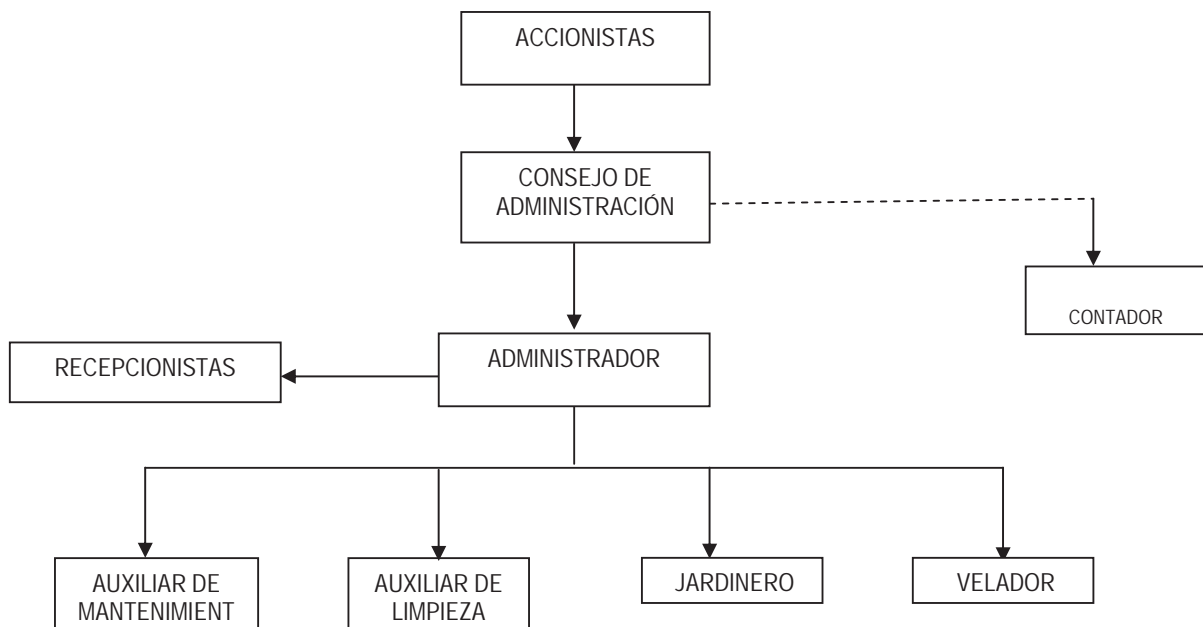
El tipo de organización que se considera para el proyecto deberá permitir que se cuente con una adecuada delegación de autoridad y relimitación de responsabilidades del personal que forme parte de esta; De tal manera que se pueda contar con una adecuada supervisión y control de las operaciones y actividades que se realicen en la organización, así mismo que su costo no sea muy honroso de tal manera que facilite la viabilidad del proyecto a continuación se exponen el esquema que se considera es aplicable al tamaño de empresa que se esta proyectando.

Esquema básico de la organización.

El esquema de organización que puede ser utilizado por la sencillez de la operación es el de tipo lineal simple, la cual consiste en que la autoridad y la responsabilidad correspondiente se transmiten íntegramente por una sola línea a

Cada persona o grupo en este tipo de organización las decisiones de la máxima autoridad tiene influencia en el comportamiento de todos los miembros de la empresa como se muestra en el organigrama siguiente.

ESTRUCTURA ORGÁNICA



NOTA: El consejo de administración estará integrado por un administrador único, un tesorero, un secretario y el síndico que es externo.

El tesorero y secretario deben formar parte de los accionistas.

El contador es externo, pero si la empresa crece, se requerirá de un contador interno.

De una manera muy sencilla de acuerdo a los puestos que se contemplan en la estructura organizacional mas adelante se consideran las “descripciones” que de manera especifican los requisitos y actividades principales de cada uno de ellos.

7.3.- Administración de personal y recursos humanos.

