

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN  
NICOLÁS DE HIDALGO  
FACULTAD DE CONTADURIA Y  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MAESTRIA EN ADMINISTRACION

**“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD TECNICO-ECONÓMICA DEL  
PROYECTO DE INVERSIÓN ECOTURÍSTICO CASAS DE  
BARRO S.A. DE C.V.”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

**MAESTRA EN ADMINISTRACION**

PRESENTA:

**MAYRA YADIRA VELÁZQUEZ SÁNCHEZ**

DIRECTOR DE TESIS

**D.C. CARLOS FARNCISCO ORTIZ PANIAGUA**

**MORELIA, MICHOACÁN, NOVIEMBRE DE 2010.**

## *Dedicatorias:*

*Este trabajo está dedicado a mi hija Galilea a quien amo*

*A mi papá a quien admiraré eternamente, a mi mamá que es mi ejemplo de vida y a mis hermanos por todo su apoyo*

## *Agradezco:*

*A Dios por demostrarme que todo es posible en él*

*A mi asesor por su apoyo y dedicación a mi tesis*

*A mis sinodales por sus valiosas aportaciones*

# ÍNDICE

---

GLOSARIO .....	6
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
CAPITULO I.....	11
Fundamentos de la Investigación .....	11
1.1.-Introducción.....	11
1.2.- Planteamiento del problema.....	15
1.3.- Justificación .....	16
1.4.-Pregunta específica .....	17
1.5.- Objetivo específico .....	17
1.6.- Hipótesis central .....	18
1.7.- Variables .....	18
1.8.- Estructura de la tesis .....	19
CAPITULO II .....	21
Turismo, ecoturismo y sustentabilidad, una aproximación teórica. ....	21
2.1.- El desarrollo económico y el medio ambiente, un dilema actual.....	21
2.1.1. Limites localizados y globales .....	22
2.1.2.- Hacia la sustentabilidad .....	23
2.1.3.- Conflicto de intereses por el desarrollo sustentable.....	24
2.1.4.- Desarrollo y crecimiento.....	25
2.2.- El ecoturismo como una actividad de desarrollo económico.....	26
2.3.- Impacto de la actividad ecoturística en el PIB de los países.....	30
2.4.- Tipos de turismo .....	35
2.4.1.- Turismo de sol y de playa.....	35
2.4.2.- Turismo de Aventura .....	36
2.4.3.- Turismo de descanso y salud .....	38
2.4.4.- Turismo Cultural.....	38

2.4.5.- Turismo Gastronómico .....	39
2.4.6. Ecoturismo .....	40
2.5.- Orígenes del ecoturismo .....	42
2.6.- El turismo sustentable en México .....	44
2.7.- El ecoturismo como herramienta para el desarrollo regional. ....	46
Capítulo III .....	50
Administración de Proyectos de Inversión en el ecoturismo. ....	50
3.1.- Propósitos de la Administración de Proyectos de inversión. ....	50
3.2.- Objetivos de la administración de proyectos de inversión.....	53
3.3.- Fases de la Administración de proyectos de inversión .....	54
3.3.1.- Identificación de la idea y su análisis .....	54
3.3.2.- Recopilación de información .....	55
3.3.3.- Pre-factibilidad.....	56
3.3.4.- Factibilidad .....	57
3.4.- Investigación de mercado. ....	58
3.5.- Ingeniería de proyectos de inversión. ....	60
3.6.- Inversión, financiamiento y presupuesto de proyectos de inversión. ....	61
3.7.- Evaluación de proyectos de inversión.....	63
3.8.- Organización de proyectos de inversión. ....	64
CAPÍTULO IV .....	67
La factibilidad del ecoturismo en el caso “Casas de Barro” S.A. de C.V. ....	67
4.1.- Antecedentes.....	67
4.2.- Misión .....	67
4.3.- Visión.....	68
4.4.- Objetivos.....	68
4.5.- Marco Jurídico-legal. ....	68
4.6.- Proyecto Ejecutivo.....	69
4.7.- Plan de desarrollo.....	69
4.7.1.- Datos generales del municipio de Tlalpujahuá .....	71
4.7.2.- Estructura del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V. ....	72

4.7.3.- El personal .....	72
4.7.4.- Contratación.....	72
4.7.4.1.- Reclutamiento .....	73
4.7.4.2.- Selección.....	73
4.7.4.3.- Contratación.....	73
4.7.4.4.- Inducción. ....	73
4.7.4.5.- Capacitación.....	74
4.7.5.- Políticas operativas .....	74
4.7.6.- Sueldos.....	77
4.8.- Mercadotecnia y estudio de demanda. ....	78
4.8.1. La competencia .....	78
4.8.2. Clientes y servicio .....	81
4.8.3. Análisis, Investigación e interpretación de mercado.....	81
4.8.3.1.- Atractivos turísticos alrededor de Tlalpujahua .....	82
4.8.3.2.- Indicadores estatales .....	92
4.8.3.3.- Tendencia del turismo y ocupación hotelera.....	95
4.8.3.4.- Riesgo y oportunidades de mercado .....	97
4.8.3.5.- Fijación del precio .....	98
4.8.3.6.- Punto de equilibrio.....	98
4.8.3.7.- Margen de utilidad .....	98
4.8.3.8.- Publicidad y promoción de ventas .....	99
4.8.3.9.- Comercialización .....	102
4.9.- El servicio .....	103
4.9.1.- Especificaciones del servicio. ....	103
4.9.2.- Proceso del servicio. ....	104
4.9.3- Proveedores.....	105
4.10.- Análisis Técnico del Proyecto. ....	105

4.10.1.- Capacidad instalada .....	107
4.10.2.- Equipo e instalaciones.....	107
4.11.- Análisis Económico del Proyecto y opciones de financiamiento .....	108
4.11.1.- Fuentes de uso del dinero.....	108
4.11.2.- Cálculos estimativos de ingresos esperados (Escenario conservador).....	110
4.11.3.- Cálculos estimativos de gastos y costos esperados.....	110
4.11.4.- Flujo neto de efectivo del proyecto.....	111
4.12.- Rentabilidad del proyecto. (Escenario conservador) .....	111
CAPITULO V:.....	119
Conclusiones sobre la viabilidad técnica- económica y sustentable de la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V.....	119
CAPITULO VI.....	122
Propuesta para la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V.....	122
6.1.- Estrategias de implementación .....	122
6.1.1.- Tramitología.....	123
6.1.2- Estrategia de enfoque.....	124
6.1.3- Estrategia de diferenciación.....	124
REFERENCIAS .....	125
ANEXO.....	127

# GLOSARIO

---

Capital: Cantidad de equipo e infraestructura utilizados en la producción de bienes y servicios, (Diccionario de economía y finanzas, octubre 2009).

Cultura: Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, (Diccionario de la lengua española,2007).

Desarrollo Económico: tiene como prioridad la necesidad de elevar los niveles de vida de la población mediante la industrialización y mecanización de la economía.

Ecología: la ecología es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente la distribución y abundancia y cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente, (Margalef, 1998).

Ecoturismo: El viaje responsable por parte del turista hacia áreas naturales, el cual promueve la conservación del ambiente y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades que se visitan, (Carballo,2006).

Factibilidad: Abarca todos los datos e informaciones importantes para un proyecto de inversión; este material se procesa y presenta en forma ordenada y suficientemente detallada de tal manera que facilite una toma de decisión en cuanto a la implementación de un proyecto, (Erossa,2003).

Inversión: es la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de una entidad como, maquinaria, equipo, obras, bonos, títulos,

valores, etc. Adquisición de valores o bienes de diversa índole para obtener beneficios por la tenencia de los mismos que en ningún caso comprende gastos o consumos, que sean, por naturaleza opuestos a la inversión, (Diccionario de economía y finanzas, octubre 2009).

Investigación de mercado: consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que una comunidad estaría dispuesta a conseguir a determinado precio, (Erossa, 2003)

Mercado: conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios. El mercado no necesariamente tiene una ubicación geográfica determinada; para que exista es suficiente que los oferentes y demandantes puedan ponerse en contacto, aunque estén en lugares físicos diferentes y distantes. Por tanto el mercado se define con relación a las fuerzas de la oferta y la demanda constituyéndose en el mecanismo básico de asignación de recursos de las economías descentralizadas, (Diccionario de economía y finanzas, febrero 2009).

Producto Interno Bruto (PIB): medida del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en una economía durante un determinado periodo. El PIB puede ser clasificado como nominal o real. En el primero los bienes y servicios finales son valuados a los precios vigentes durante el periodo en cuestión, mientras que en el segundo los bienes y servicios finales se valúan a los precios vigentes en un año base, (Samuelson,2004).

Recursos económicos: son los recursos con los que cuenta una sociedad en todo momento, ellos son: el factor humano, factor tierra y factor capital, (Masa, González pag.11).

Sueldo: recompensa por servicios o trabajos, referido a todos los trabajadores especialmente a los que cobran por quincenas o meses, (Diccionario jurídico. Pag. 765)

Sustentabilidad: satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Martínez, Roca, 2000).

TIR: es la tasa interna de rendimiento, es la tasa en que los flujos de entrada y salida de un proyecto traído a valor presente se igualan. Nos da la referencia para saber cuánto es lo mínimo que debemos exigirle al proyecto para cubrir el costo de la inversión y partir de esta tasa para obtener un rendimiento, (Diccionario de economía y finanzas, febrero 2009).

TREMA: es la tasa de rendimiento mínima aceptable que se le exige a un proyecto para que permita cubrir el total de la inversión.

VAN: Valor actual neto, determina la equivalencia en el tiempo cero de los ingresos menos los egresos para cada año actualizados a una tasa de interés predeterminada (Diccionario de economía y finanzas, febrero 2009).

# RESUMEN

---

Localizado en una región altamente turística del estado, donde el turismo ecológico representa un nicho de mercado ya que el aumento en la demanda hacia las actividades asociadas a la naturaleza y a la cultura son mucho mayores que la oferta, el presente proyecto de inversión pretende cubrir de manera proporcional la demanda de éste tipo de servicios de hospedaje que buscan los turistas atraídos por los recursos naturales, arquitectónicos, gastronómicos, culturales y artesanales, de la región denominada “País de la Monarca”.

En el presente trabajo se pretende demostrar la viabilidad económica-financiera y técnica del proyecto de inversión ecoturístico “Casas de Barro” S.A. de C.V. cuyo propósito es ofertar hospedaje bajo el concepto de cabañas, en la localidad de Los Reyes, municipio de Tlalpujahua en el estado de Michoacán.

Para esto se evaluarán las variables técnicas, económicas, financieras, así como el costo-beneficio y el impacto social resultante de este proyecto.

# ABSTRACT

---

This place is located in a highly tourist region of the state, where the ecological tourism represents a market opportunity due to the increase in the demand of activities related to nature and culture, a demand that is much greater than offer. This project tries to proportionality cover the necessity of these lodging services searched for tourists attracted to natural, architectonic, gastronomical, cultural and folkloric resources of the region called “Country of the Monarch”.

In the present work we try to demonstrate the technical and economical-financial viability of the eco-touristic investment project “Clay Houses” S.A. of C.V., whose intention is to offer lodging under the concept of rustic cabins, in “Los Reyes”, a small town in the municipality of Tlalpujahuá, state of Michoacán, Mexico.

In order to reach these purposes for the present project will be evaluated technical, economical and financial variables, as well as cost-benefit and the resulting social impact.

# CAPITULO I

## Fundamentos de la Investigación

### 1.1.-Introducción

El turismo en espacios naturales se diferencia del turismo convencional en las motivaciones y conductas de los turistas y en la singularidad de los recursos que se identifican con los espacios de alto valor ecológico o paisajístico. En muchas ocasiones, estos espacios son sujetos de algún tipo de regulación con la que persigue su conservación. Un segmento de la demanda que viaja a áreas naturales relativamente vírgenes con el objetivo específico de admirar, estudiar, disfrutar del viaje, de sus plantas y animales, así como los rasgos culturales del pasado y del presente de dichas zonas es el ecoturismo, (Martínez Roca, 2000)

Los impactos que genera la actividad turística han dejado de considerarse como negativos una vez que entran en funcionamiento los programas de ordenamiento del territorio y su base operativa, denominados programas de manejo. Estos programas nos permiten conocer los atributos de estos entornos y determinar la capacidad de carga turística así como los límites de cambio aceptables para generar el equilibrio entre la conservación y el uso turístico. En (Carballo, 2006) Se define al ecoturismo como “El viaje responsable por parte del turista hacia áreas naturales, el cual promueve la

conservación del ambiente y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades que se visitan”.

El ecoturismo es una forma de turismo alternativo y ciertamente responsable con el contexto ambiental, sociocultural, moral y práctico y finalmente añade la connotación que debe de ser sustentable, indicando con ello que la sustentabilidad, involucra la explotación racional presente de la actividad turística al tiempo que debe de conservarse el medio ambiente para beneficio de futuras generaciones.

Para que auténticamente sea ecológico, “el turismo orientado a la naturaleza” debe respetar los siguientes principios: (Plan Nacional de Desarrollo,2009)

- Ofrecer como fuente de valor y atractivo el disfrute de ecosistemas naturales y elementos biofísicos.
- Coadyuvar a la protección de los ecosistemas, paisajes distintivos y la vida silvestre, mediante apoyo a medidas de conservación concretas.
- Propiciar el desarrollo de manera acorde con las características particulares de cada ecosistema.
- Adaptarse a las condiciones de cada región, incorporando paulatinamente a las comunidades locales en los beneficios toma de decisiones y operación permitiendo su crecimiento gradual y con ello la reducción de impactos negativos que pudiera generar.
- Emplear a la población local en empresas turísticas y usar productos y servicios locales tradicionales de la zona.

- Respetar la calidad del paisaje y el ambiente
- Publicitar y comercializar los servicios turísticos en áreas naturales con base en la apreciación, el entendimiento y su valorización por parte del público.

Las definiciones que se analizan, coinciden en señalar como elementos sustanciales la conservación de la naturaleza, la valorización histórica y cultural como experiencia sustraída del viaje, así como la contribución económica que debe permear en el destino que se visite. Es por ello que el ecoturismo surge como una nueva opción que promueve la conservación del patrimonio natural y cultural fomentando el desarrollo sustentable, por lo que debe ser considerado especialmente como un segmento del gran mercado de turismo convencional.

México cuenta con importantes ventajas comparativas en el rubro ecoturístico, así lo indica la extraordinaria diversidad biológica, la gran variedad de ecosistemas y la vastísima riqueza arqueológica con que cuenta. En 2006, México recibió 21.4 millones de turistas extranjeros, se calcula que de ellos aproximadamente un tercio visitó sitios de interés ecoturístico. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2007) Se estima que en 2020 se recibirán más de 20 millones de turistas extranjeros, estimando así un crecimiento del 6.7% anual de los ingresos económicos generados. Son muchos y muy diversos los atractivos en nuestro país; un clima en general benigno en la mayor parte de su extensión territorial, hermosas playas en ambos litorales con adecuada infraestructura hotelera para el turista, pueblos y ciudades de gran belleza que atraen visitantes de todos rincones del planeta, lamentablemente no se han aprovechado adecuadamente estas potencialidades ya que hoy en día solo el 5% del turismo

convencional está representado por ecoturismo en este país (Ceballos, 1994). Es necesario y prioritario por lo tanto propiciar la consolidación de esta sana modalidad considerando los beneficios que puede aportar a la economía de la nación en general y con especial énfasis a determinadas regiones marginadas, generando empleos que promuevan su nivel de vida .

El futuro del ecoturismo en este país es realmente promisorio. Aunque su evolución ha sido lenta, pasiva y gradual, el pronóstico de su avance se presenta prometedor. La cercanía con Estados Unidos y Canadá representa una ventaja estratégica en el mercado de los viajes ya que estos países son los que aportan mayor cantidad de turistas en el continente americano; por otro lado es necesario manifestar que en los últimos 15 años México ha adecuado gran parte de la legislación que incide directamente en la normatividad y regulación de la actividad turística , quedando la Secretaria de Turismo con funciones eminentemente de promoción y coordinación y en este sentido, el documento regulador para el ecoturismo lo representa la “Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente” (LGEEPA). La participación de inversionistas y empresarios están fijando su atención en este especial “nicho” de mercado, debido a que al ecoturismo les augura un firme futuro de gran mercado turístico. (Carballo, 2006)

Existen en nuestro país alrededor de 193 áreas naturales protegidas que cubren una extensión territorial de 11.8 millones de hectáreas, esto es equivalente al 6% del territorio nacional, 13 reservas especiales de la Biosfera que abarcan 491,336” (Instituto Nacional de Ecología 2008). En Michoacán comunidades y ejidos han logrado por medio de la organización, integrar un producto ecoturístico sólido y atractivo para los visitantes que

representa una alternativa real y rentable para diversificar el uso de sus recursos naturales y contribuir de esta forma a que el ingreso de divisas por concepto de turismo en el estado hayan aumentado de 2006 a 2008 un 342.2% de 250 millones de dls. a 1.106 millones de dls. La región llamada “País de la Monarca” y donde se pretende llevar a cabo el presente proyecto de inversión es de gran potencial turístico, prácticamente ofrece un nicho de mercado para el ecoturismo ya que sus principal atractivos se soportan en la naturaleza, cultura y tradiciones, pretendiendo que al implementar este proyecto se fomente este tipo de turismo en la región y atraer beneficios económicos.

## 1.2.- Planteamiento del problema

Conscientes de la importancia del estado como destino turístico y motivado por la poca oferta de hospedaje en la modalidad de cabañas de descanso en el municipio de Tlalpujahua Michoacán, es que se ha ha generado una demanda insatisfecha, como respuesta a lo anterior es que se crea una sociedad mercantil a la cual se le denomina “Casas de Barro” S.A. de C.V. con el propósito de ofertar hospedaje soportado en los atractivos naturales, arquitectónicos, gastronómicos, culturales y artesanales, de la región denominada “País de la Monarca”, proporcionando a los turistas servicios de calidad que cumplan con sus expectativas, generar empleos directos e indirectos en la región, contribuyendo a la actividad y alternativas turísticas del estado de Michoacán

El turismo sustentable o ecoturismo busca minimizar los impactos sobre los ecosistemas en respuesta al uso de los recursos naturales por actividades turísticas y así mismo

procura la conservación de la cultura y tradiciones del destino. En otras palabras pretende ser una actividad ambiental, económica y socialmente responsable.

### 1.3.- Justificación

La tendencia de los consumidores hacia el turismo sustentable hace que se diversifique la oferta turística y cobre importancia el turismo de bajo impacto. Integrar la sustentabilidad al desarrollo turístico, se ha convertido en un requisito de mercado por el aumento en la demanda hacia las actividades asociadas a la naturaleza y a la cultura. El proyecto “Casas de Barro” cobra importancia ya que al implementarlo se cubriría la demanda en la región por experiencias compatibles a la calidad ambiental y al mismo tiempo generaría nuevas oportunidades de negocio para el ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza atrayendo con esto beneficios económicos de forma directa

El presente trabajo de investigación pretende demostrar si el proyecto de inversión es viable técnica, económica y financieramente y en qué medida contribuirá al desarrollo sustentable de la comunidad de Los Reyes Municipio de Tlalpujahuá, Michoacán; impulsando, apoyando y organizando la participación corresponsable de ésta para el aprovechamiento equitativo de los recursos naturales que les permita optar por una mejora sensible en su calidad de vida, sin tener que renunciar a sus creencias, tradiciones y cultura.

#### 1.4.-Pregunta específica

Con base a lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la viabilidad de la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V. en la Localidad de Los Reyes, Municipio de Tlalpujahua Michoacán?

Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir pues hacerlo es la única forma de producir un bien o un servicio. Es claro que las inversiones no se hacen solo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo obtendrá algún beneficio económico. En la actualidad una inversión inteligente requiere un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que se debe seguir, (Baca, 2006).

#### 1.5.- Objetivo específico

El objetivo se plantea de la siguiente manera:

Determinar la viabilidad técnica y económico-financiera del proyecto ecoturístico “Casas de Barro” S.A es viable técnica, económica financiera y ambientalmente de la comunidad de Los Reyes Municipio de Tlalpujahua, Michoacán, mediante un análisis de costo-beneficio, económico-financiero y social.

El avance del turismo en el mundo, ha propiciado el surgimiento de estudios descriptivos y analíticos que pretendan explicar las características sociales, económicas, culturales que responden a los requerimientos en el crecimiento de este sector.

### 1.6.- Hipótesis central

El ecoturismo tiene varias características que lo convierten en un factor de desarrollo y motor de crecimiento, la riqueza natural y cultural se encuentra en una situación de enorme potencial, esto implica que al hacer del ecoturismo una prioridad para generar ingresos y disminuir la pobreza en zonas con atractivos turísticos competitivos se desarrollarán proyectos turísticos en zonas rurales. La implementación del proyecto ecoturístico “Casas de Barro” S.A. de C.V. es viable técnica, económica financiera y ambientalmente ya que se muestra como una alternativa que detonará el desarrollo de manera sustentable en la localidad de Los Reyes Municipio de Tlalpujahua, armonizando con la aptitud y vocación productiva territorial la cultura, historia, costumbres y conservación de recursos naturales de este lugar.

### 1.7.- Variables

Las variables seleccionadas y relacionadas con el proyecto de inversión, son las que se mencionan a continuación:

Dependientes: viabilidad: económica, financiera y sustentable del proyecto

Independientes: Costo-beneficio y demanda potencial

## 1.8.- Estructura de la tesis

El trabajo de investigación se pretende desarrollar en de acuerdo a la siguiente capitulación:

En el capítulo 2 se describen los aspectos teóricos del ecoturismo como sus orígenes, principios, evolución, importancia y contribuciones de éste para propiciar el desarrollo sustentable, ya que México es un país de extraordinaria riqueza natural, cultural, artesanal etc. en cada uno de sus estados y municipios; el turismo ecológico es una fuente importante y diferente de generación de empleos esto determinando las variables económicas, financieras, técnicas y de mercado que contribuirán al desarrollo de una comunidad.

El capítulo 3 es el marco teórico y conceptual de referencia en el cual se basan y fundamentan las variables seleccionadas y relacionadas con el proyecto de inversión, que nos llevarán a la búsqueda de una solución inteligente por medio de la recopilación de información en fuentes como la Secretaría de Turismo, Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática que determine el objetivo del proyecto, sus fases, la factibilidad, el análisis del mercado, financiamiento y organización del proyecto de inversión. De esta manera se tomarán opciones que disminuyan el riesgo de equivocarse al decidir la ejecución del proyecto.

El contenido del capítulo 4 presenta los resultados sobre la viabilidad en la implementación del proyecto de inversión “**Casas de Barro**” S.A. de C.V. de forma técnica, económica, y financiera.

En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con la presente investigación, dando respuesta a la pregunta, cumpliendo con el objetivo aprobando o rechazando la hipótesis que se planteó al inicio de la investigación de acuerdo a los resultados obtenidos. También se proponen las recomendaciones que a partir del estudio realizado se pueden plantear para futuras investigaciones.

En el capítulo 6 se muestran las estrategias para la implementación del presente proyecto.

Finalmente se presentan las referencias y el anexo.

## **CAPITULO II**

### **Turismo, ecoturismo y sustentabilidad, una aproximación teórica.**

#### 2.1.- El desarrollo económico y el medio ambiente, un dilema actual.

Desarrollo económico y el medio ambiente, la importancia de este tema se ha incrementado sustancialmente durante los últimos años , tal como quedo demostrado en 1992 cuando 150 mandatarios se congregaron en Rio de Janeiro para discutir ese tópico y para lograr nuevos convenios que fomenten un medio ambiente más limpio para las próximas generaciones, el deterioro ecológico tiene importantes consecuencias sobre el potencial del desarrollo de un país, cabe enfatizar que un medio ambiente más limpio es en sí mismo un factor importante que contribuye al mejoramiento del bienestar social que es la meta del desarrollo. Un mal manejo de los recursos naturales también puede llevar a la destrucción de la tierra cultivable por erosión del suelo, descenso en la producción pesquera debido a la contaminación del agua, a la reducción del potencial turístico debido a la destrucción de las bellezas naturales, etc.

Se discute sobre la incompatibilidad entre el desarrollo y la protección del medio ambiente, es decir, se expresa que la contaminación es un precio que se debe pagar por el progreso económico. El informe sobre el desarrollo mundial ofrece un reto a este punto

de vista. De hecho, se discute que la pobreza, y no el crecimiento económico, es el peor enemigo del medio ambiente.

El Homo sapiens se encuentra en otro momento crucial de historia relativamente larga. Las actividades de nuestra especie en el planeta han llegado ahora a una escala tan grande que comienza a afectar el mismo sistema ecológico sustentador de vida. Todo el concepto de crecimiento económico (definido como el aumento de consumo material) se debe volver a plantear, especialmente como una solución al creciente número de problemas sociales, económicos y ambientales interrelacionados. Lo que necesitamos ahora es un desarrollo económico y social real y un conocimiento explícito de la interrelación e interdependencia de todos los aspectos de la vida en el planeta.

Necesitamos desarrollar una economía que sea fundamentalmente ecológica en su perspectiva central, la economía ecológica es un intento para trascender las estrechas fronteras disciplinarias que han crecido en los últimos 90 años, con el fin de poder aplicar todo el poder de nuestro capital intelectual a los enormes problemas de enfrentarnos ahora. El hombre se ha adaptado con éxito a enormes retos, ahora el desafío consiste en vivir de forma sustentable y adecuada dentro de los límites materiales de un planeta finito.

### 2.1.1. Límites localizados y globales

El subsistema económico ya ha alcanzado o excedido límites importantes, y al hacerlo hemos ensuciado partes de nuestro nido y prácticamente no hay ningún lugar en la tierra donde estén ausentes los signos de economía humana. Desde el centro de la Antártida

hasta el monte Everest los desperdicios humanos son obvios y van en aumento. No es posible encontrar una muestra de agua del océano sin una señal de las 20 mil millones de toneladas de desperdicios humanos que son vertidos anualmente, yendo en aumento la desertificación, la invasión urbana de las tierras de cultivo, superficies bituminosas, erosión del suelo, contaminación, cambio climático, así como la ruptura en la capa de ozono, (Carballo, 2006).