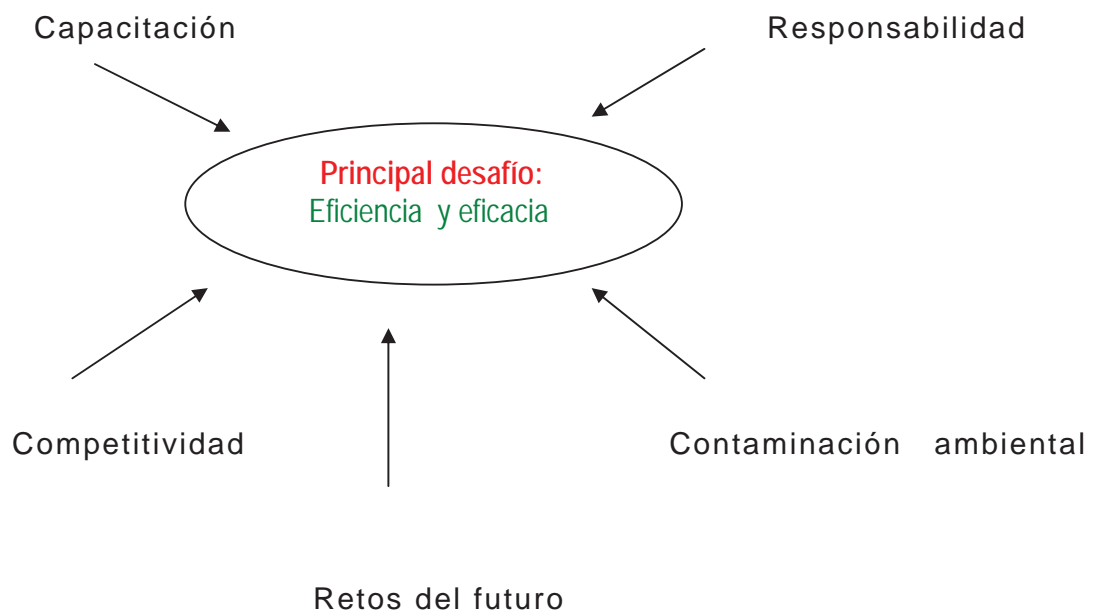
Al vender bienes y servicios en los mercados internacionales, las organizaciones pueden generar mayor riqueza para sus sociedades y contribuir a su vez a elevar el nivel de vida de todos sus integrantes en la medida que los asociados contribuyan con la parte que les corresponda. Los empleados con conocimientos, capacidades y habilidades para la

toma de decisiones y elección de alternativas que dinamicen la organización; los clientes que contribuyan prefiriéndonos el servicio que se ofrece en el mercado; los socios de organización con sus aportaciones, todos ellos esperando obtener un retorno por su inversión. Estas alianzas estratégicas constituyen medios a través de los cuales la empresa se fortalecerá y consolidará y ampliará sus fronteras

La administración de los recursos es una de las funciones que debe permitir la colaboración eficaz de las personas para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales de las personas que son parte fundamental.

Las organizaciones poseen un elemento en común: todas están integradas por personas. Las personas llevan a cabo los avances, los logros y errores de sus organizaciones. Por eso no se puede afirmar que constituyen el recurso máspreciado.

PRINCIPALES DESAFÍOS DE LA ORGANIZACIÓN.



Un uso más eficaz significa lograr la producción, en este caso de servicios adecuados, de manera que sean avalado por el cliente. Un uso

más eficiente implica que deben utilizarse los recursos necesarios (calidad, rapidez, etc.) para la proporcionar los servicios que se ofrecen.

7.4.- Cultura organizacional.

Valores y principios a consolidar

- ✓ Participación
- ✓ Colaboración
- ✓ Organización
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto por la Naturaleza
equipo

Valores y principios a superar

- Honestidad
- Sinceridad
- Lealtad
- Sencillez
- Trabajo en

Fuerza de trabajo

El No. Total de empleados será de 8

- ✓ 2 empleados de limpieza de aseo de las cabañas
- ✓ 1 velador.
- ✓ 1 jardinero.
- ✓ 1 auxiliar de mantenimiento.
- ✓ 1 administrador.
- ✓ 2 recepcionistas.

Lista de operaciones

- ✓ Recepción.
- ✓ Limpieza.
- ✓ Servicio a habitaciones.
- ✓ Información turística.
- ✓ Jardinería.
- ✓ Vigilancia.
- ✓ Mantenimiento.

7.5.- Descripción de Puestos:

Puesto: Administrador

Requisitos :

Estudios: Grado universitario indispensable (preferentemente graduado en Administración de Empresas ó Licenciado en Turismo.).

Experiencia Laboral:

- ✓ Mínima de un año en el ramo hotelero.
- ✓ Manejo de programas de cómputo
- ✓ Conocer aspectos básicos de Contabilidad, Recursos Humanos, y Calidad en el servicio.
- ✓ Actitud de participación activa en la solución de problemas.
- ✓ Disponibilidad de horario.
- ✓ Dominio mínimo de Inglés 80%.
- ✓ Buen manejo de Relaciones Humanas
- ✓ Buena presentación.