### 2.1.2.- Hacia la sustentabilidad

Una definición de sustentabilidad es la siguiente “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”

Conforme las economías cambian de agrarias a industriales y se vuelven más orientadas al servicio, entonces el crecimiento del producto puede cambiar hacia un crecimiento que sea menos dañino para las fuentes y los sumideros (por ejemplo, carbón y acero para fibras ópticas y artículos electrónicos) Debemos cambiar rápidamente hacia la producción que sea de rendimiento menos intensivo, acelerando los avances técnicos en productividad de recursos es decir “producir más con menos” (Martinez, Roca, 2000).

- El crecimiento del producto que exceda tales límites no será un precursor de la sustentabilidad.
- El tamaño del sector del servicio en relación con la producción de bienes tiene límites.

- Debe tener límites incluso si muchos servicios son absolutamente de rendimiento intensivo, como el turismo, la educación superior y la atención de la salud.

### 2.1.3.- Conflicto de intereses por el desarrollo sustentable

Las identidades culturales y los valores de la naturaleza no pueden ser contabilizados y regulados por el sistema económico. La pobreza, la degradación ambiental, la pérdida de valores y prácticas culturales, y la equidad transgeneracional; la productividad natural y la regeneración ecológica, el riesgo y la incertidumbre. Todas estas externalidades constituyen procesos inconmesurables que no pueden ser reabsorbidos por la economía asignándoles un patrón común de medida a través de los precios de mercado. La ética ambientalista se orienta hacia los valores del ocio que genera la sociedad posmaterialista, al tiempo que una moral conservacionista rechaza el estilo de vida del hiperconsumo y una ecología social se funda en los principios de una gestión local, descentralizada y democrática de los recursos.

De los países tropicales del tercer mundo emerge así un nuevo paradigma productivo, basado en el potencial ecológico de su geografía y en la pluralidad de sus identidades étnicas. Este paradigma ambiental promueve la sustentabilidad desde sus bases ecológicas y culturales, a través de la descentralización de la economía y la diversificación de los estilos de desarrollo, movilizándolo a la sociedad por la reapropiación de su patrimonio de recursos naturales y la autogestión de los procesos productivos.

La sustentabilidad emerge como una necesidad de restablecer el lugar de la naturaleza en la teoría económica y en las prácticas del desarrollo, internalizando condiciones ecológicas de la producción que aseguren la sobrevivencia de la vida y un futuro para la humanidad, (Constanza, 1989).

#### 2.1.4.- Desarrollo y crecimiento

En la economía distinguimos entre crecimiento y desarrollo. En una observación constructiva para salvar la expresión “desarrollo sostenible”, cuya vida empezó como sinónimo de “crecimiento económico ecológicamente sostenible”. Si desarrollo sostenible es crecimiento económico habitual que se pretende que sea ecológicamente sostenible, se está tratando de engañar, ya que es imposible que las grandes economías como las europeas que ya ocupan espacios ambientales mucho mayores que su territorio, crezcan más aun, y eso sea ecológicamente sostenible, basta observar el flujo de energía y de materias primas hacia esas economías. Solo cabría mas crecimiento económico si este fuera desmaterializado.

De momento los aumentos de PIB (que es como se mide el crecimiento económico) implican crecimiento de uso de energía y materiales, aunque en las economías maduras la relación es menos que proporcional. Este es el gran tema actual de la economía ecológica ¿Cuál es la relación entre crecimiento económico y gasto de materiales y energías? ¿Qué sorpresas nos deparan los intentos de mejorar la eficiencia energética y el uso de materiales?, (Martinez, Roca 2000).

## 2.2.- El ecoturismo como una actividad de desarrollo económico

Los modelos de desarrollo económico que las sociedades adoptaron a lo largo del siglo XX, se caracterizaron por fomentar la industrialización y promover el crecimiento económico antes que el mantenimiento de los bienes y servicios ambientales que proveen los ecosistemas. Como respuesta a esta situación el gobierno mexicano suscribe una serie de acuerdos internacionales y se compromete a promover una política orientada a la biodiversidad existente en nuestro país, reconociéndola como un acervo esencial para el desarrollo sustentable y a promover el bienestar en comunidades rurales e indígenas sobre todo aquellas asentadas en áreas de relevancia ambiental.

En México las áreas naturales protegidas adquirieron una nueva perspectiva cumpliendo una doble función; proteger las zonas del territorio nacional con ecosistemas originales y contribuir a la erradicación de la pobreza mediante el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. (CONANP,2007).Con la finalidad de reforzar estrategias para promover el desarrollo productivo generar empleos y canalizar recursos para el bienestar social en zonas de marginación que en ocasiones son de gran relevancia ambiental y además cuentan con un acervo arqueológico, histórico y cultural ya que contienen un enorme potencial para convertirse en un recurso turístico se promueven y apoyan proyectos productivos en este ámbito, pero guiados por una nueva visión global del turismo que busca que el visitante desarrolle experiencias recreativas en ambientes naturales auténticos y conservados.

Esta nueva perspectiva implica poner en valor el capital ambiental y el patrimonio histórico y cultural, de tal forma que el desarrollo turístico se enmarco en la premisa de la

sustentabilidad estableciéndose para ello en el plan nacional de desarrollo 2001-2006 que el turismo debería traducirse en una mejoría en el bienestar de las poblaciones locales que les permita ser participes plenos en el proceso de desarrollo, buscando promover la equidad social, la conservación del ambiente y la rentabilidad de las inversión social, pública y privada.

En este sentido diversas dependencias como la Secretaría del medio ambiente y recursos naturales (SEMARNAT), Secretaría de turismo (SECTUR), Secretaría de desarrollo social (SEDESOL) y la Comisión nacional forestal (CONAFOR) por citar solo algunas consideraron al ecoturismo como una modalidad turística que permita en forma simultánea conservar los recursos naturales, así como brindar oportunidades de desarrollo económico a las comunidades además de difundir que el uso público de los ecosistemas se realice de una manera sustentable.

En este contexto desde 2001 el gobierno federal promovió entre las comunidades que se encontraban en zonas de alta marginación en las zonas de influencia de las aéreas naturales protegidas, o bien en zonas rurales con poblaciones indígenas la creación de proyectos productivos comunitarios que incorporaran actividades de aventura, de observación de flora y fauna silvestre y de turismo rural. Como respuesta a esta política diversas dependencias gubernamentales otorgaron apoyos para la construcción de infraestructura tales como alojamientos, comedores, servicios sanitarios, equipamiento, asistencia técnica y capacitación.

Por otra parte, en ese mismo tiempo, en el ámbito del sector privado se fueron consolidando empresas orientadas al segmento del turismo de aventura y ecoturismo en diversas regiones del país tales como la península de Yucatán, Baja California, la parte central del estado de Veracruz y la región centro de México. En los últimos años el turismo de naturaleza paso del terreno discursivo a la construcción de más de 400 empresas comunitarias y privadas dedicadas a la operación de servicios de ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural. Este crecimiento demuestra que en este segmento ha ido cobrando mayor relevancia, en virtud del interés por parte de los visitantes nacionales y extranjeros por la realización de actividades turísticas basadas en la naturaleza, lo cual ha promovido la paulatina formación de un mercado nacional orientado primordialmente al turismo de aventura, al ecoturismo y al turismo rural.

Por otra parte la mayoría de las zonas donde se está desarrollando el turismo de naturaleza, se ha ido reforzando dentro de las comunidades la educación ambiental y la reflexión sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales y la oportunidad que estos brindan para generar una opción alterna de ingresos, independientemente de las actividades tradicionales. A pesar de muchos esfuerzos, el turismo de naturaleza no ha logrado colocarse como una estrategia totalmente exitosa para atender los problemas de pobreza y marginación del medio rural especialmente en términos de la creación de empleos y la generación de ingresos para las comunidades.

Un reto que enfrenta el turismo de naturaleza en México es ser competitivo a nivel nacional e internacional y que los resultados contribuyan a mejorar el bienestar económico y social de las localidades donde operan las empresas. Tanto la empresa

pública como la privada deberán generar acciones para cumplir con la normatividad establecida en la materia.

En el entorno internacional la actividad turística atraviesa por transformaciones muy profundas tanto en su estructura económica como en sus objetivos y alcances. En el marco de la globalización, la evidencia disponible muestra que el turismo se ha expandido considerablemente durante los últimos 20 años. Por un lado, la expansión ha sido impulsada por el incremento sostenido del ingreso real y del tiempo disponible de ocio de los individuos, particularmente en los países desarrollados. Ello ha provocado una fuerte demanda por servicios turísticos que responden a la existencia de nuevos perfiles de preferencia entre los consumidores.

A diferencia de los servicios tradicionales -como los de sol y de playa-, los nuevos perfiles de preferencias entre los consumidores han provocado cambios en la oferta de productos y servicios turísticos, reflejados en el incremento de la especialización y la calidad de los servicios, los cuales, sin duda alguna satisfacen gustos más sofisticados y exigentes. En general, respecto a los cambios en el perfil de los viajeros, se ha observado que los hábitos de consumo son más experimentados. Uno de los efectos ha sido la reducción en la propensión a planear vacaciones con mucha antelación. Por otro lado, la expansión del mercado mundial del turismo responde a un momento de alta competitividad en la oferta, fincada en la capacidad de diferenciar los productos y servicios ofrecidos al visitante, y que esencialmente depende de los atractivos específicos del destino. Esta intensa competitividad, a su vez ha generado una mayor accesibilidad a los mercados a partir de la disminución de los precios para los consumidores usuarios.

En nuestro país, la industria turística es un elemento fundamental para la creación de empleos, la participación económica del sector turístico se ha mantenido entre 3.3 y 5% posicionándose en el tercer lugar en la generación de divisas después del petróleo y las manufacturas. En México los servicios ligados al ecoturismo no se desarrollaron si no en fechas recientes, y su enorme potencial económico permanece poco explorado. De igual forma la incorporación de la dimensión de la sustentabilidad al diseño de programas para el desarrollo turístico del país es todavía incipiente.

La extraordinaria riqueza natural arqueológica y cultural de México supone ventajas comparativas en este nuevo rubro de actividad turística, caracterizado por su amplio potencial económico y sus importantes contribuciones a la conservación del patrimonio natural del país. El aprovechamiento de este potencial y la integración de los principios y orientaciones del turismo sustentable a las estrategias de crecimiento de la industria, resultan necesarios para responder a las nuevas condiciones del mercado, además de que constituyen elementos imprescindibles para la planeación de un desarrollo turístico ordenado y coherente con la conservación y el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales y humanos en el país.

### 2.3.- Impacto de la actividad ecoturística en el PIB de los países.

En la compatibilidad entre el crecimiento económico y la sustentabilidad ambiental se distinguen los crecimientos del producto interno bruto, del gasto o desgaste biofísico y del bienestar, reconociendo que el primero es el objetivo principal de la política económica. La relación entre ellos es compleja, pero el daño ambiental por unidad de

PIB puede reducirse mediante instrumentos tecnológicos u otros medios, y tendrá que disminuirse sustancialmente para alcanzar la sustentabilidad ambiental. Si la reducción es muy costosa financieramente, el crecimiento del PIB deberá disminuirse hasta alcanzar la sustentabilidad. La cuestión más importante de la política macroeconómica es la relación entre la sustentabilidad y el crecimiento del PIB.

La actividad económica necesita tres funciones del ambiente:

- Materias primas y energía como factor de insumos.
- La asimilación de desechos.
- El mantenimiento de los sistemas de apoyo vital (regulación del clima y mantenimiento de la diversidad genética)

El crecimiento del PIB con ambiente sustentable depende de la sustitución y del cambio técnico y estructural, con el fin de mantener los impactos ambientales dentro de condiciones de sustentabilidad ambiental. Las políticas ambientales del pasado no parecen haber tenido un impacto negativo en el crecimiento del PIB, pero son una guía incierta para las políticas más estrictas que requerirán en el futuro. En Latinoamérica las situaciones y motivos que han dado lugar a complejos turísticos y proyectos específicos son muy diversos. Con frecuencia se observa una vinculación entre los mecanismos de gestación de los proyectos turísticos con las maneras como se han elegido las zonas donde estos se habrán de ubicar. (Hernández, 2004), establece que en turismo, cuando los proyectos se generan dentro de un proceso de planificación, es muy importante la

aplicación de ciertos instrumentos metodológicos para la selección de zonas y áreas turísticas. Recientemente, uno de los segmentos que ha cobrado una gran importancia respecto al crecimiento del mercado es el turismo sustentable, del cual emergen el ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza.

En América latina Costa Rica fue uno de los pioneros en ecoturismo siendo un país que en la actualidad es reconocido internacionalmente como un verdadero destino ecoturístico; 54% de los visitantes extranjeros que en el 2006 viajaron a Costa Rica visitaron parques nacionales o áreas protegidas. En este mismo año el turismo contribuyó con un 7.9% del PIB (Producto Interno Bruto) generando un 13.3% de los empleos directos e indirectos, (Departamento de estadísticas Instituto Costarricense de turismo 2008).

En nuestro país, la industria turística es un elemento fundamental para la creación de empleos se calcula que aporta alrededor de 9% del total de la planta de empleo o bien unos 600,000 empleos directos y alrededor de 1, 000,000 de indirectos. La participación económica del sector turístico se ha mantenido entre 3.3 y 5% del P.I.B. en los últimos 5 años. El turismo ocupa el tercer lugar en la generación de divisas después del petróleo y las manufacturas, con un ingreso de alrededor de ocho mil millones de dólares (mdd) en 1998.

México cuenta con importantes ventajas comparativas en el rubro ecoturístico, así lo indica la extraordinaria diversidad biológica, la gran variedad de ecosistemas y la vastísima riqueza arqueológica con que cuenta. En 2006, México recibió 21.4 millones

de turistas extranjeros, se calcula que de ellos aproximadamente un tercio visito sitios de interés ecoturístico. Se estima que en 2020 se recibirán más de 20 millones de turistas extranjeros, estimando así un crecimiento del 6.7% anual de los ingresos económicos generados. (OMT Organización Mundial de Turismo). Son muchos y muy diversos los atractivos en nuestro país., (Ceballos,1994) un clima en general benigno en la mayor parte de su extensión territorial, hermosas playas en ambos litorales con adecuada infraestructura hotelera para el turista, pueblos y ciudades de gran belleza que atrae visitantes de todos rincones del planeta, lamentablemente no se han aprovechado adecuadamente estas potencialidades ya que hoy en día solo el 5% del turismo convencional está representado por ecoturismo en este país (Ceballos, 1994). Es necesario y prioritario por lo tanto propiciar la consolidación de esta sana modalidad considerando los beneficios que puede aportar a la economía de la nación en general y con especial énfasis a determinadas regiones marginadas, generando empleos que promuevan su nivel de vida .

El futuro del ecoturismo en México es realmente promisorio. Aunque su evolución ha sido lenta, pasiva y gradual, el pronóstico de su avance se presenta prometedor. La cercanía con Estados Unidos y Canadá representa una ventaja estratégica en el mercado de los viajes ya que nuestros vecinos del norte cuentan con un mayor nivel de ingreso en promedio y mayor tiempo destinado al ocio; por otro lado es necesario manifestar que en los últimos 15 años México ha adecuado gran parte de la legislación que incide directamente en la normatividad y regulación de la actividad turística , quedando la secretaria de turismo con funciones eminentemente de promoción y coordinación y

asimismo, y particularmente relevante para el ecoturismo lo representa la LGEEPA (Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente) La participación de inversionistas y empresarios están fijando su atención en este especial “nicho” de mercado, debido a que al ecoturismo le augura un firme futuro de gran mercado turístico. (Carballo, 2006)

Existen en nuestro país alrededor de 193 áreas naturales protegidas que cubren una extensión territorial de 11.8 millones de hectáreas, esto es equivalente al 6% del territorio nacional, 13 reservas especiales de la Biosfera que abarcan 491,336” (Instituto Nacional de Ecología 2008). En Michoacán comunidades y ejidos han logrado por medio de la organización, integrar un producto ecoturístico sólido y atractivo para los visitantes que representa una alternativa real y rentable para diversificar el uso de sus recursos naturales y contribuir de esta forma a que el ingreso de divisas por concepto de turismo en el estado hayan aumentado de 2006 a 2008 un 342.2% de 250 millones de dls. A 1.106 millones de dólares.

México es un destino competitivo para el segmento del ecoturismo entre las características de sus recursos naturales destacan: el ser uno de los 14 países muy diversos del mundo, contar con cientos de especies endémicas, un amplio rango de ecosistemas y las condiciones climáticas para desarrollar actividades en cualquier época del año. Una característica importante son los productos extraordinarios representados por la observación de ballenas y mariposas monarcas secretaria de turismo, Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR, 2007).

Nuestro país ocupa el octavo lugar mundial por el número de turistas internacionales y el decimo por los montos de los ingresos recibidos; así mismo se ubica en el séptimo puesto por la cantidad de cuartos de hotel y el decimo tercer sitio por el volumen y gasto de los turistas mexicanos en el exterior, (Silva Herzog, 1994).

## 2.4.- Tipos de turismo

Los nuevos perfiles de preferencias contribuyen también a la segmentación del mercado y a la diversificación en la oferta y productos turísticos. Existen diferentes segmentos en el mercado de productos y servicios:

### 2.4.1.- Turismo de sol y de playa

El hábito de frecuentar las playas se remonta al primer tercio del siglo XVIII. Desde 1975 las playas eran frecuentadas por ingleses ricos en busca de sol y calor. Esta actividad estaba destinada principalmente a los enfermos pues se creía que el agua salada tenía una función medicinal. A partir del último tercio de este mismo siglo esta actividad tubo la adhesión de todo tipo de turistas y poco a poco las personas lo fueron realizando como una actividad de placer. Entre los años de 1775 y 1824, no cabe la menor duda de que el clima fue el factor de mayor importancia en los destinos turísticos.

En nuestra época predomina, entre los individuos que realizan esta forma de turismo: la clase media asalariada, pequeños y medios empresarios y jubilados. Las características que este tipo de turismo posee se destacan entre otras la necesidad de esparcimiento a bajo costo y con calidad, hoteles de precios accesibles, opción por lugares, conocidos

popularmente, en vez de otros de menor intensidad. Por tanto este tipo de turismo se preocupa por el precio del viaje, es decir cuánto puede gastar el turista y si puede gastar lo pretendido.

Se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves entre 25 y 30 grados centígrados. Este tipo de turismo suele ser utilizado por personas que residen en lugares en los que el clima es lluvioso o nublado durante gran parte del año y/o también se da en personas que no tienen cerca de su lugar de residencia playas, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial que se caracteriza por ser de gran escala concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda. La costa mexicana está llena de sol y de playa entre los principales destinos se encuentran Los Cabos, Mazatlán, Puerto Vallarta, Manzanillo, Zihuatanejo, Huatulco entre muchos otros.

#### 2.4.2.- Turismo de Aventura

En el siglo XX el turismo de aventura se desarrollo a lo largo y a lo ancho del crecimiento tradicional de la recreación al aire libre. A diferencia de otras formas de recreación el turismo de aventura ofrece una original oportunidad en la que los participantes experimentan mas y buscan lograr importantes esfuerzos aventureros. Las formas tradicionales de recreación por lo general incluyen elementos de destreza en un lugar específico al aire libre. Es el lugar el que brinda la atracción principal a un diferente

viaje de interés. Sin embargo, en el turismo de aventura, es la actividad la que atrae a los viajantes como participantes, este turismo está principalmente asociado con actividades donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de las actividades antes de recorrer las tradicionales atracciones turísticas.

Lo que distingue a estas actividades del turismo de aventura de las recreaciones tradicionales al aire libre es la “búsqueda deliberada del riesgo y la incertidumbre del resultado generalmente denominado aventura”. Aunque no está muy definida la dimensión exacta del mercado, por lo general se cree que existan algunas actividades de viajes de aventura comúnmente ofrecidas y organizadas por operadores comerciales, las que pueden posicionarse bajo la categoría de viajes de aventura.

La experiencia de aventura al aire libre ha sido conceptualizada de varias maneras y por lo general consiste de dos ideas: *riesgo percibido* y *competencia percibida*. Otra idea para tener en cuenta es que una experiencia de aventura está esencialmente asociada a un estado psicológico y a la participación en actividades físicas mientras se enfrentan los desafíos y riesgo de un determinado escenario ambiental. Por lo tanto, en el turismo de aventura, el escenario ambiental está interrelacionado en gran medida con la experiencia de participar en una actividad en particular.

Entonces, podemos sostener que el turismo de aventura está asociado a actividades específicas como el móvil principal para los viajes, así también como a los resultados esperados de las experiencias de los participantes en lugares particulares. Otro

ingrediente del turismo de aventura es una gran cantidad de riesgos asociada al desempeño de estas actividades.

#### 2.4.3.- Turismo de descanso y salud

Debido a que existe poca información acerca del tema del turismo de salud la mayoría de personas lo desconocen y es debido a la falta de difusión por parte de las autoridades especialistas en turismo y salud. Cuando se vincula el sector turismo con el sector salud se decide explorar el tema “Turismo de Salud” tomando dos ejes principales: La salud del turista y el turismo por razones de salud. El turismo de salud es un campo poco explorado ya que pocas veces se hace conciencia sobre lo que engloba, siendo que está enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas educacionales y recreativas y a la vez cuiden su salud, turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para la salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutaban. Los beneficios del turismo de salud son variados y van de acuerdo a los requerimientos de los turistas que viajan en busca de mejorar su salud ya sea curación de padecimientos crónicos, combatir adicciones, control de peso, etc.

#### 2.4.4.- Turismo Cultural

El turismo cultural se define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un

destino específico” (Secretaria de Turismo, Estudio estratégico de viabilidad de turismo cultural 2002). El turismo cultural juega un papel muy importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural y turístico de nuestro país. Los efectos que genera el tratamiento adecuado del turismo cultural desde una perspectiva de mercados, trae como consecuencia la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico y del desarrollo económico y social de las comunidades a partir de la generación de nuevos empleos.

#### 2.4.5.- Turismo Gastronómico

En el marco del destino la gastronomía destaca por su importancia, pues forma parte de la cultura que lo define; sin su gastronomía el destino queda incompleto como producto turístico, asimismo, las tendencias actuales del turismo buscan tener una relación mas directa con las comunidades que se visitan y vivir sus costumbres, en este tenor la gastronomía es un factor determinante. Al hacer un viaje uno de los factores que se recordara será la buena o mala comida; aun cuando hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o impresionantes monumentos, el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que se comió, incluyendo no solo la calidad de los elementos y bebidas sino también la higiene, el servicio y el ambiente todo lo que hace grata e inolvidable la experiencia de viajar. Esa es la importancia en el ámbito turístico de la gastronomía.

En la actualidad existen muchos tipos y modalidades de turismo y hay quienes visitan un destino en particular solo para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la región, para conocer las especialidades gastronómicas que se

preparan con motivos o en fechas específicas y que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos es decir para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias a eso es lo que llamamos turismo gastronómico. Que está creciendo en el ámbito mundial paulatinamente.

México es un país de una extraordinaria riqueza gastronómica; cada estado, cada región y cada pueblo de nuestra República cuentan con una amplia lista de platillos únicos ya que conforme va cambiando el medio geográfico y el paisaje, los olores y los sabores nos ofrecen distintos picores, dulzuras, espesores, temperaturas, olores, sabores y colores lo que permite tener una gran variedad de platillos y a la vez poseer una configuración gastronómica propia, (Secretaría de Turismo, 2006)

#### 2.4.6. Ecoturismo

El primer concepto para definir al ecoturismo fue planteado por el arquitecto y planificador mexicano, Héctor Ceballos Lascurain quien lo describe como “la ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin disturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar del panorama junto a sus plantas y animales silvestres, y así mismo cualquier manifestación cultural (pasada y presente) que se encuentre en estas áreas que propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”. Una década después varía su definición original, estableciendo la siguiente “aquella modalidad turística

ambientalmente responsable, consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí”.

El ecoturismo se distingue del simple turismo de naturaleza por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Se hace evidente que el aumento del turismo en zonas naturales delicadas puede tornarse en amenaza a la integridad de los sistemas y de las culturas locales, si no se lleva a cabo conforme a una planificación y administración apropiada. El número creciente de visitantes a estas áreas desde el punto de vista ecológico puede provocar una considerable degradación del medio ambiente. De la misma forma, la afluencia de visitantes y prosperidad puede perjudicar de muchas formas a las culturas indígenas, pero el mismo crecimiento crea oportunidades significativas para la conservación y para el beneficio de las comunidades locales.

El ecoturismo puede rendir ingresos sumamente necesarios para la protección de los parques nacionales y otros parajes naturales recurso que no podría obtenerse de otras fuentes. Además el ecoturismo puede ofrecer una alternativa viable de desarrollo económico a las comunidades locales que cuentan con escasas opciones de generación de ingresos. El ecoturismo, puede generar un mayor caudal de educación y activismo entre los visitantes transformándolos en agentes de conservación entusiastas y eficaces.

## 2.5.- Orígenes del ecoturismo

El término ecoturismo surge entre los años sesentas y setentas y empieza a cobrar mayor fuerza a partir de los 80's hasta la fecha. La sociedad de ecoturismo, con sede en North Bennington, Vermont, E.U.A., define al ecoturismo como “El viaje responsable por parte del turista hacia áreas naturales, el cual promueve la conservación del ambiente y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades que se visitan”. (Carballo, 2006). Esta definición incorpora el sentido ético de los visitantes hacia la conservación de los recursos naturales donde el ecoturismo se realiza, así mismo enfatiza los beneficios económicos derivados de esta práctica hacia la población anfitriona, algunas de las cuales son comunidades indígenas.

(Carter, 1994) Establece que el término “ecoturismo” es una forma de turismo alternativo y ciertamente responsable con el contexto ambiental, sociocultural, moral y práctico y finalmente añade la connotación que debe de ser sustentable, indicando con ello que la sustentabilidad, involucra la explotación racional presente de la actividad turística al tiempo que debe de conservarse el medio ambiente para beneficio de futuras generaciones. (Ruiz, 1997) señala para que auténticamente sea ecológico, “el turismo orientado a la naturaleza” debe respetar los siguientes principios:

- Ofrecer como fuente de valor y atractivo el disfrute de ecosistemas naturales y elementos biofísicos.
- Coadyuvar a la protección de los ecosistemas, paisajes distintivos y la vida silvestre, mediante apoyo a medidas de conservación concretas.