Actividades Principales:

Llevar el control administrativo y contable de la empresa mediante las actividades de: Control de ingresos y egresos, documentación y papelería, registro y atención al cliente, control de almacén.

Puesto:Recepcionista

Requisitos :

Estudios: Preparatoria o equivalente

Experiencia laboral:

Mínima de un año.

- ✓ Manejo de programas de cómputo
- ✓ Conocimiento de aspectos básicos de administración.
- ✓ Sociable y con facilidad de palabra.
- ✓ Disponibilidad de horario.
- ✓ Buena presentación.

Actividades Principales:

Registro y atención del cliente, control de las necesidades de las cabañas.

Control físico de las existencias de materiales para la operación.

Puesto : Auxiliar de limpieza

Requisitos:

Estudios: Secundaria

Experiencia laboral:

En el ámbito domestico.

- ✓ Conocer aspectos básicos de higiene.
- ✓ Honesto y responsable.
- ✓ Disponibilidad de horario
- ✓ Sexo Femenino
- ✓ Edad mínima: 18 años que viva en la zona de Zirahuén.

Actividades Principales:

Mantener limpias las cabañas y el área de la administración así como el lavado de textiles de las cabañas.

Reportar los desperfectos que perciba en el desarrollo de sus actividades.

Puesto: Velador

Requisitos:

Estudios: Secundaria

- ✓ Sexo masculino, edad mínima 28 años
- ✓ Excelente estado de salud
- ✓ Responsable.
- ✓ Disponibilidad de horario
- ✓ Servicial.

Actividades Principales:

Velar y evitar el acceso de gente ajena a la empresa mediante las horas de la noche.

Proporcionar reporte diario de los pormenores del turno.

Puesto: Jardinero

Requisitos:

Estudios: Primaria

Experiencia laboral:

Mínima de un año en las labores de jardinería, y tener nociones de plomería y carpintería.

- ✓ Sexo masculino, edad mínima 20 años
- ✓ Conocimiento del cuidado que se le debe dar a las plantas.
- ✓ Responsable y servicial.
- ✓ Disponibilidad mínima de horario: tres veces por semana, principalmente fines de semana y temporadas altas, durante las mañanas.

Actividades principales:

Mantenimiento de las áreas verdes, así como las diversas actividades relacionadas con éstas funciones.

7.6.- Evaluación del desempeño.

Los objetivos se logran mediante el esfuerzo y el trabajo de todos los empleados quienes trabajarán con eficiencia y eficacia, sin dejar atrás “la calidad” en la prestación del servicio.

A continuación se presentan algunos métodos que servirán para medir el desempeño de los empleados, los cuales a su vez servirán como indicadores para medir algunos aspectos de productividad.

Mediante un pequeño cuestionario de nuestros clientes salientes obtener sus apreciaciones del servicio que recibieron, conforme a la tarjeta siguiente de tal manera que se tengan elementos de juicios para implementar acciones que permitan avanzar en una mejora continua del servicio que se ofrece.

Elaboración de un reporte mensual del servicio de calidad.

Tarjeta de valoración del servicio.

LA ATENCIÓN Y SERVICIO QUE SE LE BRINDÓ DURANTE SU ESTANCIA FUE?				
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	PESIMO
¿POR QUÉ? _____				

- ✓ Realización de entrevistas personales de salida durante las temporadas altas.
- ✓ Buzón de comentarios y sugerencias.

7.7.- Ambiente laboral.

Para crear un mejor entorno laboral, la comunicación desempeñará un papel muy importante así también en caso necesario es necesaria la aplicación de la disciplina correctiva que consiste en:

- ✓ Modificar la conducta y la actitud de quien comete una falta.
¿CÓMO? Llamadas de atención y dependiendo de la gravedad del acto en que haya incurrido, la administración tomará las medidas correctivas y preventivas pertinentes.
- ✓ Proporcionar estímulos y reconocimientos de acuerdo a los resultados logrados como parte del equipo de trabajo.
- ✓ Manteniendo niveles coherentes y efectivos de cumplimiento de normas necesarias. **¿CÓMO?** Las reglas establecidas por la gerencia deberán hacerse cumplir.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES DEL PROYECTO:

8.1.- Financieras:

a). Tasa Interna de retorno de la inversión.

Para sustentar este proyecto se requiere de recursos por 6 millones 136 mil 700 pesos de los cuales se aplicarían en inversión Fija de 6 millones 073 mil pesos, 63 mil 700 pesos de inversión diferida, el capital inicial de trabajo de 161 mil 944 pesos, durante el periodo de los cinco años se estima que se generaran ingresos netos de fondos a precios corrientes por la cantidad de 6 millones 833 mil pesos. Con lo que se obtiene un margen financiero del 15%, superior al monto que se requiere de inversión, considerando el valor de liquidación de la inversión fija de 5 millones 203 mil 712 pesos, se determina que la tasa de rentabilidad financiera (TIR) es del orden del 21%, tomando en consideración las tasa bancarias que sé esta pagando el sistema bancario que del 9%, el beneficio que se tendría es de 11 puntos porcentuales que permiten sustentar la viabilidad del presente proyecto.

b). Valor presente neto.

Tomando en consideración una tasa de descuento del 12 % para la actualización de los flujos resultantes, se determina que el valor actual neto de 1 millón 948 mil pesos que con respecto a la inversión requerida representa el 33% de rendimiento.

c) Punto de Equilibrio

Tomando en consideración el tercer año para efecto de determinar el punto de equilibrio, analizando la relación costo volumen las variables arrojan los datos siguientes:

Ingresos por venta	3´581,500
Costos variables	407,589
Costos fijos	542,623

Aplicando la formula se determina que se requieren de 612 mil 304 pesos de ingresos, para absorber los costos totales, lo que representa el 17 %

de los ingresos con lo que podemos concluir que este proyecto tiene una gran seguridad de que tenga éxito en la explotación turística de las cabañas en el municipio de Zirahuén.

8.2.- Sociales:

La realización de este proyecto generará a la sociedad beneficios tales como:

- ✓ Generación de empleos. Si bien el empleo generado no logra impactar severamente el área geográfica de implantación del proyecto, ocupa personal que habita en Zirahuén, pues estas personas sólo tienen otras fuentes de empleo tales como la pesca y la agricultura.
 - ✓ Incremento en el consumo de los diferentes establecimientos comerciales y de otros servicios de la zona (Derrama económica.
 - ✓ Por los bajos niveles en la calidad de prestación de servicios (estadísticas y número de quejas ante profeco y la Secretaría Estatal de Turismo) por parte del personal que labora en los centros de atención al turismo se reconoce la necesidad de capacitación, con una visión integral en que se incorpore a la vocación de servicio, los estándares internacionales.
 - ✓ Capacitación que vendrá a contribuir en la superación personal de los empleados, mediante talleres como son:
 - ✓ Calidad.
 - ✓ Liderazgo.
 - ✓ Manejo del tiempo.
 - ✓ Higiene y seguridad.
 - ✓ De comunicación.
 - ✓ De disciplina progresiva.
- Logrando así:
- ✓ La elevación del nivel técnico y cultural
 - ✓ Capacitación sobre el reciclaje y separación de la basura, campañas de difusión y educación para lograr que se haga un

manejo de la basura generada por ellos, invitándolos a no arrojar basura en los caminos ó áreas comunes.

8.3.- Impacto Ecológicas:

El proyecto Chalet Zirahuén, ofrecerá todos sus servicios, siempre buscando respetar las medidas sanitarias y de conservación de los ecosistemas tanto del lago como del valle en general. Para lo cual llevará a cabo algunos planes de saneamiento y recolección dentro de las instalaciones, con objeto de evitar la contaminación del lago y el deterioro ambiental del lugar.

Medidas:

- ✓ Generar una estrategia de turismo social que tenga como base la organización comunitaria como algunos grupos de ejidatarios que puedan prestar un servicio de ecoturismo en su territorio forestal, comités comunitarios que brinden los servicios.
- ✓ Generar una estrategia en la que estén incluidas todas las comunidades interesadas en realizar un proyecto turístico en el que se conciba a la región como un conjunto ecológico, cultural, de una gran riqueza, pero también, con grandes retos para recuperar y mantener el equilibrio de sus recursos naturales.
- ✓ Establecer una nueva fuente de ingresos para la zona, que además de ingresos, brindará la oportunidad de compartir y concienciar al visitante de la riqueza de la zona y a la vez establecer el compromiso de respetar y mantener la belleza de la cuenca.
- ✓ Plan de recolección mediante la instalación de un contenedor general en la unidad, el cual será alimentado por recolectores unitarios distribuidos estratégicamente en las instalaciones. Así, como también dentro de las mismas cabañas.
- ✓ La instalación de las fosas sépticas.
- ✓ Contribuir con el medio ambiente, mediante la aportación y plantación de árboles alrededor de la zona, así como crear un

espacio para un pequeño invernadero, el cual nos serviría para la decoración del mismo lugar y esta a sería una buena estrategia para economizar en el mantenimiento del jardín.