- Propiciar el desarrollo de manera acorde con las características particulares de cada ecosistema.
- Adaptarse a las condiciones de cada región, incorporando paulatinamente a las comunidades locales en los beneficios toma de decisiones y operación permitiendo su crecimiento gradual y con ello la reducción de impactos negativos que pudiera generar.
- Emplear a la población local en empresas turísticas y usar productos y servicios locales tradicionales de la zona.
- Respetar la calidad del paisaje y el ambiente
- Publicitar y comercializar los servicios turísticos en áreas naturales con base en la apreciación, el entendimiento y su valorización por parte del público.

Las definiciones que se analizan, coinciden en señalar como elementos sustanciales la conservación de la naturaleza, la valorización histórica y cultural como experiencia sustraída del viaje, así como la contribución económica que debe permear en el destino que se visite. Es por ello que el ecoturismo surge como una nueva opción que promueve la conservación del patrimonio natural y cultural y fomenta el desarrollo sustentable, por lo que debe ser considerado especialmente como un segmento del gran mercado de turismo convencional generalizado. Existe, por lo tanto, un abanico muy amplio de gustos y preferencias que tipifican al visitante cuando establece sus intereses personales.

## 2.6.- El turismo sustentable en México

La práctica del desarrollo sustentable, a fines de los años ochenta dejó ver que este concepto es difícil de generalizar por la misma complejidad de las sociedades y dimensiones humanas, de tal forma que se considero como una visión de carácter utópico. Las experiencias de aplicar el desarrollo sustentable han concluido que se requiere un cambio en la racionalidad humana respecto a las actuales formas de uso de los recursos naturales para lograr su persistencia en el tiempo y espacio y que es más viable planear hacia las vías o trayectorias que puedan llevar a la sustentabilidad del sistema. El desarrollo sustentable se transforma en un proceso hacia la sustentabilidad, a partir de cambios en las creencias, actitudes y comportamientos de los individuos hacia la naturaleza, por ser considerados los responsables de la degradación ambiental.

La sustentabilidad busca como objetivos generales diseñar, promover y consensuar estrategias basadas en el presente a fin de mantener el capital ambiental, económico social. Así mismo la sustentabilidad considera que es un imperativo dar seguimiento a los logros y obstáculos que se van presentando durante el tránsito por esta visión del desarrollo. En 1995 se aprobó y promovió el “Programa de acción para el desarrollo sustentable” como una respuesta que trata de hacer operativo el reto de mantener los actuales recursos y garantizar que estén disponibles para generaciones futuras.

El mencionado programa puede considerarse como el primer plan de acción con un elevado nivel de consenso internacional para promover el desarrollo sustentable. En esta iniciativa se reconoció que el desarrollo sustentable era una visión utópica y que lo

importante no era llegar al estado final, sino transitar hacia él, cumpliendo tres grandes directrices:

*Ecología:* los ecosistemas no deben ser degradados al punto de perder su integridad, su capacidad de regeneración natural ni sus principales funciones ecológicas como el control hidrológico, la regulación climática, la prevención de la erosión, contaminación, el mantenimiento de la biodiversidad y sus hábitats.

*Económica:* debe existir rentabilidad en los proyectos auxiliada por el *know how* (Habilidad que una institución posee para desarrollar las habilidades técnicas precisas para áreas de trabajo específicas) de la factibilidad tecnológica, la que debe proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de recursos.

*Social-cultural:* los beneficios y los costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos participantes, por tanto se deberá respetar la identidad y valores culturales de los participantes

El turismo sustentable busca minimizar los impactos sobre los ecosistemas en respuesta al uso de los recursos naturales por actividades turísticas y así mismo procura la conservación de la cultura y tradiciones del destino. En otras palabras pretende ser una actividad ambiental y socialmente responsable. Los principios y orientaciones del turismo sustentable juegan un papel preponderante en las estrategias de la industria turística global, debido por un lado a la diversificación de la carrera turística, y por otro

lado, a la importancia que el turismo de bajo impacto ha cobrado entre la gran masa de consumidores de servicios turísticos -la clase media-.

La integración de la sustentabilidad al desarrollo turístico se ha convertido en uno de los requisitos que el mercado, y en específico la demanda, han impuesto para atraer a los segmentos interesados en el desarrollo de las actividades asociadas a la naturaleza y a la cultura, y ha resultado necesaria para aumentar la competitividad y la rentabilidad de las empresas turísticas. Los aspectos más significativos en la búsqueda de la sustentabilidad incluyen el creciente peso relativo de los elementos culturales en la elección de los destinos turísticos –comida tradicional, lugares antiguos, arte y artesanías interacción con su gente, etc.- y la mayor demanda por experiencias compatibles con la importancia que la gran masa turística otorga a la calidad ambiental. Ambos fenómenos generan nuevas oportunidades de negocios para el ecoturismo y el turismo basado en la naturaleza.

La sustentabilidad ambiental se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos naturales de manera que sea posible mejorar el bienestar de la población sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Uno de los retos que enfrenta México es incluir al medio ambiente como uno de los elementos del desarrollo económico y social.

## 2.7.- El ecoturismo como herramienta para el desarrollo regional.

En fechas recientes, el ecoturismo ha sido reconocido como un útil instrumento de desarrollo regional. Los visitantes que son atraídos a un área natural requerirán de una

amplia variedad de servicios durante su estadía. Las diferentes modalidades del turismo basado en la naturaleza están frecuentemente centradas en áreas un poco aisladas o de difícil acceso que, por diversos motivos, han sido dispensadas en los estragos de la civilización. Frecuentemente para las personas que habitan estas áreas se presentan pocas opciones de desarrollo aparte del turismo. Existen otras áreas de larga tradición agrícola y/o pecuaria que están pasando por etapas críticas o de franca decadencia. En estos casos el ecoturismo puede presentarse como una opción adicional de generación de empleos y de ingresos.

Es importante señalar que no deberá concebirse el ecoturismo ni como panacea ni como actividad única de la comunidad rural. Deberá constituir una actividad complementaria de otras de índole tradicional que ya practican los habitantes locales. De no ser así puede caer en un tipo de monocultivo que podría ser desastroso ya que la actividad turística puede sufrir fluctuaciones bruscas, muchas veces por factores totalmente externos e inclusive de carácter mundial (recesión, disturbios políticos, guerras, etc). Además se podría caer en el contrasentido de que pronto los habitantes rurales ya no estuvieran generando sus alimentos y tengan que traerlos de otro lugar.

Es indudable que el objetivo principal del involucramiento de la población local en el ecoturismo es que este proceso les brinde oportunidades concretas de beneficio socioeconómico dentro de patrones de sustentabilidad. De esto dependerá que los habitantes locales verdaderamente respeten el recurso principal en el que se basa el ecoturismo, que es un ecosistema natural lo menos disturbado y degradado incluyendo su flora y fauna nativas. Una parte importante de los beneficios surgidos del ecoturismo

podrían destinarse a mejorar el nivel de vida de las comunidades locales, mejorando los servicios públicos y educativos.

El ecoturismo habrá de ser visto como lo que realmente es: una herramienta potencialmente útil para un desarrollo rural local dirigido a la protección de ecosistemas naturales.

Podemos clasificar a los atractivos turísticos de un área en tres categorías básicas:

- Atractivos focales
- Complementarios
- Apoyo

Los atractivos ecoturísticos focales de un área o región determinada siempre se referirán a los elementos distintivos del patrimonio cultural y/o natural que se encuentran en dicha área. Son aquellos rasgos intrínsecos de singularidad que mejor caracterizan a dicho sitio o región y el motivo fundamental por el cual los ecoturistas querrán visitarlo.

Los atractivos ecoturísticos complementarios también se refieren a elementos de patrimonio natural y/o cultural que se encuentran en un área determinada, pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a atracción turística de los atractivos focales.

Los atractivos ecoturísticos de apoyo están constituidos por los elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporcionan al visitante diferentes satisfacciones. Aquí

se incluyen los alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, senderos y miradores, servicios de paseos a caballo, en lancha, etc.

En todo plan de manejo de un área protegida se debe incluir un programa de monitoreo de los impactos del turismo cuyo objetivo es asegurar que los impactos ambientales no excedan los límites de cambio aceptables que sean determinados. (Ecoturismo, base para el desarrollo regional sustentable, (Huerta 2003).

El proyecto de inversión “Casas de Barro” S.A. de C.V. se considera sustentable ya que pretende satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras, promoviendo el bienestar de la comunidad rural en donde se desarrollará, la cual está asentada en una área de relevancia ambiental que contiene un enorme potencial para convertirse en un recurso ecoturístico, el proyecto busca el desarrollo productivo generando empleos y canalizando recursos para el bienestar social, poniéndole valor al capital ambiental y al patrimonio histórico y cultural, de tal forma que el crecimiento en el ecoturismo nos permita ser participes plenos en el proceso de desarrollo, promoviendo la equidad social, la conservación de la naturaleza y la rentabilidad de la inversión.

## Capítulo III

### **Administración de Proyectos de Inversión en el ecoturismo.**

#### 3.1.- Propósitos de la Administración de Proyectos de inversión.

Descrito en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. Por lo cual, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etc. (Baca,2006).

Cualquiera que sea la idea que se pretende implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de las personas. El proyecto surge como una respuesta a una “idea” que busca ya sea la solución de un problema (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos) o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros. Múltiples factores influyen en el éxito o fracaso de un proyecto. En general se pueden señalar que si el bien o servicio es rechazado por la comunidad significa que la asignación de recursos adoleció de defectos de diagnóstico o de análisis que lo hicieron

inadecuado para las expectativas de satisfacción de las necesidades del conglomerado humano.

Las causas del fracaso o del éxito pueden ser múltiples y de diversa naturaleza. Un cambio tecnológico importante puede transformar un proyecto rentable en uno fallido. Mientras más acentuado sea el cambio que se produzca, en mayor forma va a afectar el proyecto. Los cambios en el contexto político también pueden generar profundas transformaciones cualitativas en los proyectos en marcha. De menor importancia, pueden ser los cambios de gobierno o las variaciones de política económica en un país determinado. Pero, asimismo, cualquier cambio en la concepción del poder político en otras naciones puede afectar en forma directa a algunos proyectos o tener repercusión indirecta en otros. También son importantes los cambios en las relaciones comerciales internacionales. La inestabilidad de la naturaleza, el entorno institucional, la normatividad legal y muchos factores hacen que la predicción perfecta sea un imposible. La decisión que se tome con más información siempre será mejor, salvo el azar, que aquella que se tome con poca información. Los aspectos indicados señalan que no es posible calificar de malo un proyecto por el solo hecho de no haber tenido éxito práctico. Tampoco puede ser catalogado de bueno un proyecto que, teniendo éxito, ha estado sostenido mediante expedientes casuísticos. Los subsidios, en cualquiera de sus múltiples formas, pueden hacer viables los proyectos que no deberían serlo al eliminarse los factores de subsidiariedad que los apoyaban. Existen diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto. Los niveles decisorios son múltiples y variados, puesto que en el mundo

moderno cada vez es menor la posibilidad de tomar decisiones en forma unipersonal. Por lo regular los proyectos están asociados interdisciplinariamente y requieren de diversas instancias de apoyo técnico antes de ser sometidos a la aprobación de cada nivel.

No existe una concepción rígida definida en términos de establecer mecanismos precisos en la toma de decisiones asociadas a un proyecto. No obstante, resulta obvio señalar que la adopción de decisiones exige disponer de un sinnúmero de antecedentes que permitan que esta se efectúe inteligentemente. Para ello se requiere de la aplicación de técnicas asociadas a la idea que da origen a un proyecto y lo conceptualizan mediante un raciocinio lógico que implique considerar toda la gama de factores que participan en el proceso de concreción y puesta en marcha de este.

Toda toma de decisiones implica un riesgo. Obviamente, algunas tienen un menor grado de incertidumbre y otras son altamente riesgosas. Resulta lógico pensar que frente a decisiones de mayor riesgo, exista como consecuencia una opción de mayor rentabilidad. Sin embargo, lo fundamental en la toma de decisiones es que esta se encuentre cimentada en antecedentes básicos concretos que hagan que las decisiones se adopten concienzudamente y con el mas pleno conocimiento de las distintas variables que entran en juego, las cuales, una vez valoradas, permitirán, en última instancia, adoptar en forma consciente las mejores decisiones posibles.

En el complejo mundo moderno, donde los cambios de toda índole se producen a una velocidad vertiginosa, resulta imperiosamente necesario disponer de un conjunto de antecedentes justificatorios que aseguren una acelerada toma de decisiones y hagan

posible disminuir el riesgo de equivocarse al decidir la ejecución de un determinado proyecto, (Sapag, 2003).

### 3.2.- Objetivos de la administración de proyectos de inversión.

El sistema económico de un país constituye el mercado dentro del cual se desarrollan las actividades públicas y privadas; en él se nutren, vía información, abastecimiento y disponibilidad de mano de obra, recursos materiales y, desde luego recursos financieros, todas las actividades primarias, industriales y de servicios, las que al ser llevadas a la práctica generan efectos que impactan en mayor o menor medida, positiva o negativamente, al sistema económico en general.

El estado orienta la función de planeación de desarrollo económico de un país por medio de planes que señalan las políticas que deberán seguirse en los sectores económicos del país. Sin embargo, a fin de lograra efectividad en los planes, éstos se desglosan en programas, los que a su vez para tener flexibilidad y especificar los objetivos finales que han de lograrse se integran en proyectos. La preparación o desarrollo de proyectos constituye la fase final de la formulación de preguntas y el elemento de enlace con la etapa práctica de las realizaciones que ellos suponen, por lo que deben ser congruentes con los objetivos de desarrollo del país.

El proyecto no es un instrumento o fenómeno aislado, su realización tanto a nivel público como privado tiene repercusiones en un universo mayor, sea este un país, entidad o corporación. El impacto de los proyectos públicos y privados que se realizan en un país es directo en el desarrollo económico, medido este en términos de ingreso nacional e

ingreso per-cápita (Erossa, 2003) Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir un bien o un servicio. Las inversiones no se hacen solo porque alguien desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo ganará dinero. En la actualidad una inversión inteligente requiere de una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos, (Baca,2006).

### 3.3.- Fases de la Administración de proyectos de inversión

Evaluar los proyectos es una actividad continua que se inicia desde el momento mismo que se empieza a concebir y que pasa por diferentes fases que a continuación se mencionan:

#### 3.3.1.- Identificación de la idea y su análisis

En la fase llamada “Identificación de las ideas” estas surgen de un procedimiento en cierta forma metodológico y sufren además una selección primaria. Dentro de esta fase se avanza hasta la elaboración de un bosquejo el cual ilustre sobre el complejo de inversiones que los responsables de ella juzgan como deseables y posibles.

Las ideas que emerjan al respecto, tendrán una base de factibilidad lógica. Deben ser aportadas por un grupo de técnicos creado exprofeso y de preferencia interdisciplinarios cuyo trabajo será el de considerar alternativas razonables, tomando en cuenta una gama de ítems y sobre todo el interés motriz de las personas físicas o morales e instituciones que surgen como promotoras en todo proceso. Debe dejarse aclarado que las ideas a las

cuales nos referimos son representaciones generales sobre conjuntos que se expresan con el fin de ser estudiadas a profundidad. En la mayoría de los casos resultan de una combinación que se realice sobre el área, los supuestos previos y la experiencia de situaciones análogas, (Hernández, 2004). Cuando nos enfrentamos a una idea, lo primero que tenemos que hacer es determinar los posibles cursos de acción que se pueden seguir. La existencia de diferentes cursos de acción es un requisito indispensable en el proceso de toma de decisiones. Cuando solo se tiene una sola alternativa de decisión, no es necesario perder el tiempo en analizar cómo proceder; se deberá seguir la única alternativa existente.

Este paso del proceso de toma de decisiones requiere que se generen todas las alternativas disponibles. Lo anterior significa que se debe tener mucho cuidado en tratar de incluir todas las alternativas. Es recomendable generar todas las alternativas disponibles para una determinada decisión, (Coss,1986).

### 3.3.2.- Recopilación de información

Las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto. De manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo; esta se puede hacer de las siguientes formas:

1. El llamado método de observación, que consiste en acudir a donde está el usuario y observar la conducta que tiene. Este método se aplica normalmente en tiendas de todo tipo, para observar los hábitos de conducta de los clientes al comprar. No

es muy recomendable como método, pues no permite investigar los motivos reales de la conducta.

2. Método de experimentación. Aquí el investigador obtiene información directa del usuario aplicando y observando cambios de conducta. Por ejemplo se cambia el envase de un producto (reactivo) y se observa si por ese hecho el producto tiende a consumirse más (o menos); es decir, se llama método experimental porque trata de descubrir relaciones causa-efecto. En dicho método el investigador puede controlar y observar las variables que desee.
3. Acercamiento y conservación directa con el usuario. Si en la evaluación de un producto o servicio nuevo lo que interesa es determinar que le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales que hay en el establecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a los interesados por medio de cuestionarios, (Baca, 2006).

### 3.3.3.- Pre-factibilidad

La meta del estudio de oportunidades de nuevas inversiones, tiene como objeto la presentación de proyectos dentro del total de las oportunidades de inversión existentes. En él se proporcionan un análisis detallado de la situación general a un macronivel, para establecer prioridades que sirvan de base para los proyectos existentes, (Erossa, 2003).

El estudio de pre-factibilidad consiste en unos análisis más detallados de los proyectos de inversión detectados y sus elementos son:

- Situación económica general.
- Análisis sectorial situación de mercado
- Análisis de la ingeniería del proyecto
- Costo de inversión y financiamiento
- Rentabilidad y beneficios socioeconómicos.

### 3.3.4.- Factibilidad

(Erossa, 2003), establece que el estudio de factibilidad abarca todos los datos e informaciones importantes para un proyecto de inversión; este material se procesa y presenta en forma sistemática, suficientemente detallada y de tal manera que facilite una decisión en cuanto a la implementación técnica y económica del proyecto. Su propósito es constituir un instrumento para la toma de decisiones que en este caso se refieren a proyectos de inversión por lo tanto la recolección y la investigación de datos tiene que realizarse de acuerdo con este propósito, lo que significa que todos los datos e informaciones que no tienen relevancia para el proyecto y para el propósito señalado no deben incluirse en el estudio. Sin embargo en muchos casos es casi imposible determinar la importancia de ciertos datos de antemano, solo durante la investigación puede detectarse si una información es excelente o no.

Un estudio de factibilidad cubrirá tanto las características técnicas como las económicas de un proyecto para poder tomar una decisión positiva. La evaluación técnica debe relacionarse estrechamente con la económica y la decisión final es una combinación

razonable de ambos factores. Las condiciones locales de inversión prevalecientes, forman un conjunto de preferencias incentivos y restricciones a nuevas inversiones, estos factores no son el objeto del estudio de factibilidad, no obstante de que ejercen una influencia definitiva sobre la viabilidad del proyecto y por lo tanto deben mencionarse como factores sobresalientes, preferentemente en el preámbulo del estudio.

El objetivo de un estudio se limita a la investigación de la factibilidad técnica y económica, ya que todas las consideraciones y detalles del seguimiento de un proyecto, después de elegir la decisión principal no se tratan en un estudio de factibilidad. Con frecuencia en el estudio tampoco se incluyen detalles acerca de la realización técnica y comercial, tal como la selección de proveedores, de maquinaria, detalles de ingeniería, contratos sobre administración, etc. El propósito de un estudio de factibilidad es enfocar y proporcionar la base para tomar una decisión sobre una inversión y por lo tanto, su contenido no debe anticipar ninguna actividad que se realizaría posteriormente a esa actividad.

### 3.4.- Investigación de mercado.

El objetivo del estudio de mercado en un proyecto consiste en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a conseguir a determinados precios, con ello se obtendrán datos e información exactos. La investigación de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, (Erossa, 2003).

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador de mercado al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes como el riesgo que no es cuantificable, pero que es perceptible esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en las fuentes primarias.

Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio ¿existe un mercado viable para el producto que se pretenda elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable será detener la investigación.

Dentro del estudio de mercado la demanda potencial es parte importante, ya que es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo, el límite superior de la

demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo, se expresa en unidades físicas o monetarias referidas a un periodo temporal y a unas condiciones dadas. Cuando se tienen los datos graficados de oferta-demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial.

El análisis de la oferta es igualmente importante, ya que ésta, es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado, (Baca, 2006).

El análisis de la oferta para un proyecto ecoturístico implica recabar datos que nos lleven a estimar el número de productores de este servicio en la región, la factibilidad técnica económica del proyecto, la localización, su capacidad instalada, la calidad en el servicio y el precio de éste, la inversión fija y el número de trabajadores.

### 3.5.- Ingeniería de proyectos de inversión.

Sobre la ingeniería del proyecto se puede decir que, técnicamente existen diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad del capital. En esta misma parte están englobados otros estudios, como el análisis y la selección de equipos necesarios, dada la tecnología seleccionada; en seguida, la distribución física de tales equipos en el proyecto así como la propuesta de la distribución

general, en la que necesariamente se calcularán todas y cada una de las áreas que forman la empresa.

### 3.6.- Inversión, financiamiento y presupuesto de proyectos de inversión.

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe de invertirse en capital de trabajo o el valor se desecho del proyecto.

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse, según corresponda, en terrenos obras físicas, equipamiento de fábrica y oficinas, capital de trabajo, puesta en marcha y otros. Puesto que durante la vida de operación del proyecto puede ser necesario incurrir en inversiones para ampliaciones, reposición de equipamiento o adiciones de capital de trabajo, será preciso presentar un calendario de inversiones y reinversiones que puede elaborarse en dos informes separados, correspondientes a la etapa previa a la puesta en

marcha y durante la operación. También se deberá proporcionar información sobre el valor residual de las inversiones.

Los ingresos de operación se deducen de la información de precios y demanda proyectada, calculados en el estudio de mercado, de las condiciones de venta, de las estimaciones de venta de residuos y del cálculo de ingresos por venta de equipos cuyo reemplazo está previsto durante el periodo de evaluación del proyecto, según antecedentes que pudieran derivarse de los estudios técnicos (para equipo de fábrica) organizacional (para el equipo de oficinas) y de mercado (para el equipo de venta)

Los costos de operación se calculan con la información de todos los estudios anteriores. Existe sin embargo un ítem de costo que debe calcularse en esta etapa: el impuesto a las ganancias, porque este desembolso es consecuencia directa de los resultados contables de la empresa, que pueden ser diferentes de los resultados efectivos obtenidos de la proyección de los estados contables de la empresa responsable del proyecto.

Una variable que complementaría la información posible de proveer a quien debe tomar una decisión se relaciona con el financiamiento. Cuando se incluye su efecto en un flujo de caja, ya sea por la contratación de un leasing o de una deuda para financiar parte de la inversión, deja de medirse la rentabilidad del proyecto y se determina la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto, la cual puede ser sustancialmente distinta a la del proyecto. Obviamente, el inversionista tomará una decisión sobre bases más documentada si se le proporcionan ambas rentabilidades, (Sapag, 2003).

### 3.7.- Evaluación de proyectos de inversión

La evaluación de proyectos pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto, y dan origen a las operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación. Lo anterior no significa desconocer la posibilidad de que puedan existir criterios disimiles de evaluación para un mismo proyecto. Lo realmente decisivo es poder plantear premisas y supuestos validos que hayan sido sometidos a la convalidación a través de distintos mecanismos y técnicas de comprobación. Las premisas y supuestos deben nacer de la realidad misma en la que el proyecto está inserto y en el que deberá rendir sus beneficios.

La correcta valoración de los beneficios esperados permitirá definir en forma satisfactoria el criterio de evaluación que sea el más adecuado.

Por otra parte, la clara definición de cuál es el objetivo que se persigue con la evaluación constituye un elemento clave para tener en cuenta en la correcta selección del criterio evaluativo.

El marco de la realidad económica e institucional vigente será lo que defina en mayor o menor grado el criterio imperante en un momento determinado para la evaluación de un proyecto. Sin embargo cualquiera que sea el marco en que el proyecto este inserto , siempre será posible medir los costos de las distintas alternativas de asignación de recursos a través de un criterio económico que permita, en definitiva conocer las

ventajas y desventajas cualitativas y cuantitativas que implica la asignación de los recursos escasos a un determinado proyecto de inversión, (Sapag, 2003).

### 3.8.- Organización de proyectos de inversión.

Uno de los aspectos que menos se tiene en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos y procesos legales.

Para cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva, es preciso simular el proyecto en operación. Para ello deberán definirse, con el detalle que sea necesario, los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto. Pueden existir diferencias sustanciales entre los costos de llevar riesgos normales versus computacionales y mientras en algunos proyectos convenga la primera modalidad en otros puede ser más adecuada la segunda.

La decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratarse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personas que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumos. Como puede apreciarse, una decisión que pareciera ser secundaria lleva asociada una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar.

Bastaría un análisis muy simple para dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones y costos del proyecto. Los sistemas y procedimientos contable-financiero, de información, de planificación y presupuesto, de personal, de adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más van asociados a costos específicos de operación.

Los sistemas y procedimientos que definen a cada proyecto en particular determinan también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico para oficinas, pasillos, estacionamiento, jardines, vías de acceso, etc. Ninguna de estas consideraciones puede dejarse al azar. De su propio análisis se derivan otros elementos de costos que, en suma, podrían hacer no rentable un proyecto que, según estimaciones preliminares, haya parecido conveniente de implementar. Casos típicos de estos son los mecanismos de comunicación interna, el equipamiento de implementos de prevención (incendios y riesgos en general) o la inclusión de la variable de retiro y recontractación del personal, por nombrar solo algunos.

Tan importante como los aspectos anteriores es el aspecto legal. Aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y procedimientos administrativos, influye en forma directa en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos. Los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte.

Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan en forma diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan.

Esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materias primas o productos terminados, o incluso en la constitución de la empresa que llevara a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según cuál sea el tipo de organización que se seleccione.

Otro de los efectos que constituye la determinación de los desembolsos que representa la concreción de las operaciones seleccionadas como las más convenientes para el proyecto. Por ejemplo, los gastos en los que se deberá incurrir por la confección de un contrato para encargar una tecnología que debe hacerse a pedido. De la misma forma, es posible identificar una serie de otros efectos económicos vinculados a variables legales.

En el proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V., se aplican técnicas disponibles sobre la formulación y evaluación de un proyecto de inversión ya que se considera como punto de partida, en tanto que el levantamiento de datos pertinentes, así como su análisis y las decisiones respectivas sean éstas en el área de mercado, finanzas, técnicas etc., nos lleven hacia a desarrollar las mejores alternativas para el avance y/o mejora del proyecto.

## **CAPÍTULO IV**

### **La factibilidad del ecoturismo en el caso “Casas de Barro”**

#### **S.A. de C.V.**

##### 4.1.- Antecedentes

Conscientes de la importancia del estado como destino turístico y motivados por la poca oferta de hospedaje en la modalidad de cabañas en el municipio de Tlalpujahua Michoacán, es creada la sociedad mercantil denominada “Casas de Barro” S.A. cuyo propósito es ofertar hospedaje soportado en los atractivos naturales, arquitectónicos, gastronómicos, culturales y artesanales, de la región denominada “País de la Monarca”

##### 4.2.- Misión

Considerando la misión como la razón de ser de “Casas de Barro” se propone la siguiente:

“Proporcionar a los turistas los servicios de hospedaje y recorridos, en una área natural ideal para el descanso, con instalaciones cómodas, seguras y limpias, en un ambiente amable”

### 4.3.- Visión

Entendiendo a la visión como la consecuencia de llevar a cabo con éxito las estrategias planeadas, se establece:

“Ser la principal opción de descanso en la modalidad de cabañas para los turistas del país de la Monarca, brindando servicios de manera oportuna, confiable y personalizada, fomentando el respeto por la naturaleza, cultura y tradiciones”

### 4.4.- Objetivos

A continuación se describen los principales objetivos del proyecto:

- Ofrecer el servicio de hospedaje en el municipio en la modalidad de cabañas.
- Promover la riqueza natural cultural y artesanal del municipio y del estado.
- Contribuir a la actividad turística del estado.
- Proporcionar a los turistas servicios de calidad que cumplan con sus expectativas.
- Generar empleos directos e indirectos en la región
- Incrementar las alternativas turísticas en la región.

### 4.5.- Marco Jurídico-legal.

“Casas de Barro” S.A. de C.V. se constituyo como una sociedad mercantil, en la modalidad de sociedad anónima de capital variable, bajo el régimen fiscal de pequeño

contribuyente, cuya actividad preponderante es la construcción, adaptación, operación, administración y mantenimiento de centros turísticos ecológicos.

#### 4.6.- Proyecto Ejecutivo.

El presente proyecto de inversión tiene el propósito de ofertar hospedaje bajo el concepto de cabañas, en el poblado de Los Reyes, Tenencia de San Francisco de los Reyes, municipio de Tlalpujahua en el estado de Michoacán.

Localizado en una región altamente turística del estado, el proyecto consiste en la construcción y posterior renta de cuatro cabañas a turistas y al público en general que busca hospedaje soportado en los atractivos naturales, arquitectónicos, gastronómicos, culturales y artesanales, de la región denominada “País de la Monarca”.

Para esto se evaluará la viabilidad técnica, económica y financiera, así como el impacto social resultante del proyecto.

#### 4.7.- Plan de desarrollo.

Localizado al noreste del estado, el municipio de Tlalpujahua limita al norte con el municipio de Contepec, al este y sur con el estado de México y, al oeste con Senguio y Maravatio. La distancia a Morelia, capital del estado es de 156 kilómetros.

- Industria: el municipio cuenta con una industria establecida como fabricas de esferas y adornos navideños, empaques de cartón, sacapuntas, cantera laminada y maquila de prendas de vestir, representando el 29% de su actividad económica.

- Comercio: cuenta con comercios medianos y pequeños donde la población adquiere los artículos de primera y segunda necesidad.
- Servicios: la capacidad de estos en la cabecera municipal es suficiente para atender la demanda ofreciéndose: hospedaje y alimentación en los hoteles y restaurantes de este lugar.

La tendencia de las personas a viajar para conocer otros estados y municipios como este, depende fundamentalmente de los atractivos turísticos con los que éste cuente; naturaleza, tradiciones, costumbres, arte, etc., y esto impacta de forma directa en nuestra demanda, a continuación se establecerá cuales son los atractivos turísticos del Municipio de Tlalpujahua.

- Monumentos Históricos: cuenta con varios monumentos arquitectónicos como son; el monumento a Ignacio López Rayón, el Ex convento Santuario de la Virgen del Carmen del siglo XVI, la parroquia de Tlalpujahua del siglo XVII, las capillas de San Miguel del siglo XVII, San Pedro, San Joaquín y Santa María de los Ángeles.
- Artesanías: en el municipio es reconocido nacional e internacionalmente por la fabricación mediante procesos artesanales, de esferas navideñas además de la calidad de la alfarería que ahí se produce.
- Gastronomía: la comida típica del municipio es la barbacoa de hoyo, la cabeza de res al horno de piedra y la sopa de hongos zetas.

- Centros Turísticos: en el municipio se localizan varios sitios turísticos como son: el parque “México”, el museo de mineralogía e historia, el ex-convento de la virgen del Carmen, así como iglesias y capillas del siglo XVI y XVII.

#### 4.7.1.- Datos generales del municipio de Tlalpujahua

El municipio cuenta con una población de 25,392 habitantes actualmente, de los cuales el 47% son hombres y el 53% son mujeres, la población representa en comparación al estado el 0.63%, con una religión en la localidad principalmente católica aproximadamente del 90% de la población y con una población casada ó unida de 12 años y más de 8,612 personas.

La localidad cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) de 6,639 de las cuales 98% se encuentra ocupada y una población económicamente inactiva de 10,255 personas, del total de la PEA ocupada el 21% se encuentran concentradas en actividades del sector primario como la agricultura y ganadería, el 45% se encuentra en el sector secundario con actividades como la artesanía, alfarería y el 34% se encuentra en el sector terciario donde ubicamos a la de fabricación de diferentes objetos.

Con lo anterior podemos ver que el sector secundario y terciario resulta fundamental en la región para la generación de ingresos y generación de empleos dejando al sector primario por último. Los servicios de hospedaje tienen un gran peso en función a los recursos naturales con que cuenta la región y los atractivos turísticos.

La localidad de Tlalpujahua cuenta aproximadamente con 5,221 viviendas, de las cuales el 99% son propias con un promedio 4.87 habitantes por vivienda, el 75% de las viviendas son de techo de teja, paredes de adobe y pisos de tierra.

#### 4.7.2.- Estructura del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V.

La organización de “Casas de Barro” se encuentra estructurada bajo un esquema lineal ya que está basada en los principios de la división del trabajo, aprovechando las actitudes y habilidades del personal al frente del negocio, a través la gerencia que tiene a su cargo la función de la correcta operación del negocio, ejerciendo autoridad y delimitando responsabilidades a sus subordinados.

#### 4.7.3.- El personal

Para la sociedad mercantil “Casas de Barro” al tratarse de una sociedad de nueva creación, los procesos de selección y contratación determinarán en buena medida la correcta operación del servicio, razón por la cual se recomienda iniciar operaciones con el personal bien organizado y capacitado. Una vez concluida las inversiones correspondientes, la empresa generará fuentes de empleo 5 de manera permanentemente y 5 más en temporada alta.

#### 4.7.4.- Contratación

Contratar es el primer paso para conformar un buen equipo de trabajo y así poder contar con un personal apropiado en cada puesto; se hará en dos grupos; el operativo y el administrativo; para su selección se recomienda el proceso siguiente:

#### 4.7.4.1.- Reclutamiento

El reclutamiento del personal se puede llevar a cabo mediante recomendaciones, familiares o volantes distribuidos en la región, donde el interesado deberá presentar su solicitud de trabajo y/o currículo.

#### 4.7.4.2.- Selección.

Aquí se evaluará las actitudes, experiencias y cualidades de acuerdo al puesto solicitado, evaluando a grandes rasgos la presentación, puntualidad, atención del entrevistado y cortesía, entre otros aspectos.

#### 4.7.4.3.- Contratación.

Mediante este proceso se le informa al nuevo empleado las obligaciones y responsabilidades de su puesto así como sus derechos de acuerdo a la ley.

#### 4.7.4.4.- Inducción.

Se le muestran las instalaciones así como su área de trabajo con la finalidad de que se pueda incorporar rápido al desempeñar su puesto.

#### 4.7.4.5.- Capacitación.

A través de esta se potencializaran sus conocimientos y habilidades para que desempeñe mejor sus responsabilidades y lograr su desarrollo personal.

En la tabla 4.1 se pueden observar la demanda de los puestos y requisitos que se sugieren para “Casas de Barro”

Tabla 4.1.- Perfil de puestos y requisitos

<b>PERFIL</b>					
<b>PUESTO</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>	<b>EDAD</b>	<b>SEXO</b>	<b>ESTUDIOS</b>	<b>REQUISITOS</b>
GERENTE	1	28 a 35	I	Técnico	Nociones de administración, facilidad de palabra, respetuoso y liderazgo.
RECEPCIONISTA	1	18 a 25	M	Bachillerato mínimo	Manejo de efectivo, buena presentación, responsable, nivel medio de ingles.
VELADOR	1	30 a 35	H	Secundaria	Responsable, honesto y educado.
MANTENIMIENTO	1	30 a 35	I	Técnico	Responsable, honesto, educado y con experiencia.
CAMARERA	1	18 a 45	I	Primaria	Responsable, confiable, honesta y educada.

#### 4.7.5.- Políticas operativas

A continuación se describirán las funciones por puestos y sus obligaciones:

GERENTE:

Para el gerente se describen las siguientes funciones:

- Planea y coordina servicios de hospedaje.

- Elabora y aplica políticas, procedimientos y estándares de calidad, así como supervisa la operación y productividad de las mismas.
- Supervisa que las instalaciones se encuentren en óptimas condiciones y se cuente con el equipo e insumos necesarios para ofrecer el servicio y cumplir con las normas relacionadas con el establecimiento.
- Administra los recursos financieros a través del manejo del presupuesto de ingresos y egresos, manteniendo registros financieros, programa de pagos, además de negociar con proveedores y manejo de nómina.
- Establece acuerdos con restaurantes y tiendas de la región
- Delega funciones a los empleados y los supervisa
- Hace juntas periódicas con los empleados para evaluar el logro de las metas y objetivos
- Realiza y coordina la capacitación del personal
- Soluciona problemas y quejas del cliente
- Hace relaciones públicas con sus clientes
- Desarrolla promociones

## RECEPCIONISTA

Este puesto deberá cumplir con lo siguiente:

- Recepción y bienvenida a huéspedes
- Informar de las características de las cabañas y el servicio que se ofrece
- Reservar las cabañas

- Llenado de papelería y confirmación al cliente
- Asignación de cabañas
- Recepción y salida de huéspedes
- Atender requerimientos de los huéspedes en materia de información
- Coordinación con los otros empleados para atender los requerimientos del huésped
- Atender el teléfono
- Comunicación con proveedores y clientes
- Elaboración de reportes al gerente

#### VELADOR

Para este puesto se sugiere cumplir con los siguientes puntos:

- Vigilar las instalaciones
- Cuidar la integridad de los huéspedes, empleados, así como sus pertenencias
- Recepción y bienvenida a huéspedes por la noche
- Atender peticiones del cliente (acorde al trabajo)

#### MANTENIMIENTO

Es importante que el encargado de mantenimiento cubra lo referente a:

- Limpieza de las áreas comunes
- Elaboración de jardines y mantenimiento del mismo
- Reportes de mantenimiento

- Control y mantenimiento del equipo de trabajo e instalaciones

## CAMARERA

Se sugiere para este puesto lo siguiente:

- Limpieza de cabañas
- Control y suministro de uniformes
- Reportes a recepción para la asignación de cabañas
- Suministro a huéspedes
- Mantiene el inventario de blancos mobiliario, equipo, suministros de limpieza, etc.
- Pulido de pisos
- Manejo y control de suministros de limpieza
- Manejo y suministro de blancos

### 4.7.6.- Sueldos

Los sueldos que se sugiere establecer para “Casas de Barro” son los que a continuación se encuentran en la tabla 4.2

#### 4.2.- Tabla de sueldos

<b>Personal necesario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo diario</b>	<b>Sueldo mensual</b>
GERENTE	1	\$173.08	\$4,500.00
RECEPCIONISTA	1	\$115.38	\$3,000.00
MANTENIMIENTO	1	\$ 76.92	\$2,000.00
CAMARERA	1	\$ 76.92	\$2,000.00
VELADOR	1	\$ 76.92	\$2,000.00

Nota: la memoria de cálculo está en la sección de anexos, anexo 3

#### 4.8.- Mercadotecnia y estudio de demanda.

##### 4.8.1. La competencia

Dentro del mercado local, la competencia directa se encuentra hasta en el poblado de Tlalpujahua, en donde existen siete empresas dedicadas a ofrecer servicios de hospedaje principalmente hoteles. No obstante que existe poca competencia en el segmento de hospedaje en la modalidad de cabañas; en la siguiente tabla 4.3 se dan a conocer las características de la competencia local

#### 4.3.- Tabla de características de la competencia local

<b>Oferta de alojamiento en Talpujahuá</b>	<b>Tarifa por día en habitación doble</b>	<b>Número de habitaciones</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Dirección</b>
Estancia campestre	\$300.00	S/ Datos	Tres estrellas	Carretera Talpujahuá Km. 33
El mineral	\$300.00	10	Dos estrellas	Libertad No. 47
El mineral casa de campo	\$250.00	5	Dos estrellas	Domicilio conocido
Los arcos	\$300.00	10	Dos estrellas	Barrio de Trigueros
San Carlos	\$200.00	S/ Datos	Una estrella	Ocampo No. 11 col. Centro
Posadas del Carmen	\$180.00	22	Una estrella	Galeana No. 46
San Jorge	\$280.00	13	Dos estrellas	Callejón del Refugio No. 43

A nivel regional, existe ya una mayor oferta de hospedaje, que al igual que en la competencia local mayoritariamente está compuesta por hoteles, mientras que solo se cuenta con algunos lugares oferentes de hospedaje en la modalidad de cabañas, como lo son:

- El centro vacacional “Los azufres”
- Cabañas “Erendira”
- Campamento “Shambala”

Los dos primeros localizados en la región de los azufres y el restante en San Miguel, Municipio de Zitácuaro. A nivel regional la competencia se detalla de la siguiente manera en la tabla 4.4

Tabla 4.4.- Tabla de características de la competencia regional

Oferta de alojamiento en la región	Tarifa por noche en habitación doble (pesos)	Número de habitaciones y/o cabañas	Clasificación	Direcciones en la región	Distancia (Km.) respecto a Talpujahuá
Centro vacacional Parákata	\$400	20	Dos estrellas	Matamoros No. 6 Anganguero	26
Hotel La Revancha	\$250	9	Dos estrellas	Abasolo No. 6 Aporo	20
Centro vacacional Azufres *	\$300	4	Dos estrellas	Conocido los Azufres	76
Cabañas Eréndira *	\$300	9	Tres estrellas	Km. 14, Los Azufres	76
Hacienda Cantalagua	\$2,100	60	Cat. Especial	Hacienda Cantalagua, Contepec	16
Hotel Ocampo	\$275	15	Tres estrellas	Portal 5 de mayo No. 46, Maravatio	35
Hotel Alameda	\$198	27	Dos estrellas	Av. Morelos No. 37 Ciudad Hidalgo	35
Mesón de la Granja	\$150	16	Dos estrellas	L. Cárdenas No. 87, Zinapécuaro	60
Bosques del Valle	\$175	26	Dos estrellas	Carretera Zitacuaro.Tuzantla Km. 5	86
Campamento Shambala *	\$765	16	Dos estrellas	San Miguel, Zitacuaro	86
Rosales del Valle	\$290	31	Tres estrellas	Av. Revolución No. 4 Zitacuaro	86
Hotel Villa Monarca	\$990	62	Cuatro estrellas	Carretera Toluca-Zitacuaro Km. 103	86
Hotel Valladolid	\$230	68	Cuatro estrellas	Libramiento Sur No. 5 Zitacuaro	86

\*Servicios de alojamiento en cabañas

Considerando la oferta de establecimientos que conforman la competencia, se observa que pocos son prestadores de servicio en la modalidad de cabañas.

#### 4.8.2. Clientes y servicio

El segmento principal al cual se atenderá por parte de cabañas “Casas de Barro” son los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la región de Tlalpujahua por distintos motivos principalmente relacionados con la naturaleza y cultura, esto no implica que el servicio sea exclusivo para turistas, por lo que estará disponible para el público en general. La empresa también ofrecerá a los huéspedes el servicio de vinculación de guías para diferentes recorridos como cabalgata, tirolesa, visita a fábrica de esferas, talleres artesanales de cantera y cerámica que hay en la región, con el propósito de que la estancia de los turistas sea más completa, gracias a la información que se les brindará, ahorrando tiempo con recorridos planeados. Ya que “Casas de Barro” brindará exclusivamente el servicio de renta de cabañas.

#### 4.8.3. Análisis, Investigación e interpretación de mercado

Tradicionalmente Michoacán ha sido uno de los sitios preferidos por turistas tanto nacionales como extranjeros, atraídos por la riqueza cultural del estado, enmarcada con bellezas naturales, sitios arqueológicos, su gastronomía, artesanías, arquitectura y recientemente por el denominado turismo alternativo. Al igual que la mayoría de las empresas oferentes de servicio de hospedaje, “Casas de Barro” dependerá de la afluencia de turistas, los cuales visitan el estado y la región de Tlalpujahua por distintas razones.

#### 4.8.3.1.- Atractivos turísticos alrededor de Tlalpujahua

Tlalpujahua es un típico pueblo minero colonial, fundado en el siglo XVI, cuyas plazuelas, calles y casas integran un esplendido escenario arquitectónico de los cuales destacan:

- El ex-convento de San Francisco de arquitectura barroca (siglo XVIII) al igual que la parroquia de la Virgen del Carmen.
- El museo casa natal de los hermanos López Rayón
- El parque nacional “Campo del Gallo”
- Las presas “Brockman” y “Masatetes”

Tlalpujahua tiene gran oferta de artesanías como el arte en popotillo, la alfarería, cerámica artística, el labrado de cantera, hierro forjado, los trabajos de orfebrería en plata son de gran calidad, al igual que los de latón, el arte plumario y sobre todo la fabricación de esferas y adornos de navidad de calidad internacional. Existen múltiples talleres cantera artesanal tradición que cuenta con un arraigo de más de 20 generaciones.

Al norte de Tlalpujahua se localiza Contepec, en este municipio los principales atractivos turísticos son los balnearios; Buenavista, Hacienda, Tepetongo y Agua Caliente. Aquí se localiza el parador turístico de Tepuxtepec, una gran presa, sitio óptimo para la práctica de deportes acuáticos como veleo o motosquí.

También al norte se encuentra Maravatío, aquí se pueden visitar grandes atractivos históricos entre los que se pueden mencionar:

- La casa del portal, donde Don Miguel Hidalgo y Costilla pernoctó el 23 de octubre de 1810 en su ruta por la independencia.
- La ex hacienda de Pateo, lugar donde nació y vivió Melchor Ocampo.
- La ex hacienda de Pomoca donde Melchor Ocampo vivió su madurez y de ahí le aprendió un grupo de conservadores comandado por Lindoro Cajiga, el 31 de mayo de 1861.
- El teatro Morelos es una de las herencias arquitectónicas y dentro de los parajes de Maravatío se encuentran: el salto de Santa Elena, el de Tziritzicuaro La Hacienda o Casa del Molino en el Salto y la presa del Fresno. La parroquia de San Juan Bautista de fines del siglo XVI a principios del XVII de estilo barroco rico, el centro histórico es otro de sus grandes atractivos. Entre sus principales eventos se puede mencionar el “Carnaval de San Miguel Curahuango Tzicuaro” y la feria de la pera en Palomas.

Senguio, localizado al oeste de Tlalpujahuá; dentro de las herencias arquitectónicas de Senguio se pueden mencionar la Hacienda de Carindapaz, Hacienda de La Huerta, Hacienda de Chincua, Hacienda de Tarimoro, Hacienda de Soto y la Parroquia de San Pedro Apóstol del siglo XIX. Su festividad más importantes es: el festival de la Mariposa Monarca. Este festival se efectúa en el mes de marzo donde se reviven las raíces, habiendo actividades manuales, cursos, etc. Un sitio de gran interés que tiene el municipio de Senguio, son sus apreciables y bellos santuarios donde llega año con año la mariposa monarca, esto es en la sierra de Chincua y Chamangareo, En Senguio año con año se celebra la feria la feria del hongo donde exponen, una gran variedad de

hongos desde los comestibles hasta los más venenosos. Esta feria se celebra dentro de la primera semana del mes de agosto.

En la parte sur de Tlalpujahua se encuentra Angangueo, pueblo minero hermoso y muy pintoresco, donde su principal atractivo sin duda es el santuario de la mariposa monarca, en el cerro de las Papas. Representa el 24% de su actividad económica. Dentro de sus actividades principales se realiza el Festival de la mariposa monarca de febrero a marzo y el 11 de julio se celebra el día del minero.

Al suroeste se encuentra Aporo con grandes atractivos arquitectónicos, entre los que se puede mencionar: el templo parroquial, el palacio municipal, el caserío de Aporo, estación de ferrocarril y el convento franciscano. El municipio cuenta con hermosos parajes entre los que se puede mencionar la presa de la peña larga y la peña redonda, el salto de rincón de Soto y la presa del ejido.

Como parte de la región Tlalpujahua se localiza Tuxpan al suroeste de Aporo. El municipio ofrece la arquitectura del templo de Santiago Tuxpan, que data del siglo XVII, en el templo de Santiago Apostol que en su interior posee la obra pictórica “Las Animas”

Otros atractivos son la serie de pinturas rupestres en el resguardo rocoso del cerro de Patámbaro. En esta misma comunidad, se encuentran los lugares conocidos como el “Mirador”, grutas, cascadas y el recorrido sobre un cañón geológico.

Al sur de Aporo y de Angangueo se encuentra el municipio de Ocampo, que tiene como atractivos principales: El santuario de la mariposa monarca “El Rosario”, la ex hacienda

de las Trojes, la pileta de la Independencia, El templo del Santo Niño de Atocha, El templo de la comunidad indígena de San Cristóbal. Tal vez el principal atractivo turístico de esta región es la Mariposa Monarca, su importancia es tal que a esta porción del estado se le conoce como “País de la Monarca”.

Las características mencionadas representan los principales atractivos por los que el turista visita de la región. A continuación se analizará las cifras y características relacionadas con el sector turístico, en el estado y el municipio.

En los últimos años la afluencia de turistas se ha incrementado al igual que el porcentaje de ocupaciones hoteleras y similares en el estado, tal y como se muestra en la tabla 4.5.

Tabla 4.5.- Turistas y ocupación hotelera en Michoacán

AÑO	MILLONES DE VISITANTES	% OCUP. HOTELERA EN MICHOCAN
2005	3.3	47
2006	3.4	48
2007	4.1	53
2008	4.7	61
2009	5.5	65

Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

En la figura 4.1 se pueden observar las cifras correspondientes al volumen de turistas hospedados en hoteles y otros lugares de hospedaje así como en la tabla 4.6. El

comportamiento de la oferta de cuartos de hospedaje disponibles a nivel estatal según su clasificación, que comparado con el volumen anual de visitantes determina el porcentaje de ocupación de las capacidades hoteleras y similares, (SECTUR, 2009).

Figura 4.1.- Oferta de cuartos de hospedaje en el estado por clase.

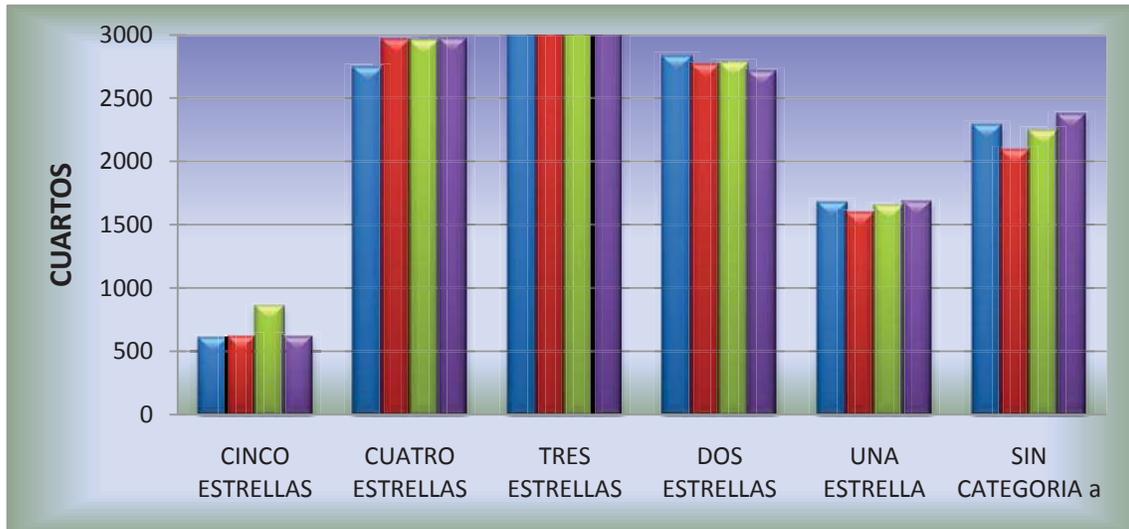


Tabla 4.6.- Oferta de cuartos de hospedaje en el estado por clase

CATEGORIA	2001	2002	2003	2004
CINCO ESTRELLAS	605	616	858	616
CUATRO ESTRELLAS	2739	2957	2953	2966
TRES ESTRELLAS	3100	3078	3121	3146
DOS ESTRELLAS	2831	2765	2775	2711
UNA ESTRELLA	1677	1593	1644	1683
SIN CATEGORIA	2287	2089	2243	2367

Con base en el criterio de clasificación de establecimientos de hospedaje, “Casas de Barro” se clasificará en los establecimientos sin categoría que incluyen a negocios de hospedaje en cabañas, bungalows así como el resto de establecimientos de hospedaje no considerados como hoteles.