8.4. Tecnológicas

Con la ayuda de las tecnologías de información la industria del turismo ha logrado grandes beneficios como son el mejoramiento de las operaciones de las empresas, conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer una mejor entrega del servicio, llegar a un mayor número de clientes y a nuevos mercados y optimizar sus recursos logrando aumentar su eficiencia.

Son muchos los ejemplos que se pueden mencionar sobre el uso de la Tecnología de la Información en el turismo: sistemas de reservaciones en línea, ventas de boletos por Internet, sistemas de minería de datos para conocer las necesidades de los clientes, entre otros. A pesar de que cada día se avanza mas en la implementación de esta tecnología, las empresas relacionadas con el turismo enfrentan el gran reto de cambiar los paradigmas que existen y empezar a ver a las tecnologías de información más allá que simples sistemas de computación, sino como parte del plan estratégico de la alta administración que permitirá lograr ventajas competitivas.

Sin duda alguna, las tecnologías de información bien aplicadas se traducirán en una mejor interacción entre hoteles, restaurantes, agencias de viajes y aerolíneas con sus clientes, logrando así una relación donde ambas partes obtendrán beneficios y satisfacción.

RECOMENDACIONES A LOS SOCIOS

Este proyecto nace de la inquietud que se derivó del análisis que se hizo de la Demanda que se tiene de la Infraestructura hotelera en lugar turístico de Zirahuén; en sus diferentes épocas del año, con lo que fue posible detectar que en este lugar específicamente se tienen una demanda insatisfecha que se traduce en nicho de mercado que se hace atractivo para cualquier inversionista que tenga interés de invertir en este tipo de proyecto, podemos decir que el riesgo que se corre para recuperar la inversión es de una alta factibilidad, ya que si tomamos en consideración los importes que arrojan los flujos netos de fondos al quinto año se tendría una recuperación de 7 millones 688 mil 307 pesos que representan el 125 % con respecto a la inversión total sin considerar el valor de liquidación al sexto año de la empresa; Si dicha inversión la relacionamos con la utilidad neta del mismo periodo se Obtiene un resultado de 8 millones 354 mil 172 pesos, superior en 36% con respecto a la inversión total, otro aspecto que podríamos tomar en consideración para efectos de liquidez, es considerar la deducción inmediata de los activos lo que nos evitaría el desembolsar fondos para el pago del Impuesto Sobre la Renta hasta su amortización; Permitiendo que estos recursos sé reinviertan para hacer crecer la infraestructura de servicio a clientes (área de hospedaje. De tal manera que esto se convierta en una fuente de financiamiento para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA. (Catalogación bibliográfica).

- Baca, Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw-Hill, 1997
- Pedraza, Rendón, Oscar. Notas para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales U.M.S.N.H., 2005.
- Sapag, Chain, Nassir.; Sapag, Chain, Reinaldo. Preparación Y Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw-Hill, 2000.
- Coss, Bu, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Limusa, 1999.
- Nacional Financiera. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Dirección de Capacitación y Asistencia Técnica, 1998.
- Hernández, Hernández, Abraham.; Hernández, Villalobos, Abraham. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Ecafsa, 2001.
- Salvarredy, R, Julián.; García Fronti Verónica.; García Fronti Javier. Gerenciamiento de Proyectos,. Editorial Omicron System , 2003.
- Emery, Duglas R.; Finnerty, Jhon D.; Stowe, JhonD. Fundamentos de Administración Financiera. Editorial Prentice Hall, 2000.
- Erossa, Martín, Victoria, Eugenia, Proyectos de Inversión en Ingeniería, Su metodología. Editorial, Limusa, 2000.
- Subsecretaria de desarrollo turístico, Gob. del Edo

Internet direcciones:

Pagina de Internet: [www. Sectur.gob.mx](http://www.Sectur.gob.mx).

Pagina de Internet: www.inegi.gob.mx

Pagina de Internet: <http://www.acmoti.org>.

Pagina de Internet: <mailto:jose.gomez@skynet.be>