Tras disminuciones presentadas en el ciclo 2006-2007, del 4.2% en el número de establecimientos, y un 8.7%, en la cantidad de cuartos ofertados, en el año 2009 su obtuvo un repunte de 4% y 6% respectivamente, con un promedio de 19.1 cuartos por establecimiento (SECTUR). El municipio cuenta con 6 establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje distribuidos en cuatro categorías, expresado en la figura 4.2

Figura 4.2



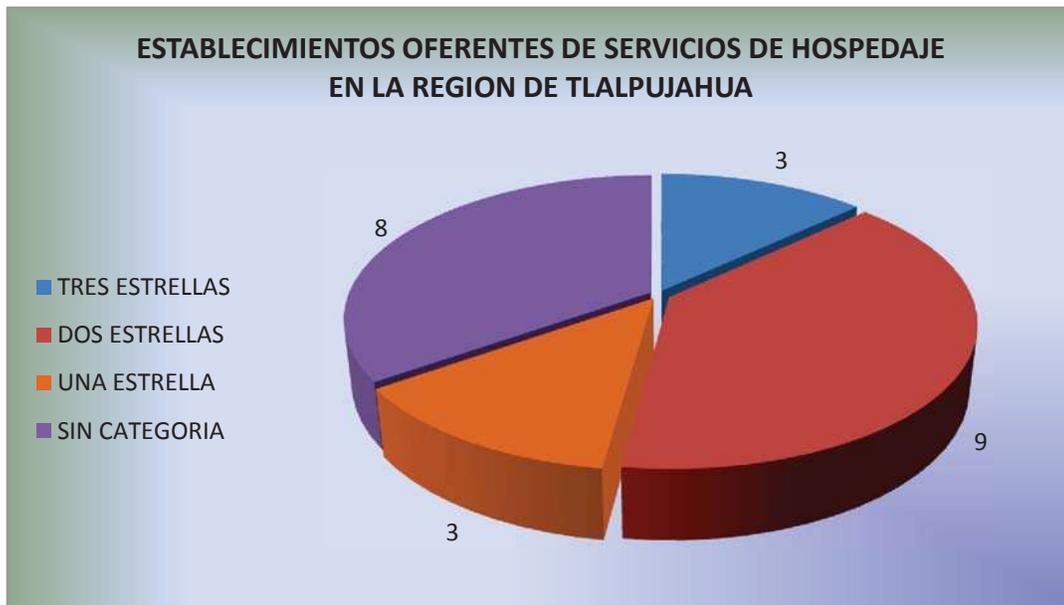
Fuente: Cifras SECTUR 2009

Tabla 4.7 Establecimientos y cuartos de hospedaje en Tlalpujahua (2009)

MUNICIPIO DE TLALPUJAHUA	TRES ESTRELLAS	DOS ESTRELLAS	UNA ESTRELLA	SIN CATEGORIA/a
ESTABLECIMIENTOS	1	3	1	1
CUARTOS	16	35	22	17

La mayor oferta local tanto en cuartos de hospedaje como de establecimientos es proporcionada en la categoría de Hotel dos estrellas con un total de 35 habitaciones distribuidas en tres establecimientos, seguido de 22 cuartos en un hotel con categoría de una estrella, además se cuenta con un establecimiento de categoría tres estrellas con 16 habitaciones y uno más sin categoría con 17 espacios de hospedaje, en total el municipio cuenta con 90 cuartos en 6 establecimientos (SECTUR) lo que a continuación se observara en la figura 4.3

Figura 4.3



Fuente: Cifras SECTUR 2009

En la región la oferta asciende a 372 cuartos, de los cuales el 29% se encuentran en Maravatío, 19% en Angangueo, 11% en Ocampo, 17% en Tuxpan y el restante 24% en Tlalpujahua, distribuidos en 23 establecimientos.

Una vez revisadas las principales características de la capacidad instalada de hospedaje, se analizarán aspectos relacionados con los turistas que se hospedan en el municipio, en las figuras 4.4 y 4.5 observaremos la afluencia del turismo tanto nacional como extranjero.

Figura 4.4



Fuente: Cifras SECTUR 2009

Los volúmenes de hospedaje en Tlalpujahua han tenido un comportamiento irregular en los últimos años, con una constante disminución en el número de turistas extranjeros que se hospedan en el municipio.

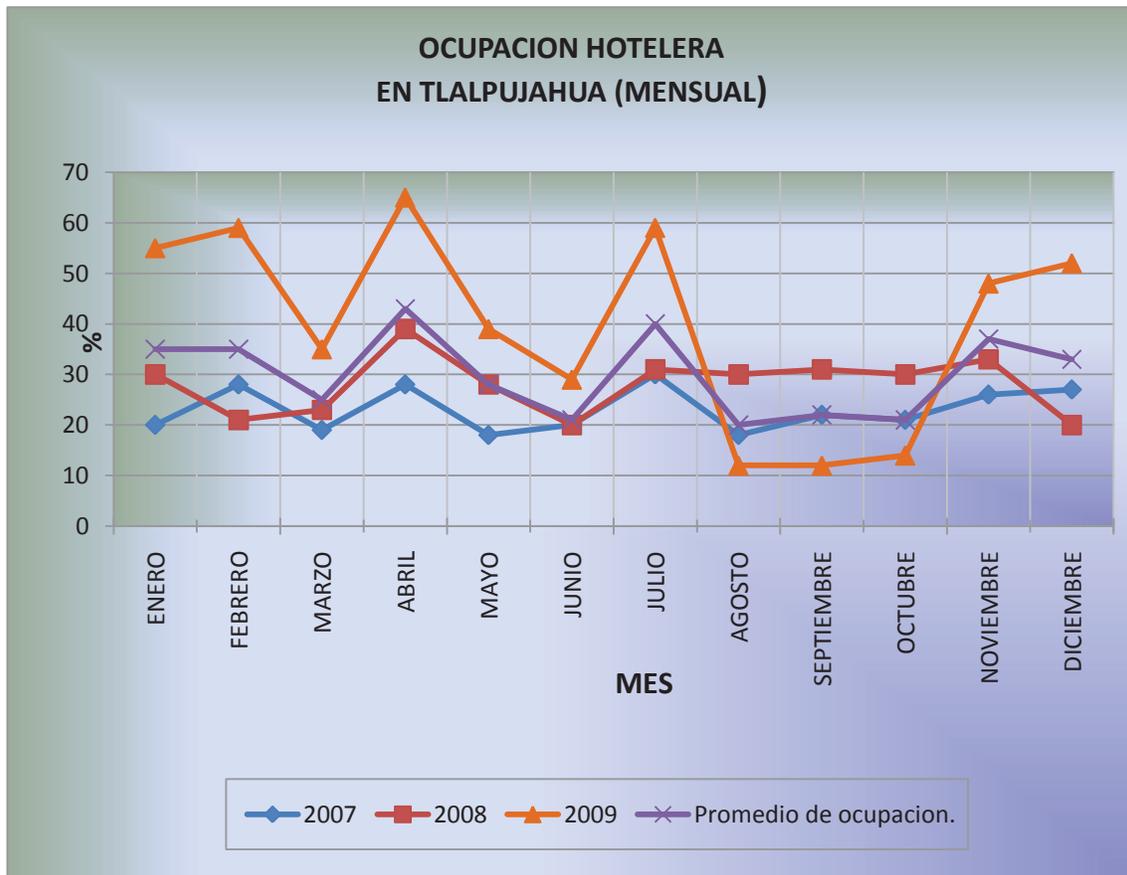
Figura 4.5



Fuente: Cifras SECTUR 2009

A pesar de ser un municipio con un nivel irregular de captación turística, se encuentra en una de las principales regiones turísticas del estado, de tal manera que se deberá comenzar una estrategia para aprovechar su capacidad de atracción turística de la región y canalizarlo al crecimiento turístico del municipio, soportado con una mayor calidad en el servicio y diversificación de las propuestas turísticas.

Figura 4.6.



Fuente: Cifras de SECTUR 2009

En la figura anterior 4.6 observamos repuntes claros en los porcentajes de ocupación hotelera los meses de abril, julio y noviembre, el primero generado por el periodo vacacional de semana santa, mientras que para el mes de julio obedece al periodo vacacional de fin de ciclo escolar, en cambio el presentado en el mes de noviembre corresponde a la afluencia de turistas entorno a la elaboración de esferas y adornos navideños que se venden en diferentes establecimientos y la feria anual de la esfera.

#### 4.8.3.2.- Indicadores estatales

El sector turístico en Michoacán se ha fortalecido en los últimos años propiciado por el aumento en el volumen de visitantes lo que se ha traducido en una mayor derrama económica en los siguientes niveles observados en la figura 4.7 así como en la tabla 4.8

Figura 4.7



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

Tabla 4.8.- Derrama económica del turista en Michoacán (Millones de pesos)

ESTADO DE MICHOACÁN.	2006	2007	2008	2009
DERRAMA ECONÓMICA	\$4,369,791,413	\$5,597,525,250	\$6,459,543,450	\$8,719,408,320

En 2009 aumento 35% de la derrama económica del sector en el estado con respecto a 2008, este incremento corresponde a la conjugación de distintos factores como el aumento unitario del gasto del turista en el estado, el incremento en el periodo de estancia del turista, el creciente número de turistas y el aumento en la inversión en promoción del estado, soportado con el creciente nivel de interés de los turistas por la diversidad cultural, las artesanías, los recursos naturales y los distintos lugares de descanso y recreación con que cuenta Michoacán.

El comportamiento de los principales factores determinantes del aumento en la derrama económica es presentado en las figuras 4.8, 4.9, 4.10

Figura 4.8



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

El gasto promedio para el año 2009 aumento 8.3% con respecto a 2008, y 36.8% los últimos cuatro años. El aumento de este gasto se traduce en un mayor nivel de actividad turística en los municipios.

Figura 4.9



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

Por su parte la estancia del turista, como se observa en la grafica, en el año 2009 es de 3.5, días 2.3 días más con respecto a la estancia promedio en 2005. Una mayor estancia del turista provoca un mayor beneficio al sector turístico y fundamentalmente a las empresas dedicadas a ofrecer servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos.

En figura siguiente veremos los niveles de promoción y publicidad que destina en gobierno al sector turismo.

Figura 4.10



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

La información muestra un aumento del 5.4% en la inversión en publicidad en el periodo 2008-2009, también se puede afirmar que hay una relación directa entre los niveles de inversión en publicidad y los niveles de derrame económico.

#### 4.8.3.3.- Tendencia del turismo y ocupación hotelera

En la siguiente figura se observará el comportamiento de la afluencia de visitantes.

Figura 4.11



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

En la tabla 4.9 se muestra la afluencia de visitantes así como el porcentaje de ocupación hotelera en los últimos años (SECTUR)

Tabla 4.9.

<b>Tendencia de Turistas y Ocupación Hotelera en Michoacán</b>		
<b>Año</b>	<b>Millones de visitantes</b>	<b>% Ocupación hotelera y similares</b>
2001	3.3	47
2002	3.4	48
2003	4.1	53
2004	4.7	61
2005	5.5	65
2006*	6.3	71
2007*	7.1	77
2008*	8.1	83

De continuar las tendencias de visita de turistas, gasto diario promedio y estadía promedio, indicadores que muestran un sector en expansión, sin duda la oferta de servicios turísticos aumentara tanto en cantidad como en calidad. La afluencia de turistas que visitan y se hospedan a nivel estatal es resultado de diversos motivos, entre los que se destacan: recreación y esparcimiento:

El aumento en el número de visitantes se soporta con:

- Fuertes y mejores campañas de promoción
- Mayores alternativas de hospedaje
- Aumento en la calidad del servicio

Esta tendencia se fortalece con mejoras en la calidad en el servicio y una mayor difusión de los atractivos regionales. Existen diversos factores que influyen en la elección de los clientes, para la empresa una ventaja importante es aprovechar todos los recursos turísticos que ofrece la región para así tener mayores y nuevos niveles de demanda, además de adecuar los servicios en función de la misma.

#### 4.8.3.4.- Riesgo y oportunidades de mercado

Riesgos y oportunidades de mercado para “Casas de Barro”:

##### RIESGOS:

- La inexperiencia en el ramo.
- Cambios en el comportamiento del sector.
- Mala utilización de los recursos destinados a la publicidad y a la promoción.
- La reacción de la competencia.

##### OPORTUNIDADES:

- Creciente demanda por hospedaje en la modalidad de cabañas.
- Oferta de servicios complementarios (recorridos).
- Las características de las instalaciones y equipo.
- Se encuentra en un sector de expansión.
- Conocimiento de la región y sus atractivos.
- Mayor contacto con la naturaleza.

#### 4.8.3.5.- Fijación del precio

El criterio utilizado para fijar el precio es determinado a partir de los precios de servicios similares (el precio de la competencia), además de los gastos y costos en que se incurre para ofrecer el servicio, considerando en este último el pago de intereses y capital de crédito, soportado con la afluencia de turistas esperada. El precio por cabaña por noche se establece en \$750.00, y el servicio de recorridos turísticos se ofrecerá de manera independiente y su costo será de \$300.00.

#### 4.8.3.6.- Punto de equilibrio

Este expresa la cantidad en términos monetarios y porcentuales mínima necesaria para que la empresa cubra sus costos, de tal manera que a partir de este comienzan las utilidades. Para el presente proyecto de inversión el punto de equilibrio para los cinco primeros años se sitúa de la siguiente manera:

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de Equilibrio (\$)	\$440,081.63	\$431,641.91	\$423,415.92	\$415,391.55	\$318,011.11
Punto de Equilibrio (%)	92.23%	88.59%	83.28%	78.27%	57.39%

#### 4.8.3.7.- Margen de utilidad

El margen de utilidad es el resultado entre la diferencia entre el costo total y el precio de venta del servicio, para “Casas de Barro” S.A. de C.V. se estima un margen varia para cada año, ello por resultante por cambios en los ingresos, los costos generados por el

servicio y los gastos financieros principalmente, además de la afluencia turística. El margen se sitúa en:

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos y Gatos	95.0 %	90.1 %	85.4 %	81.0 %	62.4 %
Margen de útil.	5.0 %	9.9 %	14.6 %	19.0 %	37.6 %

#### 4.8.3.8.- Publicidad y promoción de ventas

Para “Casas de Barro” S.A. de C.V. uno de los puntos estratégicos será la publicidad, debido a que con esto se darán a conocer los rasgos más significativos del servicio y la región, sus recursos naturales, sus usos y costumbres, fiestas, ferias, etc.

Conocer cuáles son los medios de mayor influencia para que el turista visite el estado es fundamental para obtener un mejor resultado de los recursos destinados a esta actividad.

En la figura 4.12 ilustra una de las características del turista que nos visita. (SECTUR)

Figura 4.12



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

Edad: el 49% de los turistas que visitan el estado son personas entre 31 y 45 años los cuales en su mayoría son padres de familia, demandantes de seguridad, comodidad y descanso, así como ambientes familiares y recreativos. La segunda mayoría representa el 29% de los turistas que visitaron Michoacán en el 2008 son personas entre los 18 y los 30 años los cuales son personas más jóvenes y activos que buscan actividades de recreación y diversión.

Ocupación: otro indicador importante para fortalecer el análisis del perfil del turista es la ocupación del turista que visita Michoacán. La mayor parte de los turistas son profesionistas 28%, empleados 21% y estudiantes 16% los cuales demandan mayor información y en muchos casos la posibilidad de comunicación telefónica e internet principalmente, además de poseer un mayor nivel de ingresos, motivados por vacaciones y aspectos culturales, lo anterior se podrá observar en la figura 4.13

Figura 4.13

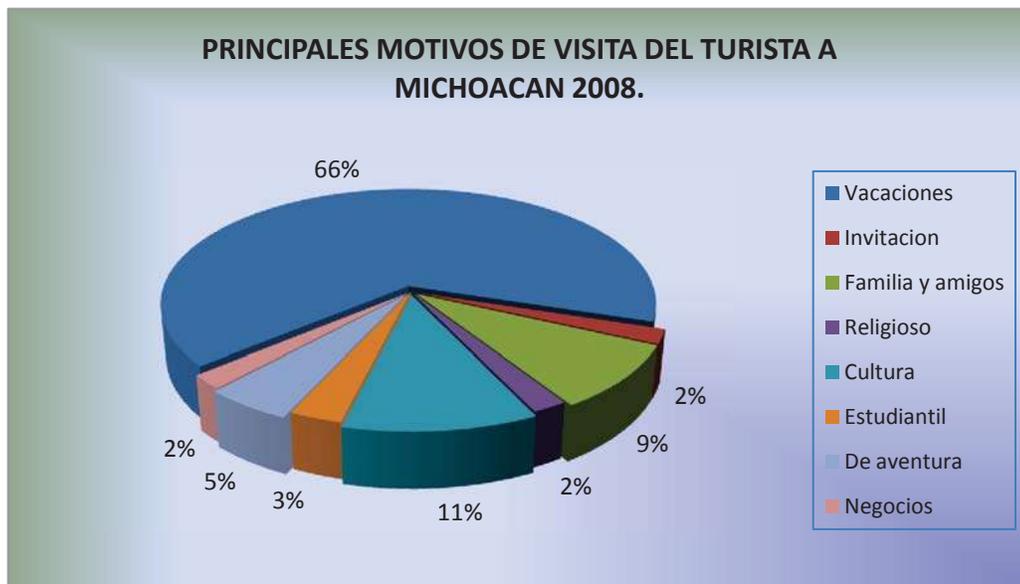


Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

Información: en el siguiente grafico se muestran los principales motivos que influyeron en la decisión del viaje. Como podemos ver el 46% se vio motivado por recomendaciones de amigos o familiares que anteriormente habían conocido el estado, es importante señalar que el 23% de los turistas no vio o conoció ningún tipo de publicidad y su viaje fue por decisión propia, también es necesario resaltar la participación que tienen los medios de comunicación vistos en forma conjunta 26% (internet, revistas, folletos, periódico, televisión y radio) en la decisión del turista. (SECTUR)

Derivado de lo anterior esta estrategia publicitaria que se lleve a cabo por “Casas de Barro” S.A.de C.V. estará más soportada en promover servicios de calidad.

Figura 4.14



Fuente: Cifras de INEGI y SECTUR 2009

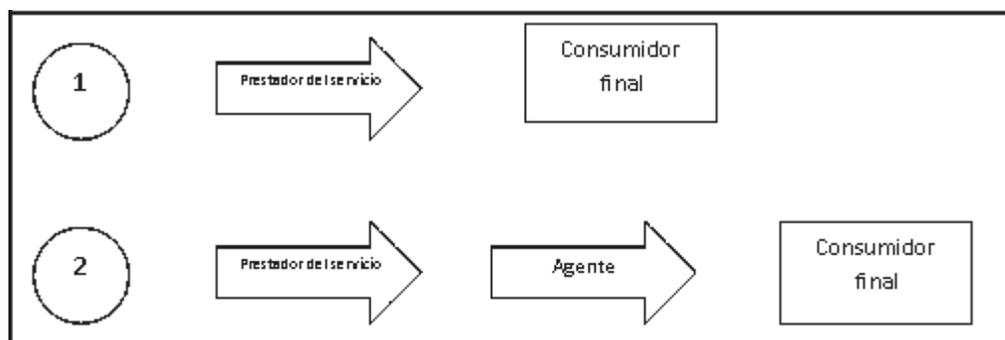
Directamente se generarán aumentos en la afluencia de turistas demandantes del servicio, e indirectamente el arribo de más turistas soportado en la atención durante el periodo de estancia, acción que en mediano plazo se reflejara en nuevos clientes por recomendación.

Buscando que al consolidarse como un proyecto de inversión apoyado por la Secretaria de Turismo del estado, se cuente con el compromiso por parte de esta dependencia para publicitar los servicios de la empresa.

#### 4.8.3.9.- Comercialización

Por las características del servicio que brindará “Casas de Barro” en el diagrama 4.15 se sugieren básicamente dos canales de comercialización. El primero donde se ofrece el servicio directamente al consumidor final, y el segundo a través de un intermediario o agente, mediante agencias de viaje.

Diagrama 4.15.- Canales de comercialización



En el proceso previo de difusión que realizan los socios del proyecto se estarán aprovechando ambos canales de comercialización y posteriormente una vez que se esté marche se empleará una campaña de publicidad en canales locales de televisión en los estados de México, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Distrito federal, en la capital de nuestro estado, así como en internet.

#### 4.9.- El servicio

En “Casas de Barro” S.A. de C.V. se ofrecerán los servicios de alojamiento en cabañas con la opción de recorridos turísticos por los principales atractivos con los que cuentan los municipios pertenecientes al país de la Monarca.

##### 4.9.1.- Especificaciones del servicio.

“Casas de Barro” es un establecimiento turístico que le proporciona a sus clientes comodidad y descanso, en un ambiente rural rodeado de naturaleza y cultura. En instalaciones que cuentan con cuatro cabañas con privacidad entre ellas, distribuidas en una superficie de 1644.00 m<sup>2</sup>, cada cabaña tiene una superficie de 61.2 m<sup>2</sup>, y contarán con terraza, sala-comedor, vestíbulo, cocina, baño y dos recamaras.

Los recorridos turísticos coordinados por la empresa con guías locales se realizarán de dos formas principalmente; por el interés manifestado de los turistas y con recorridos sugeridos por los guías, para ambos casos la posibilidad de brindar el servicio dependerá para algunos de la época del año.

Una vez concluido este se realizara por parte de la empresa una evaluación sobre la calidad del servicio.

#### 4.9.2.- Proceso del servicio.

El proceso de servicio que se recomienda para “Casas de Barro” es que al llegar el cliente se le informe acerca del servicio que se le otorgará dentro de las instalaciones de manera verbal o si éste lo solicita a través de la muestra física de las cabañas así como mencionarle las áreas turísticas que pueden visitar en la región, sugiriendo la opción de hacerlo con un guía y de esta manera complementar su estancia, dar a conocer y ó acrecentar su conocimiento cultural de la región. Estando en todo momento al pendiente de los requerimientos que el cliente tenga.

El proceso fluye de la siguiente manera:

- Recepción
- Presentación del huésped
- Ubicación y muestra de la cabaña donde se va a hospedar
- Se selecciona la cabaña
- Se registra el huésped
- Cobranza y entrega de llaves
- Se está al pendiente de sus requerimientos
- Desocupación de la cabaña
- Inspección de la cabaña
- Registro de salida del huésped
- Despedida del huésped
- Preparación de la cabaña.

#### 4.9.3- Proveedores

Los insumos básicos para el servicio de alojamiento como la ropa de camas, toallas, artículos de baño, además de blancos, artículos de limpieza (jabón, desengrasantes, franelas, etc.), folletos, entre otros, son de fácil adquisición en tiendas y demás establecimientos del municipio y la región. Para la elección de los proveedores, se debe tomar en cuenta precio, calidad, tiempos de entrega y disponibilidad de los productos.

#### 4.10.- Análisis Técnico del Proyecto.

En una superficie de 1644.00 m<sup>2</sup>, se construirán cabañas con materiales ecológicos, los cuales deben cumplir con los siguientes parámetros:

- Aislamiento acústico y térmico
- Transpiración natural de los muros
- Economía
- Rapidez en la ejecución de la obra
- Resistencia
- Biodegradable

La utilización de estos materiales pretende ser amigable con el medio ambiente, manteniendo espacios con temperaturas agradables mediante una calefacción natural, por lo antes mencionado las cabañas están construidas con adobe.

Imagen 4.1



#### Elaboración artesanal del adobe

El adobe: es un ladrillo hecho de una mezcla de húmedo de arcilla, arena y paja para su construcción, se utiliza un molde de forma parecida a una escala de madera, en la que cada peldaño conforma el espacio de un adobe. Inmediatamente relleno el molde se traslada a un nuevo lugar para fabricar otra serie de forma que los adobes recién fabricados secan al aire por los cuatro costados, esto lo observamos en la imagen anterior 4.1.

Los materiales para la elaboración del adobe son abundantes y de bajo precio en la comunidad, además de ecológicos por el bajo consumo de energía que existe en este tipo

de construcción, ya que las casas de adobe son mucho más frescas en verano y cálidas en el invierno por lo que no precisan de utilizar energía para su climatización, además este tipo de material resulta ser biodegradable ya que muy fácilmente al derribarlo se transforma en tierra y se incorpora al suelo.

Las instalaciones contarán con cuatro cabañas construidas que ofrecerán privacidad entre ellas, amplitud y confort, cada cabaña tiene una superficie de 61.2 m<sup>2</sup>, y cuenta con terraza, sala-comedor, vestíbulo, cocineta, recámara y regadera con una incorporación de un sistema recolector y de reciclaje para aguas grises así como captación de energía a través celdas solares que abastescan de luz eléctrica las instalaciones. El resto del terreno será destinado para una pequeña recepción, jardines, pasillos, y estacionamiento.

#### 4.10.1.- Capacidad instalada

Cada cabaña tiene una capacidad de hospedar a 4 turistas por noche, por lo que en conjunto hasta 16 turistas podrían hospedarse cómodamente por noche, anualmente la empresa podrá alojar hasta 5,840 turistas. Con relación al servicio de recorridos estos se podrán realizar 4 diariamente, con grupos de hasta 10 personas por guía.

#### 4.10.2.- Equipo e instalaciones

Una vez concluida la inversión “Casas de Barro” S.A. de C.V. contará con las instalaciones y equipo indispensable para ofrecer el servicio. Las inversiones a realizar en las instalaciones y equipo son por el monto de \$947,200.13 (Novecientos cuarenta y siete mil, doscientos trece pesos 00/100 M.N.)

El mobiliario requerido para el equipamiento de las cabañas es el que se describe en la tabla 4.10

Tabla 4.10.- Mobiliario y equipo

<b>Equipo</b>	<b>cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Cama matrimonial	8	\$1,920.50	\$15,364.00
Cabecera matrimonial	8	\$2,081.62	\$16,652.92
Burós	8	\$793.50	\$6,348.00
Cortinas	20	\$517.50	\$10,350.00
Blancos para desayunador	12	\$747.50	\$8,970.00
Sala	4	\$9,786.50	\$39,146.00
Mueble para T.V	4	\$2,185.00	\$8,740.00
Tocador	4	\$2,541.50	\$10,166.00
Comedor c/4 sillas	4	\$5,405.00	\$21,620.00

#### 4.11.- Análisis Económico del Proyecto y opciones de financiamiento

Este análisis tiene como objetivo estimar el resultado en términos financieros que obtendrá la empresa “Casas de Barro” S.A. de C.V. mediante indicadores como rentabilidad y punto de equilibrio, entre otros.

##### 4.11.1.- Fuentes de uso del dinero

Se pretende que el presente proyecto de inversión sea apoyado por la federación a través del Fondo PYME y también se solicitará la aportación económica de la Secretaria de turismo del estado.

Los recursos que se solicitan a la Federación a través del fondo PYME son considerados de: la categoría II, la cual se refiere a la “ARTICULACIÓN PRODUCTIVA SECTORIAL Y REGIONAL “ en la cual aparece la sub-categoría III que hace mención a la “Infraestructura productiva” en el concepto “C” referente a las actividades relacionadas con el ecoturismo, turismo rural y de aventura.

Se pretende también obtener el apoyo de la Secretaria de Turismo del Estado de Michoacán, el resto de los recursos contemplados para el proyecto serán aportados por los particulares, como se observa en la tabla 4.11

Tabla 4.11.- Fuentes y montos del efectivo

<b>FUENTE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Aportación de los socios	\$ 315,466.75
Aportación por la federación	\$ 315,733.38
Aportación de la Secretaria de Turismo	\$ 316,000.00
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$ 947,200.13</b>

**Programa de pagos**  
**“Casas de barro” S.A. DE C.V.**

Tabla 4.12 Amortización del crédito de activos fijos

Monto del Préstamo	\$315,733.38
Tasa de interés anual	6%
Plazo en años	4
Forma de pago	Anual

Fecha	Saldo Insoluto	Pago a Intereses	Pago a Capital	Pago Total
1	\$315,733.38	\$18,944.00	\$78,933.34	\$97,877.35
2	\$236,800.03	\$14,208.00	\$78,933.34	\$93,141.35
3	\$157,866.69	\$9,472.00	\$78,933.34	\$88,405.35
4	\$78,933.34	\$4,736.00	\$78,933.34	\$83,669.34
TOTALES		\$47,360.00	\$315,733.36	\$363,093.39

#### 4.11.2.- Cálculos estimativos de ingresos esperados (Escenario conservador)

Los ingresos esperados de la renta de las cabañas y el servicio de guías turísticos para los primeros años son:

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 467,017.07	\$ 487,220.80	\$ 508,434.72	\$ 530,709.34	\$ 554,097.68

Nota: los ingresos proyectados para el resto de los años se encuentran en la sección de anexos, anexo 1.

#### 4.11.3.- Cálculos estimativos de gastos y costos esperados.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 443,869.25	\$ 439,133.24	\$ 434,397.24	\$ 429,661.24	\$ 345,991.90

Nota: los gastos y costos proyectados se encuentran en la sección de anexos.

#### 4.11.4.- Flujo neto de efectivo del proyecto

El comportamiento proyectado de este indicador para los primeros cinco años es el siguiente:

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 48,313.46	\$ 60,422.98	\$ 80,767.36	\$ 101,943.68	\$ 202,926.51

El comportamiento ascendente del flujo de efectivo es resultado de varios factores como el incremento de las ventas y disminución en el pago de intereses.

#### 4.12.- Rentabilidad del proyecto. (Escenario conservador)

El resultado del análisis financiero, nos dice que la rentabilidad esperada para “Casas de Barro” S.A. de C.V. es:

<b>SITUACION ESPERADA</b>
TREMA= 8.0 %
VAN= \$145,339.12
TIR= 1.44%

Como resultado de estos indicadores, el proyecto muestra **viabilidad**, en términos financieros.

Tabla 4.12.- Comparación de escenarios proyectados

**Comparación y resultados de los diferentes escenarios**

	<b>Años</b>	<b>Conservador</b>	<b>Optimista</b>	<b>Pesimista</b>
<b>ventas (Ingresos)</b>	<i>Año1</i>	\$467,017.07	\$546,422.40	\$385,262.40
	<i>Año2</i>	\$487,220.80	\$570,596.40	\$401,378.40
	<i>Año3</i>	\$508,434.72	\$595,980.96	\$386,549.44
	<i>Año4</i>	\$530,709.34	\$622,631.40	\$436,068.40
	<i>Año5</i>	\$554,097.68	\$650,616.76	\$454,725.30
	<i>Año6</i>	\$578,655.45	\$679,999.79	\$474,313.99
	<i>Año7</i>	\$604,441.10	\$710,852.09	\$494,882.19
	<i>Año8</i>	\$631,516.03	\$743,248.97	\$516,480.11
	<i>Año9</i>	\$659,944.72	\$777,260.86	\$539,154.70
	<i>Año10</i>	\$689,794.83	\$812,979.34	\$562,967.02
<b>Utilidad</b>	<i>Año1</i>	\$62,401.10	\$133,865.90	-\$11,178.10
	<i>Año2</i>	\$74,510.63	\$149,548.67	-\$2,747.53
	<i>Año3</i>	\$94,855.00	\$173,646.61	-\$14,841.75
	<i>Año4</i>	\$116,031.33	\$198,761.18	\$30,854.48
	<i>Año5</i>	\$138,080.81	\$224,947.98	\$48,645.67
	<i>Año6</i>	\$157,334.11	\$248,544.01	\$63,426.79
	<i>Año7</i>	\$170,468.20	\$266,238.09	\$71,865.18
	<i>Año8</i>	\$192,480.12	\$293,039.76	\$88,947.79
	<i>Año9</i>	\$215,592.64	\$321,177.16	\$106,881.62
	<i>Año10</i>	\$239,860.78	\$239,860.78	\$125,715.75
<b>VAN</b>		\$130,563.91	\$169,185.45	-\$475,195.75
<b>TIR</b>		1.44%	6%	-7%

NOTA: Los cálculos para determinar VAN y TIR se encuentran en la sección de anexos, en el anexo 6, 1/3, 2/3 y 3/3.

## Inversión Inicial

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Concepto	Cantidad	P.U.	IMPORTE	RR. FEDERALES	RR. ESTATALES	SOCIOS	C de Trab.
Capital de Trabajo			\$ 23,432.25	\$ -	SEC. TURISMO	\$ 23,432.25	
Terreno	1	\$ 170,000.00	\$ 170,000.00	\$ -	\$ -	\$ 170,000.00	
Infraestructura							
Total de obra	1	\$ 947,200.13	\$ 947,200.13	\$ 315,733.38	\$ 316,000.00	\$ 315,466.75	
Equipo							
Cama Matrimonial	8	\$ 1,920.50	\$ 15,364.00	\$ -	\$ -	\$ 15,364.00	
Cabecera Matrimonial	8	\$ 2,081.62	\$ 16,652.92	\$ -	\$ -	\$ 16,652.92	
Buros	8	\$ 793.50	\$ 6,348.00	\$ -	\$ -	\$ 6,348.00	
Cortineros	20	\$ 517.50	\$ 10,350.00	\$ -	\$ -	\$ 10,350.00	
Blancos para desayunoador	12	\$ 747.50	\$ 8,970.00	\$ -	\$ -	\$ 8,970.00	
Sala	4	\$ 9,786.50	\$ 39,146.00	\$ -	\$ -	\$ 39,146.00	
Mueble para TV	4	\$ 2,185.00	\$ 8,740.00	\$ -	\$ -	\$ 8,740.00	
Tocador	4	\$ 2,541.50	\$ 10,166.00	\$ -	\$ -	\$ 10,166.00	
Comedor c/ 4 Sillas	4	\$ 5,405.00	\$ 21,620.00	\$ -	\$ -	\$ 21,620.00	
Gastos preoperativos			\$ 37,500.00	\$ -	\$ -	\$ 37,500.00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,315,489.30</b>	<b>\$ 315,733.38</b>	<b>\$ 316,000.00</b>	<b>\$ 683,755.92</b>	
			<b>100.00%</b>	<b>24.0%</b>	<b>24.0%</b>	<b>52.0%</b>	

### Años para la Recuperación de la Inversión

Año	Ingresos	Egresos	Inversión fija y diferida	Impuestos	Capital de trabajo	Valores residuales	Recuperación de activos y capital	Flujo Anual	Flujo acumulado
0			\$1,315,489.30		\$23,432.25			-\$1,338,921.55	\$1,338,921.55
1	\$467,017	\$443,869.25						\$23,147.82	\$1,315,773.73
2	\$487,221	\$439,133.24						\$48,087.56	\$1,267,686.17
3	\$508,435	\$434,397.24						\$74,037.48	\$1,193,648.69
4	\$530,709	\$429,661.24						\$101,048.09	\$1,092,600.60
5	\$554,098	\$345,991.90						\$208,105.78	\$884,494.82
6	\$578,655	\$345,991.90						\$232,663.55	\$651,831.27
7	\$604,441	\$345,991.90						\$258,449.20	\$393,382.07
8	\$631,516	\$345,991.90						\$285,524.14	\$107,857.93
9	\$659,945	\$345,991.90						\$313,952.82	\$206,094.89
10	\$689,795	\$345,991.90				\$473,600.07	\$170,000.00	\$987,403.00	\$1,193,497.89

Años para Recuperar la Inversión

8 Años

4.1 Meses

## Flujo de Efectivo Mensual y Capital de Trabajo

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	ACUMULADO
<b>COSTOS Y GASTOS</b>													
<b>Sueldos</b>													
Gerente	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$5,568.75	\$66,825.00
Recepcionista	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$3,712.50	\$44,550.00
Mantenimiento	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$29,700.00
Camarera	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$29,700.00
Velador	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$2,475.00	\$29,700.00
<b>Insumos y Gastos</b>													\$0.00
Energia Electrica	\$ -	\$700.00	\$ -	\$700.00	\$ -	\$700.00	\$ -	\$700.00	\$ -	\$700.00	\$ -	\$700.00	\$4,200.00
Pago por Servicio de Guias	\$2,976.00	\$2,976.00	\$2,281.60	\$3,596.00	\$2,405.60	\$2,058.40	\$3,372.80	\$1,884.80	\$2,058.40	\$2,088.80	\$3,025.60	\$2,827.20	\$31,471.20
Telefono	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
Gastos de Mantenimiento	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
Publicidad	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$18,000.00
Articulos de Limpieza	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$750.00	\$9,000.00
Otros Gastos	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$6,000.00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$23,432.25</b>	<b>\$24,132.25</b>	<b>\$22,737.85</b>	<b>\$24,752.25</b>	<b>\$22,861.85</b>	<b>\$23,214.65</b>	<b>\$23,829.05</b>	<b>\$23,041.05</b>	<b>\$22,514.65</b>	<b>\$23,165.05</b>	<b>\$23,481.85</b>	<b>\$23,983.45</b>	<b>\$281,146.20</b>
<b>VENTAS</b>													
<b>CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.</b>	<b>\$43,152.00</b>	<b>\$43,152.00</b>	<b>\$33,083.20</b>	<b>\$55,138.67</b>	<b>\$34,881.20</b>	<b>\$29,846.80</b>	<b>\$51,716.27</b>	<b>\$27,329.60</b>	<b>\$29,846.80</b>	<b>\$29,127.60</b>	<b>\$46,392.53</b>	<b>\$43,350.40</b>	<b>\$467,017.07</b>
<b>FLUJO</b>	<b>\$19,719.75</b>	<b>\$19,019.75</b>	<b>\$10,345.35</b>	<b>\$30,386.42</b>	<b>\$12,019.35</b>	<b>\$6,632.15</b>	<b>\$27,887.22</b>	<b>\$4,288.55</b>	<b>\$7,332.15</b>	<b>\$5,962.55</b>	<b>\$22,910.68</b>	<b>\$19,366.95</b>	<b>\$185,870.87</b>
<b>F.E.A.</b>	<b>\$19,719.75</b>	<b>\$38,739.50</b>	<b>\$49,084.85</b>	<b>\$79,471.27</b>	<b>\$91,490.62</b>	<b>\$98,122.77</b>	<b>\$126,009.98</b>	<b>\$130,298.53</b>	<b>\$137,630.68</b>	<b>\$143,593.23</b>	<b>\$166,503.92</b>	<b>\$185,870.87</b>	
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$23,432.25</b>												

Tabla 4.13 Relación Costo/Beneficio

### Relación Beneficio / Costo

Año	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable =				8.0%	
	Ingresos Totales	Factor de Actualización	Valor Actualizado	Egresos Totales	Factor de Actualización	Valor Actualizado
0	\$ -	1	\$ -	\$ -	1	\$ -
1	\$467,017.07	0.925925926	\$432,423.21	\$443,869.25	0.925925926	\$410,990.05
2	\$487,220.80	0.85733882	\$417,713.31	\$439,133.24	0.85733882	\$376,485.97
3	\$508,434.72	0.793832241	\$403,611.87	\$434,397.24	0.793832241	\$344,838.53
4	\$530,709.34	0.735029853	\$390,087.21	\$429,661.24	0.735029853	\$315,813.84
5	\$554,097.68	0.680583197	\$377,109.57	\$345,991.90	0.680583197	\$235,476.27
6	\$578,655.45	0.630169627	\$364,651.09	\$345,991.90	0.630169627	\$218,033.59
7	\$604,441.10	0.583490395	\$352,685.58	\$345,991.90	0.583490395	\$201,882.95
8	\$631,516.03	0.540268885	\$341,188.46	\$345,991.90	0.540268885	\$186,928.66
9	\$659,944.72	0.500248967	\$330,136.66	\$345,991.90	0.500248967	\$173,082.09
10	\$689,794.83	0.463193488	\$319,508.47	\$345,991.90	0.463193488	\$160,261.20
<b>Total</b>	<b>\$5,711,831.74</b>		<b>\$3,729,115.43</b>	<b>\$3,823,012.37</b>		<b>\$2,623,793.15</b>

Relación Beneficio/Costo = **1.42**

A continuación se mostrarán al balance general así como el estado de resultados proforma de los primeros cinco años que operará “Casas de Barro” S.A. de C.V.

### BALANCE GENERAL PROFORMA

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
A. CIRCULANTE					
Caja	\$48,313.46	\$60,422.98	\$80,767.36	\$101,943.68	\$202,926.51
<b>SUMA CIRCULANTE</b>	<b>\$48,313.46</b>	<b>\$60,422.98</b>	<b>\$80,767.36</b>	<b>\$101,943.68</b>	<b>\$202,926.51</b>
A. FIJO					
A. FIJO					
<b>SUMA FIJO</b>	<b>\$1,193,461.35</b>	<b>\$1,132,365.65</b>	<b>\$1,071,269.95</b>	<b>\$1,010,174.26</b>	<b>\$949,078.56</b>
A. DIFERIDO					
Gastos pre operativos	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00
Depreciación Acumulada	-\$3,750.00	-\$7,500.00	-\$11,250.00	-\$15,000.00	-\$18,750.00
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>\$1,275,524.81</b>	<b>\$1,222,788.63</b>	<b>\$1,178,287.31</b>	<b>\$1,134,617.94</b>	<b>\$1,170,755.07</b>
P. CIRCULANTE	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -
P. FIJO	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$ -
P.DIFERIDO Gastos Pre operativos	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>\$101,627.34</b>	<b>\$96,891.34</b>	<b>\$92,155.34</b>	<b>\$87,419.34</b>	<b>\$3,750.00</b>
Capital Contribuido	\$1,111,496.36	\$1,051,386.66	\$991,276.96	\$931,167.27	\$1,028,924.26
Utilidad neta del ejercicio	\$62,401.11	\$74,510.63	\$94,855.01	\$116,031.33	\$138,080.81
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$1,173,897.47</b>	<b>\$1,125,897.29</b>	<b>\$1,086,131.97</b>	<b>\$1,047,198.60</b>	<b>\$1,167,005.07</b>
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$1,275,524.81</b>	<b>\$1,222,788.63</b>	<b>\$1,178,287.31</b>	<b>\$1,134,617.94</b>	<b>\$1,170,755.07</b>

## Estado de Resultados Proforma

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales	\$467,017.07	\$487,220.80	\$508,434.72	\$530,709.34	\$554,097.68
Costos de Servicio	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20
Utilidad Bruta	\$306,395.87	\$326,599.60	\$347,813.52	\$370,088.14	\$393,476.48
Gastos de Administración	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00
Gastos de Venta	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gastos Financieros	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70
Utilidad de Operación	\$102,081.17	\$127,020.90	\$152,970.82	\$179,981.44	\$208,105.78
R.U.T. 10%	\$10,208.12	\$12,702.09	\$15,297.08	\$17,998.14	\$20,810.58
ISR	\$29,471.95	\$39,808.18	\$42,818.74	\$45,951.97	\$49,214.39
Utilidad Neta	\$62,401.10	\$74,510.63	\$94,855.00	\$116,031.33	\$138,080.81

## **CAPITULO V**

### **Conclusiones sobre la viabilidad técnica- económica y sustentable de la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V.**

#### Conclusiones

El objetivo fue alcanzado, ya que se demostró la viabilidad en términos económicos-financieros del proyecto ecoturístico “Casas de Barro” S.A. de C.V. y la sustentabilidad del mismo promoviendo las siguientes directrices en los ámbitos de:

**Ecología:** ya que el ecosistema no será degradado, ni perderá su integridad, su capacidad de regeneración natural, sus principales funciones ecológicas así como el control hidrológico, la regulación climática, la prevención de la erosión, contaminación, el mantenimiento de la biodiversidad y sus hábitats.

**Económica:** obteniendo asesoría en el proyecto proporcionada principalmente por la Secretaría de Turismo del Estado, institución que posee las habilidades técnicas y el conocimiento adecuado, así como el uso de técnicas, para lograr los ingresos suficientes y garantizar la continuidad en el manejo sostenible de recursos.

**Socio-cultural:** distribuyendo los beneficios y los costos equitativamente entre los distintos grupos participantes, respetando la identidad y valores culturales de los estos.

La hipótesis consistió en evaluar la factibilidad técnica, económica-financiera así como la sustentabilidad en la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V. demostrándose que el proyecto es viable en términos financieros y determinando que es sustentable ya que administrará de manera eficiente y racional los recursos naturales, de manera que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras, mediante el análisis de costo beneficio

La inversión en construcción y equipamiento de las cabañas por parte de la empresa “Casas de Barro” S.A. de C.V. traerá consigo impactos en diferentes líneas, entre las cuales podemos mencionar:

- Generación y consolidación de empleos directos e indirectos.
- Contribución al crecimiento económico de la comunidad y la región.
- Estimular el interés por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico.
- Diversificación de la propuesta turística del municipio.
- Equilibrio entre los intereses del turista o visitante, el entorno natural y la comunidad.

Dada la naturaleza del proyecto, el cuál trata esencialmente de proporcionar un servicio y cuya inversión inicial es importante en términos económicos, el volumen del financiamiento, se consideró para un periodo de 4 años, a una tasa del 6% anual.

La inversión se realizará en una región con un gran potencial turístico, de tal manera que se soportan las estrategias en los atractivos:

- Naturales
- Culturales
- Arquitectónicos
- Gastronómicos
- Artesanales

El presente proyecto de inversión establece estimaciones de ventas, las cuales a su vez determinan metas de los ingresos para cada año; en la medida que estas metas se superen, el proyecto presentará mayores niveles de rentabilidad, lo que favorecerá para cumplir con sus compromisos de crédito.

Las características del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V. son, que es un proyecto de inversión ecoturístico el cual pretende ofrecer como fuente de valor y atractivo principal el disfrute de los ecosistemas naturales, coadyuvando a la protección de estos, a través de medidas de conservación concretas, propiciando el desarrollo de la localidad mediante la generación de empleos directos e indirectos consumiendo productos y usando servicios tradicionales de la zona, publicitando y comercializando los servicios turísticos en áreas naturales con base en el entendimiento y su valorización por parte del usuario.

## **CAPITULO VI**

### **Propuesta para la implementación del proyecto “Casas de Barro” S.A. de C.V.**

#### 6.1.- Estrategias de implementación

La decisión de visitar y/o hospedarse en “Casas de Barro” obedecerá a:

- Recomendaciones, por lo que la calidad en la atención a los clientes debe de ser considerado como uno de los principales medios para dar a conocer los servicios y sus características.
- Promociones que la propia empresa haga en la región y, apoyados por la Secretaría de Turismo del Estado se promueva en los estados de Querétaro, México, Distrito Federal y Guanajuato ya que de acuerdo a una encuesta de campo se determinó que la mayoría de los turistas que visitan el municipio de Tlalpujahua provienen de éstos.

Para la correcta operación se recomienda prever con anticipación el registro y operación del negocio con base en las normas oficiales vigentes, así como los formatos y trámites relacionados de orden federal, estatal y municipal, que para este proyecto serían los siguientes:

### 6.1.1.- Tramitología

- Constitución de una sociedad
- Registro público de la propiedad y el comercio
- Inscripción al registro federal de contribuyentes
- Licencia de uso de suelo
- Licencia de construcción
- Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT
- Verificación fiscal del establecimiento
- Licencia municipal
- Autorización de impacto y riesgo ambiental
- Programa interno de protección civil
- Acta de integración de la comisión de seguridad e higiene en los centros de trabajo.
- Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento
- Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM)

### 6.1.2- Estrategia de enfoque

Se sugiere para el proyecto la implementación de una estrategia de enfoque, que satisfaga las necesidades de los turistas que gustan del ecoturismo en la región, es decir integrar un conjunto de acciones, que lleve al proyecto a producir servicios que cubran las necesidades de este nicho y segmento de mercado de forma más efectiva, comenzando por una fuerte campaña publicitaria en internet y en los canales locales de televisión principalmente en los estados de Querétaro, México, Jalisco, Guanajuato y Morelia la capital de nuestro estado ya que de éstos lugares provienen los visitantes, éstos en su mayoría son jóvenes de 18 a 30 años y padres de familia de 31 a 45 años de edad con uno a tres hijos, cuyas ocupaciones de los primeros es estudiante, y de los segundos profesionistas y empleados, los cuales nos visitan mayormente por vacaciones y/o atraídos por la cultura del lugar, quienes en un 80% les agradaría hospedarse en un desarrollo ecoturístico y al 90% les agradó el nombre “Casas de Barro” para éste.

### 6.1.3- Estrategia de diferenciación

Es importante también considerar una estrategia de diferenciación ya que ésta se refiere al conjunto integrado de acciones que desempeña la empresa o negocio para producir bienes ó servicios a costo aceptable que los clientes perciban como diferentes en sentidos que son importantes para ellos. Al ser una empresa nueva en el sector, la capacitación e inducción del personal deberá considerarse como una acción estratégica importante para encaminarse hacia el logro de los objetivos.

# REFERENCIAS

BACA Urbina Gabriel, “Proyectos de Inversión” 2006, Mc Graw Hill

CARBALLO Arturo, “Ecoturismo en México” 2006.

CEBALLOS Héctor, “Ecoturismo base para el desarrollo regional” 1994.

CONSTANZA, “Una introducción a la economía ecológica” 1989.

ERROSA Martin Eugenia, “Proyectos de inversión en ingeniería, su metodología” 2003,  
editorial Limusa

Gobierno del estado de Michoacán [www.michoacan.gob.mx](http://www.michoacan.gob.mx)

Gobierno del estado de Michoacán [www.municipiosmich.com.mx](http://www.municipiosmich.com.mx)

HERNANDEZ Díaz Edgar, “Proyectos turísticos formulación y evaluación” 2004

HITT Michael, “Administración estratégica, competitividad y globalización conceptos y casos”  
2008

INE, Instituto Nacional de Ecología, 2008

INEGI, Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

Información turística de Michoacán [www.michoacan-travel.com](http://www.michoacan-travel.com)

MARTINEZ Alier Juan, “Economía ecológica y política ambiental” 2000, editorial  
Pnuma

OMT, Organización Mundial de Turismo 2007, estadísticas del turismo internacional.

Secretaría de Turismo [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

Secretaría de economía [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)

SAPAG Chain Reinaldo, "Preparación y evaluación de proyectos de inversión" 2003,  
Mc Graw Hill

THE WORLD BANK, World Development report 1992, Development and the  
Environment. World Development indicators. Published for the world bank. Oxford  
University Press. March, 1992.

Zona turística de Michoacán [www.zonaturistica.com.mx](http://www.zonaturistica.com.mx)

# ANEXO

Anexo 1.- 1/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario conservador

**INGRESOS**  
**CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.**

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2 RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual	Mes	Tarifa	Capacidad Instalada Noches/mes	% Ocupación	Ocupación Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual	
Año 1	Enero	\$43,152.00	\$467,017.07	Enero	\$750.00	124	40%	50	198	\$37,500.00	\$402,900.00	
	Febrero	\$43,152.00		Febrero	\$750.00	124	40%	50	198	\$37,500.00		
	Marzo	\$33,083.20		Marzo	\$750.00	124	31%	38	152	\$28,500.00		
	Abril	\$55,138.67		Abril	\$800.00	124	48%	60	240	\$48,000.00		
	Mayo	\$34,881.20		Mayo	\$750.00	124	32%	40	160	\$30,000.00		
	Junio	\$29,846.80		Junio	\$750.00	124	28%	34	137	\$25,500.00		
	Julio	\$51,716.27		Julio	\$800.00	124	45%	56	225	\$44,800.00		
	Agosto	\$27,329.60		Agosto	\$750.00	124	25%	31	126	\$23,250.00		
	Septiembre	\$29,846.80		Septiembre	\$750.00	124	28%	34	137	\$25,500.00		
	Octubre	\$29,127.60		Octubre	\$750.00	124	27%	33	134	\$24,750.00		
	Noviembre	\$46,392.53		Noviembre	\$800.00	124	41%	50	202	\$40,000.00		
	Diciembre	\$43,350.40		Diciembre	\$800.00	124	38%	47	188	\$37,600.00		
Año 2	Enero	\$45,012.00	\$487,220.80	Enero	\$787.50	124	40%	50	198	\$39,375.00	\$423,045.00	
	Febrero	\$45,012.00		Febrero	\$787.50	124	40%	50	198	\$39,375.00		
	Marzo	\$34,509.20		Marzo	\$787.50	124	31%	38	152	\$29,925.00		
	Abril	\$57,536.00		Abril	\$840.00	124	48%	60	240	\$50,400.00		
	Mayo	\$36,384.70		Mayo	\$787.50	124	32%	40	160	\$31,500.00		
	Junio	\$31,133.30		Junio	\$787.50	124	28%	34	137	\$26,775.00		
	Julio	\$53,964.80		Julio	\$840.00	124	45%	56	225	\$47,040.00		
	Agosto	\$28,507.60		Agosto	\$787.50	124	25%	31	126	\$24,412.50		
	Septiembre	\$31,133.30		Septiembre	\$787.50	124	28%	34	137	\$26,775.00		
	Octubre	\$30,383.10		Octubre	\$787.50	124	27%	33	134	\$25,987.50		
	Noviembre	\$48,409.60		Noviembre	\$840.00	124	41%	50	202	\$42,000.00		
	Diciembre	\$45,235.20		Diciembre	\$840.00	124	38%	47	188	\$39,480.00		
Año 3	Enero	\$46,955.00	\$508,434.74	Enero	\$826.88	124	40%	50	198	\$41,344.00	\$444,198.80	
	Febrero	\$46,955.00		Febrero	\$826.88	124	40%	50	198	\$41,344.00		
	Marzo	\$36,006.50		Marzo	\$826.88	124	31%	38	152	\$31,421.44		
	Abril	\$60,053.20		Abril	\$882.00	124	48%	60	240	\$52,920.00		
	Mayo	\$37,963.38		Mayo	\$826.88	124	32%	40	160	\$33,075.20		
	Junio	\$32,484.13		Junio	\$826.88	124	28%	34	137	\$28,113.92		
	Julio	\$56,325.76		Julio	\$882.00	124	45%	56	225	\$49,392.00		
	Agosto	\$29,744.50		Agosto	\$826.88	124	25%	31	126	\$25,633.28		
	Septiembre	\$32,484.13		Septiembre	\$826.88	124	28%	34	137	\$28,113.92		
	Octubre	\$31,701.38		Octubre	\$826.88	124	27%	33	134	\$27,287.04		
	Noviembre	\$50,527.52		Noviembre	\$882.00	124	41%	50	202	\$44,100.00		
	Diciembre	\$47,214.24		Diciembre	\$882.00	124	38%	47	188	\$41,454.00		
Año 4	Enero	\$49,015.65	\$530,709.34	Enero	\$868.22	124	40%	50	198	\$43,411.00	\$466,407.50	
	Febrero	\$49,015.65		Febrero	\$868.22	124	40%	50	198	\$43,411.00		
	Marzo	\$37,578.67		Marzo	\$868.22	124	31%	38	152	\$32,992.36		
	Abril	\$62,696.26		Abril	\$926.10	124	48%	60	240	\$55,566.00		
	Mayo	\$39,620.98		Mayo	\$868.22	124	32%	40	160	\$34,728.80		
	Junio	\$33,902.49		Junio	\$868.22	124	28%	34	137	\$29,519.48		
	Julio	\$58,804.77		Julio	\$926.10	124	45%	56	225	\$51,861.60		
	Agosto	\$31,043.25		Agosto	\$868.22	124	25%	31	126	\$26,914.82		
	Septiembre	\$33,902.49		Septiembre	\$868.22	124	28%	34	137	\$29,519.48		
	Octubre	\$33,085.56		Octubre	\$868.22	124	27%	33	134	\$28,651.26		
	Noviembre	\$52,751.34		Noviembre	\$926.10	124	41%	50	202	\$46,305.00		
	Diciembre	\$49,292.23		Diciembre	\$926.10	124	38%	47	188	\$43,526.70		
Año 5	Enero	\$51,168.83	\$554,097.58	Enero	\$911.63	124	40%	50	198	\$45,581.50	\$489,728.63	
	Febrero	\$51,168.83		Febrero	\$911.63	124	40%	50	198	\$45,581.50		
	Marzo	\$39,229.44		Marzo	\$911.63	124	31%	38	152	\$34,641.94		
	Abril	\$65,471.47		Abril	\$972.41	124	48%	60	240	\$58,344.60		
	Mayo	\$41,361.47		Mayo	\$911.63	124	32%	40	160	\$36,465.20		
	Junio	\$35,391.78		Junio	\$911.63	124	28%	34	137	\$30,995.42		
	Julio	\$61,407.63		Julio	\$972.41	124	45%	56	225	\$54,454.96		
	Agosto	\$32,406.93		Agosto	\$911.63	124	25%	31	126	\$28,260.53		
	Septiembre	\$35,391.78		Septiembre	\$911.63	124	28%	34	137	\$30,995.42		
	Octubre	\$34,538.96		Octubre	\$911.63	124	27%	33	134	\$30,083.79		
	Noviembre	\$55,086.34		Noviembre	\$972.41	124	41%	50	202	\$48,620.50		
	Diciembre	\$51,474.12		Diciembre	\$972.41	124	38%	47	188	\$45,703.27		

Anexo1.- 2/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario optimista

INGRESOS  
CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2.RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual	Mes	Tarifa + (20%)	Capacidad Instalada Noches/mes	% Ocupación	Ocupación Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual	
Año 1	Enero	\$43,152.00	\$467,017.07	Enero	\$900.00	124	40%	50	198	\$45,000.00	\$483,480.00	
	Febrero	\$43,152.00		Febrero	\$900.00	124	40%	50	198	\$45,000.00		
	Marzo	\$33,083.20		Marzo	\$900.00	124	31%	38	152	\$34,200.00		
	Abril	\$55,138.67		Abril	\$960.00	124	48%	60	240	\$57,600.00		
	Mayo	\$34,881.20		Mayo	\$900.00	124	32%	40	160	\$36,000.00		
	Junio	\$29,846.80		Junio	\$900.00	124	28%	34	137	\$30,600.00		
	Julio	\$51,716.27		Julio	\$960.00	124	45%	56	225	\$53,760.00		
	Agosto	\$27,329.60		Agosto	\$900.00	124	25%	31	126	\$27,900.00		
	Septiembre	\$29,846.80		Septiembre	\$900.00	124	28%	34	137	\$30,600.00		
	Octubre	\$29,127.60		Octubre	\$900.00	124	27%	33	134	\$29,700.00		
	Noviembre	\$46,392.53		Noviembre	\$960.00	124	41%	50	202	\$48,000.00		
	Diciembre	\$43,350.40		Diciembre	\$960.00	124	38%	47	188	\$45,120.00		
Año 2	Enero	\$45,012.00	\$487,220.80	Enero	\$945.00	124	40%	50	198	\$47,250.00	\$507,654.00	
	Febrero	\$45,012.00		Febrero	\$945.00	124	40%	50	198	\$47,250.00		
	Marzo	\$34,509.20		Marzo	\$945.00	124	31%	38	152	\$35,910.00		
	Abril	\$57,536.00		Abril	\$1,008.00	124	48%	60	240	\$60,480.00		
	Mayo	\$36,384.70		Mayo	\$945.00	124	32%	40	160	\$37,800.00		
	Junio	\$31,133.30		Junio	\$945.00	124	28%	34	137	\$32,130.00		
	Julio	\$53,964.80		Julio	\$1,008.00	124	45%	56	225	\$56,448.00		
	Agosto	\$28,507.60		Agosto	\$945.00	124	25%	31	126	\$29,295.00		
	Septiembre	\$31,133.30		Septiembre	\$945.00	124	28%	34	137	\$32,130.00		
	Octubre	\$30,383.10		Octubre	\$945.00	124	27%	33	134	\$31,185.00		
	Noviembre	\$48,409.60		Noviembre	\$1,008.00	124	41%	50	202	\$50,400.00		
	Diciembre	\$45,235.20		Diciembre	\$1,008.00	124	38%	47	188	\$47,376.00		
Año 3	Enero	\$46,965.00	\$508,434.74	Enero	\$992.26	124	40%	50	198	\$49,612.80	\$533,038.56	
	Febrero	\$46,965.00		Febrero	\$992.26	124	40%	50	198	\$49,612.80		
	Marzo	\$36,006.50		Marzo	\$992.26	124	31%	38	152	\$37,705.73		
	Abril	\$60,053.20		Abril	\$1,058.40	124	48%	60	240	\$63,504.00		
	Mayo	\$37,963.38		Mayo	\$992.26	124	32%	40	160	\$39,690.24		
	Junio	\$32,484.13		Junio	\$992.26	124	28%	34	137	\$33,736.70		
	Julio	\$56,325.76		Julio	\$1,058.40	124	45%	56	225	\$59,270.40		
	Agosto	\$29,744.50		Agosto	\$992.26	124	25%	31	126	\$30,759.94		
	Septiembre	\$32,484.13		Septiembre	\$992.26	124	28%	34	137	\$33,736.70		
	Octubre	\$31,701.38		Octubre	\$992.26	124	27%	33	134	\$32,744.45		
	Noviembre	\$50,527.52		Noviembre	\$1,058.40	124	41%	50	202	\$52,920.00		
	Diciembre	\$47,214.24		Diciembre	\$1,058.40	124	38%	47	188	\$49,744.80		
Año 4	Enero	\$49,015.65	\$530,709.34	Enero	\$1,041.86	124	40%	50	198	\$52,093.20	\$559,689.00	
	Febrero	\$49,015.65		Febrero	\$1,041.86	124	40%	50	198	\$52,093.20		
	Marzo	\$37,578.67		Marzo	\$1,041.86	124	31%	38	152	\$39,590.83		
	Abril	\$62,696.26		Abril	\$1,111.32	124	48%	60	240	\$66,679.20		
	Mayo	\$39,620.98		Mayo	\$1,041.86	124	32%	40	160	\$41,674.56		
	Junio	\$33,902.49		Junio	\$1,041.86	124	28%	34	137	\$35,423.38		
	Julio	\$58,804.77		Julio	\$1,111.32	124	45%	56	225	\$62,233.92		
	Agosto	\$31,043.25		Agosto	\$1,041.86	124	25%	31	126	\$32,297.78		
	Septiembre	\$33,902.49		Septiembre	\$1,041.86	124	28%	34	137	\$35,423.38		
	Octubre	\$33,085.56		Octubre	\$1,041.86	124	27%	33	134	\$34,381.51		
	Noviembre	\$52,751.34		Noviembre	\$1,111.32	124	41%	50	202	\$55,566.00		
	Diciembre	\$49,292.23		Diciembre	\$1,111.32	124	38%	47	188	\$52,232.04		
Año 5	Enero	\$51,168.83	\$554,097.58	Enero	\$1,093.96	124	40%	50	198	\$54,697.80	\$587,674.36	
	Febrero	\$51,168.83		Febrero	\$1,093.96	124	40%	50	198	\$54,697.80		
	Marzo	\$39,229.44		Marzo	\$1,093.96	124	31%	38	152	\$41,570.33		
	Abril	\$65,471.47		Abril	\$1,166.89	124	48%	60	240	\$70,013.52		
	Mayo	\$41,361.47		Mayo	\$1,093.96	124	32%	40	160	\$43,758.24		
	Junio	\$35,391.78		Junio	\$1,093.96	124	28%	34	137	\$37,194.50		
	Julio	\$61,407.63		Julio	\$1,166.89	124	45%	56	225	\$65,345.95		
	Agosto	\$32,406.93		Agosto	\$1,093.96	124	25%	31	126	\$33,912.64		
	Septiembre	\$35,391.78		Septiembre	\$1,093.96	124	28%	34	137	\$37,194.50		
	Octubre	\$34,538.96		Octubre	\$1,093.96	124	27%	33	134	\$36,100.55		
	Noviembre	\$55,086.34		Noviembre	\$1,166.89	124	41%	50	202	\$58,344.60		
	Diciembre	\$51,474.12		Diciembre	\$1,166.89	124	38%	47	188	\$54,843.92		

Anexo1.- 3/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario pesimista

**INGRESOS**  
**CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.**

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2 RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual	Mes	Tarifa -(20%)	Capacidad Instalada Noches/mes	% Ocupación	Ocupación Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual	
Año 1	Enero	\$43,152.00	\$467,017.07	Enero	\$600.00	124	40%	50	198	\$30,000.00	\$322,320.00	
	Febrero	\$43,152.00		Febrero	\$600.00	124	40%	50	198	\$30,000.00		
	Marzo	\$33,083.20		Marzo	\$600.00	124	31%	38	152	\$22,800.00		
	Abril	\$55,138.67		Abril	\$640.00	124	48%	60	240	\$38,400.00		
	Mayo	\$34,881.20		Mayo	\$600.00	124	32%	40	160	\$24,000.00		
	Junio	\$29,846.80		Junio	\$600.00	124	28%	34	137	\$20,400.00		
	Julio	\$51,716.27		Julio	\$640.00	124	45%	56	225	\$35,840.00		
	Agosto	\$27,329.60		Agosto	\$600.00	124	25%	31	126	\$18,600.00		
	Septiembre	\$29,846.80		Septiembre	\$600.00	124	28%	34	137	\$20,400.00		
	Octubre	\$29,127.60		Octubre	\$600.00	124	27%	33	134	\$19,800.00		
	Noviembre	\$46,392.53		Noviembre	\$640.00	124	41%	50	202	\$32,000.00		
	Diciembre	\$43,350.40		Diciembre	\$640.00	124	38%	47	188	\$30,080.00		
Año 2	Enero	\$45,012.00	\$487,220.80	Enero	\$630.00	124	40%	50	198	\$31,500.00	\$338,436.00	
	Febrero	\$45,012.00		Febrero	\$630.00	124	40%	50	198	\$31,500.00		
	Marzo	\$34,509.20		Marzo	\$630.00	124	31%	38	152	\$23,940.00		
	Abril	\$57,536.00		Abril	\$672.00	124	48%	60	240	\$40,320.00		
	Mayo	\$36,384.70		Mayo	\$630.00	124	32%	40	160	\$25,200.00		
	Junio	\$31,133.30		Junio	\$630.00	124	28%	34	137	\$21,420.00		
	Julio	\$53,964.80		Julio	\$672.00	124	45%	56	225	\$37,632.00		
	Agosto	\$28,507.60		Agosto	\$630.00	124	25%	31	126	\$19,530.00		
	Septiembre	\$31,133.30		Septiembre	\$630.00	124	28%	34	137	\$21,420.00		
	Octubre	\$30,383.10		Octubre	\$630.00	124	27%	33	134	\$20,790.00		
	Noviembre	\$48,409.60		Noviembre	\$672.00	124	41%	50	202	\$33,600.00		
	Diciembre	\$45,235.20		Diciembre	\$672.00	124	38%	47	188	\$31,584.00		
Año 3	Enero	\$46,965.00	\$508,434.74	Enero	\$661.50	124	40%	50	198	\$33,075.20	\$323,607.04	
	Febrero	\$46,965.00		Febrero	\$661.50	124	40%	50	198	\$33,075.20		
	Marzo	\$36,006.50		Marzo	\$661.50	124	31%	38	152	\$25,137.15		
	Abril	\$60,053.20		Abril	\$176.40	124	48%	60	240	\$10,584.00		
	Mayo	\$37,963.38		Mayo	\$661.50	124	32%	40	160	\$26,460.16		
	Junio	\$32,484.13		Junio	\$661.50	124	28%	34	137	\$22,491.14		
	Julio	\$56,325.76		Julio	\$705.60	124	45%	56	225	\$39,513.60		
	Agosto	\$29,744.50		Agosto	\$661.50	124	25%	31	126	\$20,506.62		
	Septiembre	\$32,484.13		Septiembre	\$661.50	124	28%	34	137	\$22,491.14		
	Octubre	\$31,701.38		Octubre	\$661.50	124	27%	33	134	\$21,829.63		
	Noviembre	\$50,527.52		Noviembre	\$705.60	124	41%	50	202	\$35,280.00		
	Diciembre	\$47,214.24		Diciembre	\$705.60	124	38%	47	188	\$33,163.20		
Año 4	Enero	\$49,015.65	\$530,709.34	Enero	\$694.58	124	40%	50	198	\$34,728.80	\$373,126.00	
	Febrero	\$49,015.65		Febrero	\$694.58	124	40%	50	198	\$34,728.80		
	Marzo	\$37,578.67		Marzo	\$694.58	124	31%	38	152	\$26,393.89		
	Abril	\$62,696.26		Abril	\$740.88	124	48%	60	240	\$44,452.80		
	Mayo	\$39,620.98		Mayo	\$694.58	124	32%	40	160	\$27,783.04		
	Junio	\$33,902.49		Junio	\$694.58	124	28%	34	137	\$23,615.58		
	Julio	\$58,804.77		Julio	\$740.88	124	45%	56	225	\$41,489.28		
	Agosto	\$31,043.25		Agosto	\$694.58	124	25%	31	126	\$21,531.86		
	Septiembre	\$33,902.49		Septiembre	\$694.58	124	28%	34	137	\$23,615.58		
	Octubre	\$33,085.56		Octubre	\$694.58	124	27%	33	134	\$22,921.01		
	Noviembre	\$52,751.34		Noviembre	\$740.88	124	41%	50	202	\$37,044.00		
	Diciembre	\$49,292.23		Diciembre	\$740.88	124	38%	47	188	\$34,821.36		
Año 5	Enero	\$51,168.83	\$554,097.58	Enero	\$729.30	124	40%	50	198	\$36,465.20	\$391,782.90	
	Febrero	\$51,168.83		Febrero	\$729.30	124	40%	50	198	\$36,465.20		
	Marzo	\$39,229.44		Marzo	\$729.30	124	31%	38	152	\$27,713.55		
	Abril	\$65,471.47		Abril	\$777.93	124	48%	60	240	\$46,675.68		
	Mayo	\$41,361.47		Mayo	\$729.30	124	32%	40	160	\$29,172.16		
	Junio	\$35,391.78		Junio	\$729.30	124	28%	34	137	\$24,796.34		
	Julio	\$61,407.63		Julio	\$777.93	124	45%	56	225	\$43,563.97		
	Agosto	\$32,406.93		Agosto	\$729.30	124	25%	31	126	\$22,608.42		
	Septiembre	\$35,391.78		Septiembre	\$729.30	124	28%	34	137	\$24,796.34		
	Octubre	\$34,538.96		Octubre	\$729.30	124	27%	33	134	\$24,067.03		
	Noviembre	\$55,086.34		Noviembre	\$777.93	124	41%	50	202	\$38,896.40		
	Diciembre	\$51,474.12		Diciembre	\$777.93	124	38%	47	188	\$36,562.62		

Anexo 1.- 4/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario conservador

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2 RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual		Mes	Tarifa	Capacidad Instalada	% Ocupación	Ocupación Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual
Año 6	Enero	\$53,429.67	\$578,655.43	Año 6	Enero	\$957.21	124	40%	50	198	\$47,860.50	\$514,214.49
	Febrero	\$53,429.67			Febrero	\$957.21	124	40%	50	198	\$47,860.50	
	Marzo	\$40,962.75			Marzo	\$957.21	124	31%	38	152	\$36,373.98	
	Abril	\$68,385.45			Abril	\$1,021.03	124	48%	60	240	\$61,261.80	
	Mayo	\$43,188.99			Mayo	\$957.21	124	32%	40	160	\$38,288.40	
	Junio	\$36,955.52			Junio	\$957.21	124	28%	34	137	\$32,545.14	
	Julio	\$64,140.83			Julio	\$1,021.03	124	45%	56	225	\$57,177.68	
	Agosto	\$33,838.79			Agosto	\$957.21	124	25%	31	126	\$29,673.51	
	Septiembre	\$36,955.52			Septiembre	\$957.21	124	28%	34	137	\$32,545.14	
	Octubre	\$36,065.03			Octubre	\$957.21	124	27%	33	134	\$31,587.93	
	Noviembre	\$57,538.10			Noviembre	\$1,021.03	124	41%	50	202	\$51,051.50	
	Diciembre	\$53,765.11			Diciembre	\$1,021.03	124	38%	47	188	\$47,988.41	
Año 7	Enero	\$55,803.56	\$604,441.10	Año 7	Enero	\$1,005.07	124	40%	50	198	\$50,253.50	\$539,924.74
	Febrero	\$55,803.56			Febrero	\$1,005.07	124	40%	50	198	\$50,253.50	
	Marzo	\$42,782.73			Marzo	\$1,005.07	124	31%	38	152	\$38,192.66	
	Abril	\$71,445.12			Abril	\$1,072.08	124	48%	60	240	\$64,324.80	
	Mayo	\$45,107.88			Mayo	\$1,005.07	124	32%	40	160	\$40,202.80	
	Junio	\$38,597.46			Junio	\$1,005.07	124	28%	34	137	\$34,172.38	
	Julio	\$67,010.59			Julio	\$1,072.08	124	45%	56	225	\$60,036.48	
	Agosto	\$35,342.25			Agosto	\$1,005.07	124	25%	31	126	\$31,157.17	
	Septiembre	\$38,597.46			Septiembre	\$1,005.07	124	28%	34	137	\$34,172.38	
	Octubre	\$37,667.40			Octubre	\$1,005.07	124	27%	33	134	\$33,167.31	
	Noviembre	\$60,112.44			Noviembre	\$1,072.08	124	41%	50	202	\$53,604.00	
	Diciembre	\$56,170.65			Diciembre	\$1,072.08	124	38%	47	188	\$50,387.76	
Año 8	Enero	\$58,296.14	\$631,516.03	Año 8	Enero	\$1,055.33	124	40%	50	198	\$52,766.50	\$566,922.14
	Febrero	\$58,296.14			Febrero	\$1,055.33	124	40%	50	198	\$52,766.50	
	Marzo	\$44,693.70			Marzo	\$1,055.33	124	31%	38	152	\$40,102.54	
	Abril	\$74,657.77			Abril	\$1,125.68	124	48%	60	240	\$67,540.80	
	Mayo	\$47,122.71			Mayo	\$1,055.33	124	32%	40	160	\$42,213.20	
	Junio	\$40,321.49			Junio	\$1,055.33	124	28%	34	137	\$35,881.22	
	Julio	\$70,023.84			Julio	\$1,125.68	124	45%	56	225	\$63,038.08	
	Agosto	\$36,920.89			Agosto	\$1,055.33	124	25%	31	126	\$32,715.23	
	Septiembre	\$40,321.49			Septiembre	\$1,055.33	124	28%	34	137	\$35,881.22	
	Octubre	\$39,349.89			Octubre	\$1,055.33	124	27%	33	134	\$34,825.89	
	Noviembre	\$62,815.51			Noviembre	\$1,125.68	124	41%	50	202	\$56,284.00	
	Diciembre	\$58,696.46			Diciembre	\$1,125.68	124	38%	47	188	\$52,906.96	
Año 9	Enero	\$60,913.34	\$659,944.72	Año 9	Enero	\$1,108.09	124	40%	50	198	\$55,404.50	\$595,265.38
	Febrero	\$60,913.34			Febrero	\$1,108.09	124	40%	50	198	\$55,404.50	
	Marzo	\$46,700.23			Marzo	\$1,108.09	124	31%	38	152	\$42,107.42	
	Abril	\$78,031.06			Abril	\$1,181.96	124	48%	60	240	\$70,917.60	
	Mayo	\$49,238.29			Mayo	\$1,108.09	124	32%	40	160	\$44,323.60	
	Junio	\$42,131.73			Junio	\$1,108.09	124	28%	34	137	\$37,675.06	
	Julio	\$73,187.76			Julio	\$1,181.96	124	45%	56	225	\$66,189.76	
	Agosto	\$38,578.45			Agosto	\$1,108.09	124	25%	31	126	\$34,350.79	
	Septiembre	\$42,131.73			Septiembre	\$1,108.09	124	28%	34	137	\$37,675.06	
	Octubre	\$41,116.51			Octubre	\$1,108.09	124	27%	33	134	\$36,566.97	
	Noviembre	\$65,653.72			Noviembre	\$1,181.96	124	41%	50	202	\$59,098.00	
	Diciembre	\$61,348.56			Diciembre	\$1,181.96	124	38%	47	188	\$55,552.12	
Año 10	Enero	\$63,661.41	\$689,794.82	Año 10	Enero	\$1,163.50	124	40%	50	198	\$58,175.00	\$625,030.78
	Febrero	\$63,661.41			Febrero	\$1,163.50	124	40%	50	198	\$58,175.00	
	Marzo	\$48,807.08			Marzo	\$1,163.50	124	31%	38	152	\$44,213.00	
	Abril	\$81,573.02			Abril	\$1,241.06	124	48%	60	240	\$74,463.60	
	Mayo	\$51,459.64			Mayo	\$1,163.50	124	32%	40	160	\$46,540.00	
	Junio	\$44,032.47			Junio	\$1,163.50	124	28%	34	137	\$39,559.00	
	Julio	\$76,509.86			Julio	\$1,241.06	124	45%	56	225	\$69,499.36	
	Agosto	\$40,318.89			Agosto	\$1,163.50	124	25%	31	126	\$36,068.50	
	Septiembre	\$44,032.47			Septiembre	\$1,163.50	124	28%	34	137	\$39,559.00	
	Octubre	\$42,971.45			Octubre	\$1,163.50	124	27%	33	134	\$38,395.50	
	Noviembre	\$68,633.85			Noviembre	\$1,241.06	124	41%	50	202	\$62,053.00	
	Diciembre	\$64,133.27			Diciembre	\$1,241.06	124	38%	47	188	\$58,329.82	

Anexo1.- 5/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario optimista

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2 RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual	Mes	Tarifa +(20%)	Capacidad Instalada Noches/mes	% Ocupación	Ocupacion Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual	
Año 6	Enero	\$53,429.67	\$578,655.43	Enero	\$1,148.65	124	40%	50	198	\$57,432.60	\$617,057.39	
	Febrero	\$53,429.67		Febrero	\$1,148.65	124	40%	50	198	\$57,432.60		
	Marzo	\$40,962.75		Marzo	\$1,148.65	124	31%	38	152	\$43,648.78		
	Abril	\$68,385.45		Abril	\$1,225.24	124	48%	60	240	\$73,514.16		
	Mayo	\$43,188.99		Mayo	\$1,148.65	124	32%	40	160	\$45,946.08		
	Junio	\$36,955.52		Junio	\$1,148.65	124	28%	34	137	\$39,054.17		
	Julio	\$64,140.83		Julio	\$1,225.24	124	45%	56	225	\$68,613.22		
	Agosto	\$33,838.79		Agosto	\$1,148.65	124	25%	31	126	\$35,608.21		
	Septiembre	\$36,955.52		Septiembre	\$1,148.65	124	28%	34	137	\$39,054.17		
	Octubre	\$36,065.03		Octubre	\$1,148.65	124	27%	33	134	\$37,905.52		
	Noviembre	\$57,538.10		Noviembre	\$1,225.24	124	41%	50	202	\$61,261.80		
	Diciembre	\$53,765.11		Diciembre	\$1,225.24	124	38%	47	188	\$57,586.09		
Año 7	Enero	\$55,803.56	\$604,441.10	Enero	\$1,206.08	124	40%	50	198	\$60,304.20	\$647,909.69	
	Febrero	\$55,803.56		Febrero	\$1,206.08	124	40%	50	198	\$60,304.20		
	Marzo	\$42,782.73		Marzo	\$1,206.08	124	31%	38	152	\$45,831.19		
	Abril	\$71,445.12		Abril	\$1,286.50	124	48%	60	240	\$77,189.76		
	Mayo	\$45,107.88		Mayo	\$1,206.08	124	32%	40	160	\$48,243.36		
	Junio	\$38,597.46		Junio	\$1,206.08	124	28%	34	137	\$41,006.86		
	Julio	\$67,010.59		Julio	\$1,286.50	124	45%	56	225	\$72,043.78		
	Agosto	\$35,342.25		Agosto	\$1,206.08	124	25%	31	126	\$37,388.60		
	Septiembre	\$38,597.46		Septiembre	\$1,206.08	124	28%	34	137	\$41,006.86		
	Octubre	\$37,667.40		Octubre	\$1,206.08	124	27%	33	134	\$39,800.77		
	Noviembre	\$60,112.44		Noviembre	\$1,286.50	124	41%	50	202	\$64,324.80		
	Diciembre	\$56,170.65		Diciembre	\$1,286.50	124	38%	47	188	\$60,465.31		
Año 8	Enero	\$58,296.14	\$631,516.03	Enero	\$1,266.40	124	40%	50	198	\$63,319.80	\$680,306.57	
	Febrero	\$58,296.14		Febrero	\$1,266.40	124	40%	50	198	\$63,319.80		
	Marzo	\$44,693.70		Marzo	\$1,266.40	124	31%	38	152	\$48,123.05		
	Abril	\$74,657.77		Abril	\$1,350.82	124	48%	60	240	\$81,048.96		
	Mayo	\$47,122.71		Mayo	\$1,266.40	124	32%	40	160	\$50,655.84		
	Junio	\$40,321.49		Junio	\$1,266.40	124	28%	34	137	\$43,057.46		
	Julio	\$70,023.84		Julio	\$1,350.82	124	45%	56	225	\$75,645.70		
	Agosto	\$36,920.89		Agosto	\$1,266.40	124	25%	31	126	\$39,258.28		
	Septiembre	\$40,321.49		Septiembre	\$1,266.40	124	28%	34	137	\$43,057.46		
	Octubre	\$39,349.89		Octubre	\$1,266.40	124	27%	33	134	\$41,791.07		
	Noviembre	\$62,815.51		Noviembre	\$1,350.82	124	41%	50	202	\$67,540.80		
	Diciembre	\$58,696.46		Diciembre	\$1,350.82	124	38%	47	188	\$63,488.35		
Año 9	Enero	\$60,913.34	\$659,944.72	Enero	\$1,329.71	124	40%	50	198	\$66,485.40	\$714,318.46	
	Febrero	\$60,913.34		Febrero	\$1,329.71	124	40%	50	198	\$66,485.40		
	Marzo	\$46,700.23		Marzo	\$1,329.71	124	31%	38	152	\$50,528.90		
	Abril	\$78,031.06		Abril	\$1,418.35	124	48%	60	240	\$85,101.12		
	Mayo	\$49,238.29		Mayo	\$1,329.71	124	32%	40	160	\$53,188.32		
	Junio	\$42,131.73		Junio	\$1,329.71	124	28%	34	137	\$45,210.07		
	Julio	\$73,187.76		Julio	\$1,418.35	124	45%	56	225	\$79,427.71		
	Agosto	\$38,578.45		Agosto	\$1,329.71	124	25%	31	126	\$41,220.95		
	Septiembre	\$42,131.73		Septiembre	\$1,329.71	124	28%	34	137	\$45,210.07		
	Octubre	\$41,116.51		Octubre	\$1,329.71	124	27%	33	134	\$43,880.36		
	Noviembre	\$65,653.72		Noviembre	\$1,418.35	124	41%	50	202	\$70,917.60		
	Diciembre	\$61,348.56		Diciembre	\$1,418.35	124	38%	47	188	\$66,662.54		
Año 10	Enero	\$63,661.41	\$689,794.82	Enero	\$1,396.20	124	40%	50	198	\$69,810.00	\$750,036.94	
	Febrero	\$63,661.41		Febrero	\$1,396.20	124	40%	50	198	\$69,810.00		
	Marzo	\$48,807.08		Marzo	\$1,396.20	124	31%	38	152	\$53,055.60		
	Abril	\$81,573.02		Abril	\$1,489.27	124	48%	60	240	\$89,356.32		
	Mayo	\$51,459.64		Mayo	\$1,396.20	124	32%	40	160	\$55,848.00		
	Junio	\$44,032.47		Junio	\$1,396.20	124	28%	34	137	\$47,470.80		
	Julio	\$76,509.86		Julio	\$1,489.27	124	45%	56	225	\$83,399.23		
	Agosto	\$40,318.89		Agosto	\$1,396.20	124	25%	31	126	\$43,282.20		
	Septiembre	\$44,032.47		Septiembre	\$1,396.20	124	28%	34	137	\$47,470.80		
	Octubre	\$42,971.45		Octubre	\$1,396.20	124	27%	33	134	\$46,074.60		
	Noviembre	\$68,633.85		Noviembre	\$1,489.27	124	41%	50	202	\$74,463.60		
	Diciembre	\$64,333.27		Diciembre	\$1,489.27	124	38%	47	188	\$69,995.78		

Anexo1.- 6/6 Proyección de ingresos a diez años en un escenario pesimista

RESUMEN TOTAL				4 CABAÑAS (2 RECAMARAS MATRIMONIALES C/U)								
	Mes	Ingresos Mensuales	Total Anual	Mes	Tarifa - (20%)	Capacidad Instalada Noches/mes	% Ocupación	Ocupación Mensual	Afluencia Turística	Ingresos por Ocupación	Total Anual	
Año 6	Enero	\$53,429.67	\$578,655.43	Enero	\$765.77	124	40%	50	198	\$38,288.40	\$411,371.59	
	Febrero	\$53,429.67		Febrero	\$765.77	124	40%	50	198	\$38,288.40		
	Marzo	\$40,962.75		Marzo	\$765.77	124	31%	38	152	\$29,099.18		
	Abril	\$68,385.45		Abril	\$816.82	124	48%	60	240	\$49,009.44		
	Mayo	\$43,188.99		Mayo	\$765.77	124	32%	40	160	\$30,630.72		
	Junio	\$36,955.52		Junio	\$765.77	124	28%	34	137	\$26,036.11		
	Julio	\$64,140.83		Julio	\$816.82	124	45%	56	225	\$45,742.14		
	Agosto	\$33,838.79		Agosto	\$765.77	124	25%	31	126	\$23,738.81		
	Septiembre	\$36,955.52		Septiembre	\$765.77	124	28%	34	137	\$26,036.11		
	Octubre	\$36,065.03		Octubre	\$765.77	124	27%	33	134	\$25,270.34		
	Noviembre	\$57,538.10		Noviembre	\$816.82	124	41%	50	202	\$40,841.20		
	Diciembre	\$53,765.11		Diciembre	\$816.82	124	38%	47	188	\$38,390.73		
Año 7	Enero	\$55,803.56	\$604,441.10	Enero	\$804.06	124	40%	50	198	\$40,202.80	\$431,939.79	
	Febrero	\$55,803.56		Febrero	\$804.06	124	40%	50	198	\$40,202.80		
	Marzo	\$42,782.73		Marzo	\$804.06	124	31%	38	152	\$30,554.13		
	Abril	\$71,445.12		Abril	\$857.66	124	48%	60	240	\$51,459.84		
	Mayo	\$45,107.88		Mayo	\$804.06	124	32%	40	160	\$32,162.24		
	Junio	\$38,597.46		Junio	\$804.06	124	28%	34	137	\$27,337.90		
	Julio	\$67,010.59		Julio	\$857.66	124	45%	56	225	\$48,029.18		
	Agosto	\$35,342.25		Agosto	\$804.06	124	25%	31	126	\$24,925.74		
	Septiembre	\$38,597.46		Septiembre	\$804.06	124	28%	34	137	\$27,337.90		
	Octubre	\$37,667.40		Octubre	\$804.06	124	27%	33	134	\$26,533.85		
	Noviembre	\$60,112.44		Noviembre	\$857.66	124	41%	50	202	\$42,883.20		
	Diciembre	\$56,170.65		Diciembre	\$857.66	124	38%	47	188	\$40,310.21		
Año 8	Enero	\$58,296.14	\$631,516.03	Enero	\$844.26	124	40%	50	198	\$42,213.20	\$453,537.71	
	Febrero	\$58,296.14		Febrero	\$844.26	124	40%	50	198	\$42,213.20		
	Marzo	\$44,693.70		Marzo	\$844.26	124	31%	38	152	\$32,082.03		
	Abril	\$74,657.77		Abril	\$900.54	124	48%	60	240	\$54,032.64		
	Mayo	\$47,122.71		Mayo	\$844.26	124	32%	40	160	\$33,770.56		
	Junio	\$40,321.49		Junio	\$844.26	124	28%	34	137	\$28,704.98		
	Julio	\$70,023.84		Julio	\$900.54	124	45%	56	225	\$50,430.46		
	Agosto	\$36,920.89		Agosto	\$844.26	124	25%	31	126	\$26,172.18		
	Septiembre	\$40,321.49		Septiembre	\$844.26	124	28%	34	137	\$28,704.98		
	Octubre	\$39,349.89		Octubre	\$844.26	124	27%	33	134	\$27,860.71		
	Noviembre	\$62,815.51		Noviembre	\$900.54	124	41%	50	202	\$45,027.20		
	Diciembre	\$58,696.46		Diciembre	\$900.54	124	38%	47	188	\$42,325.57		
Año 9	Enero	\$60,913.34	\$659,944.72	Enero	\$886.47	124	40%	50	198	\$44,323.60	\$476,212.30	
	Febrero	\$60,913.34		Febrero	\$886.47	124	40%	50	198	\$44,323.60		
	Marzo	\$46,700.23		Marzo	\$886.47	124	31%	38	152	\$33,685.94		
	Abril	\$78,031.06		Abril	\$945.57	124	48%	60	240	\$56,734.08		
	Mayo	\$49,238.29		Mayo	\$886.47	124	32%	40	160	\$35,458.88		
	Junio	\$42,131.73		Junio	\$886.47	124	28%	34	137	\$30,140.05		
	Julio	\$73,187.76		Julio	\$945.57	124	45%	56	225	\$52,951.81		
	Agosto	\$38,578.45		Agosto	\$886.47	124	25%	31	126	\$27,480.63		
	Septiembre	\$42,131.73		Septiembre	\$886.47	124	28%	34	137	\$30,140.05		
	Octubre	\$41,116.51		Octubre	\$886.47	124	27%	33	134	\$29,253.58		
	Noviembre	\$65,653.72		Noviembre	\$945.57	124	41%	50	202	\$47,278.40		
	Diciembre	\$61,348.56		Diciembre	\$945.57	124	38%	47	188	\$44,441.70		
Año 10	Enero	\$63,661.41	\$689,794.82	Enero	\$930.80	124	40%	50	198	\$46,540.00	\$500,024.62	
	Febrero	\$63,661.41		Febrero	\$930.80	124	40%	50	198	\$46,540.00		
	Marzo	\$48,867.08		Marzo	\$930.80	124	31%	38	152	\$35,370.40		
	Abril	\$81,573.02		Abril	\$992.85	124	48%	60	240	\$59,570.88		
	Mayo	\$51,459.64		Mayo	\$930.80	124	32%	40	160	\$37,232.00		
	Junio	\$44,032.47		Junio	\$930.80	124	28%	34	137	\$31,647.20		
	Julio	\$76,569.86		Julio	\$992.85	124	45%	56	225	\$55,599.49		
	Agosto	\$40,318.89		Agosto	\$930.80	124	25%	31	126	\$28,854.80		
	Septiembre	\$44,032.47		Septiembre	\$930.80	124	28%	34	137	\$31,647.20		
	Octubre	\$42,971.45		Octubre	\$930.80	124	27%	33	134	\$30,716.40		
	Noviembre	\$68,633.85		Noviembre	\$992.85	124	41%	50	202	\$49,642.40		
	Diciembre	\$64,333.27		Diciembre	\$992.85	124	38%	47	188	\$46,663.86		

Anexo2.- Ingresos por servicio de guías proyectado a diez años

SERVICIO DE GUIAS						
	Mes	Precio por Recorrido Diario(10 Personas)	Guías al Mes	Comisión para Guías 50%	Ingresos Mensuales	Total Anual
Año 1	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 2	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 3	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 4	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 5	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	

SERVICIO DE GUIAS						
	Mes	Precio por Recorrido Diario (10 Personas)	Guías al Mes	Comisión para Guías 50%	Ingresos Mensuales	Total Anual
Año 6	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 7	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 8	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 9	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	
Año 10	Enero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	\$62,942.40
	Febrero	\$300.00	20	\$2,976.00	\$5,952.00	
	Marzo	\$300.00	15	\$2,281.60	\$4,563.20	
	Abril	\$300.00	24	\$3,596.00	\$7,192.00	
	Mayo	\$300.00	16	\$2,405.60	\$4,811.20	
	Junio	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Julio	\$300.00	22	\$3,372.80	\$6,745.60	
	Agosto	\$300.00	13	\$1,884.80	\$3,769.60	
	Septiembre	\$300.00	14	\$2,058.40	\$4,116.80	
	Octubre	\$300.00	13	\$2,008.80	\$4,017.60	
	Noviembre	\$300.00	20	\$3,025.60	\$6,051.20	
	Diciembre	\$300.00	19	\$2,827.20	\$5,654.40	

Anexo 3.- Memoria de cálculo

MEMORIA DE CÁLCULO DE SUELDOS Y SALARIOS

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Sueldos para:	Cantidad	Sueldo Diario	Sueldo Mensual	Carga Social	Total Nomina
Gerente	1	\$ 173.08	\$ 4,500.00	\$ 1,068.75	\$ 5,568.75
Recepcionista	1	\$ 15.38	\$ 3,000.00	\$ 712.50	\$ 3,712.50
Mantenimiento	1	\$ 76.92	\$ 2,000.00	\$ 475.00	\$ 2,475.00
Camarera	1	\$ 76.92	\$ 2,000.00	\$ 475.00	\$ 2,475.00
Velador	1	\$ 76.92	\$ 2,000.00	\$ 475.00	\$ 2,475.00

Gastos pre operativos	
Gastos Imprevistos	\$ 11,500.00
Plan de Negocios	\$ 20,000.00
Gastos de Constitución	\$ 4,500.00
Contrato Telefónico	\$ 1,500.00
<b>\$</b>	<b>37,500.00</b>

Anexo 4.- Depreciaciones y amortizaciones

**Depreciaciones y Amortizaciones**

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Concepto	Valor original	Tasa (%)	No. de años	Carga anual	Valor residual					
					2	5	10	5	10	
<b>Depreciaciones</b>										
<b>INFRAESTRUCTURA</b>										
Total de obra	\$ 947,200.13	5%	20	\$ 47,360.01	\$ 852,480.12	\$ 710,400.10	\$ 473,600.07			
<b>EQUIPO</b>										
Cama Matrimonial	\$ 15,364.00	10%	10	\$ 1,536.40	\$ 12,291.20	\$ 7,682.00	\$ -			
Cabecera Matrimonial	\$ 16,652.92	10%	10	\$ 1,665.29	\$ 13,322.34	\$ 8,326.46	\$ -			
Buros	\$ 6,348.00	10%	10	\$ 634.80	\$ 5,070.40	\$ 3,174.00	\$ -			
Cortineros	\$ 10,350.00	10%	10	\$ 1,035.00	\$ 8,280.00	\$ 5,175.00	\$ -			
Blancos para desayunador	\$ 8,970.00	10%	10	\$ 897.00	\$ 7,176.00	\$ 4,485.00	\$ -			
Sala	\$ 39,146.00	10%	10	\$ 3,914.60	\$ 31,316.80	\$ 19,573.00	\$ -			
Mueble para TV	\$ 8,740.00	10%	10	\$ 874.00	\$ 6,992.00	\$ 4,370.00	\$ -			
Tocador	\$ 10,166.00	10%	10	\$ 1,016.60	\$ 8,132.80	\$ 5,083.00	\$ -			
Comedor c/ 4 Sillas	\$ 21,620.00	10%	10	\$ 2,162.00	\$ 17,296.00	\$ 10,810.00	\$ -			
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1,084,557.05</b>			<b>\$ 61,095.70</b>	<b>\$ 962,365.65</b>	<b>\$ 779,078.56</b>	<b>\$ 473,600.07</b>			
<b>Amortizaciones</b>										
Gastos preoperativos	\$ 37,500.00	10%	10	\$ 3,750.00	\$ 30,000.00	\$ 18,750.00	\$ -			
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 37,500.00</b>			<b>\$ 3,750.00</b>	<b>\$ 30,000.00</b>	<b>\$ 18,750.00</b>	<b>\$ -</b>			
<b>Total</b>	<b>\$ 1,122,057.00</b>			<b>\$ 64,845.70</b>	<b>\$ 992,365.65</b>	<b>\$ 797,828.56</b>	<b>\$ 473,600.07</b>			

Anexo 5.- Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio  
CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Costos Fijos</b>	\$378,198.05	\$373,462.05	\$368,726.05	\$363,990.04	\$280,320.70	\$280,320.70	\$280,320.70	\$280,320.70	\$280,320.70	\$280,320.70
Gerente	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00	\$66,825.00
Recepcionista	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00	\$44,550.00
Mantenimiento	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00
Camarera	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00
Velador	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00	\$29,700.00
Gasto de Mantenimiento	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
Articulos de Limpieza	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00	\$9,000.00
Pago de intereses y Capital	\$97,877.35	\$93,141.35	\$88,405.35	\$83,669.34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70
<b>Costos Variables</b>	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20	\$65,671.20
Telefono	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
Pago por Servicio de Guías	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20	\$31,471.20
Publicidad	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00	\$18,000.00
Energia Electrica	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00	\$4,200.00
Otros Gastos	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00
<b>Ingresos</b>										
Por venta	\$467,017.07	\$487,220.80	\$508,434.72	\$530,709.34	\$554,097.68	\$578,655.45	\$604,441.10	\$631,516.03	\$659,944.72	\$689,794.83
<b>Punto de Equilibrio (\$)</b>	\$440,081.63	\$431,641.91	\$423,415.92	\$415,391.55	\$318,011.11	\$316,206.78	\$314,489.27	\$312,854.35	\$311,298.01	\$309,816.45
Punto de Equilibrio (%)	94.23%	88.59%	83.28%	78.27%	57.39%	54.65%	52.03%	49.54%	47.17%	44.91%
<b>Punto de Equilibrio General (\$)</b>	\$3,577,635.32									
Punto de Equilibrio General (%)	62.64%									

Anexo 6.- 1/3 Cálculo de VAN y TIR escenario conservador

VAN y la TIR

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión	-\$1,315,489.30										
Flujo Neto de Efectivo		\$48,313.46	\$60,422.99	\$80,757.36	\$101,943.69	\$202,926.51	\$222,179.81	\$235,313.90	\$257,325.82	\$280,438.34	\$304,706.48
Valor de Salvamiento											\$473,600.07
TREMA		8.00%									
SFAD	-\$1,315,489.30	\$44,734.688	\$51,802.975	\$64,115.733	\$74,931.653	\$138,108.374	\$140,010.965	\$137,303.401	\$139,025.132	\$140,288.989	\$530,506.525
VAN =		\$130,563.91									
TIR =		1.44%									

Anexo 6.- 2/3 Cálculo de VAN y TIR escenario optimista

VAN y la TIR (Optimista)

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión	-\$1,315,489.30										
Flujo Neto de Efectivo		\$119,778.26	\$135,461.03	\$159,558.97	\$184,673.54	\$209,793.68	\$233,889.71	\$258,108.79	\$282,385.46	\$306,022.86	\$415,572.53
Valor de Salvamiento											\$473,600.07
TREMA		8.00%									
SFAD	-\$1,315,489.30	\$110,945.796	\$116,136.000	\$126,663.058	\$135,740.565	\$147,228.709	\$147,488.676	\$193,104.211	\$193,354.379	\$193,107.537	\$411,858.959
VAN =		\$169,185.45									
TIR =		6%									

Anexo 6.- 3/3 Cálculo de VAN y TIR escenario pesimista

VAN y la TIR (Pesimista)

Año	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión	-\$1,315,489.30										
Flujo Neto de Efectivo		-\$25,265.74	-\$16,835.17	-\$28,929.39	\$16,766.84	\$113,491.37	\$128,272.49	\$136,710.88	\$153,793.49	\$171,727.32	\$190,561.45
Valor de Salvamiento											\$473,600.07
TREMA		8.00%									
SFAD	-\$1,315,489.30	-\$23,394.204	-\$14,433.445	-\$22,965.086	\$12,524.128	\$77,240.322	\$80,833.429	\$79,769.487	\$83,089.838	\$85,906.416	\$307,655.292
VAN =		-\$475,195.75									
TIR =		-7%									

Anexo 7.- Balance general proforma

BALANCE GENERAL PROFORMA  
CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>A. CIRCULANTE</b>										
Caja	\$48,313.46	\$60,422.98	\$80,767.36	\$101,943.68	\$202,926.51	\$222,179.80	\$235,313.90	\$257,325.82	\$280,438.34	\$304,706.48
Inventario										
Clientes										
<b>SUMA CIRCULANTE</b>	<b>\$48,313.46</b>	<b>\$60,422.98</b>	<b>\$80,767.36</b>	<b>\$101,943.68</b>	<b>\$202,926.51</b>	<b>\$222,179.80</b>	<b>\$235,313.90</b>	<b>\$257,325.82</b>	<b>\$280,438.34</b>	<b>\$304,706.48</b>
<b>A. FIJO</b>										
<b>SUMA FIJO</b>	<b>\$1,193,461.35</b>	<b>\$1,132,365.65</b>	<b>\$1,071,269.95</b>	<b>\$1,010,174.26</b>	<b>\$949,078.56</b>	<b>\$887,982.86</b>	<b>\$826,887.16</b>	<b>\$765,791.46</b>	<b>\$704,695.76</b>	<b>\$643,600.07</b>
<b>A. DIFERIDO</b>										
Gastos preoperativos	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00	\$37,500.00
Depreciación Acumulada	-\$3,750.00	-\$7,500.00	-\$11,250.00	-\$15,000.00	-\$18,750.00	-\$22,500.00	-\$26,250.00	-\$30,000.00	-\$33,750.00	-\$37,500.00
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>\$1,275,524.81</b>	<b>\$1,222,788.63</b>	<b>\$1,178,287.31</b>	<b>\$1,134,617.94</b>	<b>\$1,170,755.07</b>	<b>\$1,125,162.66</b>	<b>\$1,073,451.06</b>	<b>\$1,030,617.28</b>	<b>\$988,884.10</b>	<b>\$948,306.55</b>
<b>P. CIRCULANTE</b>										
P. CIRCULANTE	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
P. FIJO	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
P. DIFERIDO	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00	\$3,750.00
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>\$101,627.34</b>	<b>\$96,891.34</b>	<b>\$92,155.34</b>	<b>\$87,419.34</b>	<b>\$3,750.00</b>	<b>\$3,750.00</b>	<b>\$3,750.00</b>	<b>\$3,750.00</b>	<b>\$3,750.00</b>	<b>\$3,750.00</b>
<b>CAPITAL CONTRIBUIDO</b>										
Capital Contribuido	\$1,111,496.36	\$1,051,386.66	\$991,276.96	\$931,167.27	\$1,028,924.26	\$964,078.56	\$899,232.86	\$834,387.16	\$769,541.46	\$704,695.76
Utilidad neta del ejercicio	\$62,401.11	\$74,510.63	\$94,855.01	\$116,031.33	\$138,080.81	\$157,334.10	\$170,468.20	\$192,480.12	\$215,592.64	\$239,860.79
<b>CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$1,173,897.47</b>	<b>\$1,125,897.29</b>	<b>\$1,086,131.97</b>	<b>\$1,047,198.60</b>	<b>\$1,167,005.07</b>	<b>\$1,121,412.66</b>	<b>\$1,069,701.06</b>	<b>\$1,026,867.28</b>	<b>\$985,134.10</b>	<b>\$944,556.55</b>
<b>PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$1,275,524.81</b>	<b>\$1,222,788.63</b>	<b>\$1,178,287.31</b>	<b>\$1,134,617.94</b>	<b>\$1,170,755.07</b>	<b>\$1,125,162.66</b>	<b>\$1,073,451.06</b>	<b>\$1,030,617.28</b>	<b>\$988,884.10</b>	<b>\$948,306.55</b>

Anexo 8.- 1/3 Estado de resultados proforma, escenario conservador

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Estado de Resultados Proforma

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos totales	\$467,017.07	\$487,220.80	\$508,434.72	\$530,709.34	\$554,097.68	\$578,655.45	\$604,441.10	\$631,516.03	\$659,944.72	\$689,794.83
Costos de Servicio	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20
Utilida Bruta	\$306,395.87	\$326,599.60	\$347,813.52	\$370,088.14	\$393,476.48	\$418,034.25	\$443,819.90	\$470,894.83	\$499,323.52	\$529,173.63
Gastos de Administración	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00
Gastos de Venta	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gastos Financieros	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70
Utilidad de Operación	\$102,081.17	\$127,020.90	\$152,970.82	\$179,981.44	\$208,105.78	\$232,663.55	\$258,449.20	\$285,524.13	\$313,952.82	\$343,802.93
R.U.T. 10%	\$10,208.12	\$12,702.09	\$15,297.08	\$17,998.14	\$20,810.58	\$23,266.36	\$25,844.92	\$28,552.41	\$31,395.28	\$34,380.29
ISR	\$29,471.95	\$39,808.18	\$42,818.74	\$45,951.97	\$49,214.39	\$52,063.09	\$62,136.08	\$64,491.60	\$66,964.90	\$69,561.86
Utilida Neta	\$62,401.10	\$74,510.63	\$94,855.00	\$116,031.33	\$138,080.81	\$157,334.11	\$170,468.20	\$192,480.12	\$215,592.64	\$239,860.78
Pago a principal	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	\$48,313.46	\$60,422.99	\$80,767.36	\$101,943.69	\$202,926.51	\$222,179.81	\$235,313.90	\$257,325.82	\$280,438.34	\$304,706.48

Anexo 8.- 2/3 Estado de resultados proforma, escenario optimista

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Estado de Resultados Proforma (Optimista)

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos totales	\$546,422.40	\$570,596.40	\$595,980.96	\$622,631.40	\$650,616.76	\$679,999.79	\$710,852.09	\$743,248.97	\$777,260.86	\$812,979.34
Costos de Servicio	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20
Utilida Bruta	\$385,801.20	\$409,975.20	\$435,359.76	\$462,010.20	\$489,995.56	\$519,378.59	\$550,230.89	\$582,627.77	\$616,639.66	\$652,358.14
Gastos de Administración	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00
Gastos de Venta	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gastos Financieros	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70
Utilidad de Operación	\$181,486.50	\$210,396.50	\$240,517.06	\$271,903.50	\$304,624.86	\$334,007.89	\$364,860.19	\$397,257.07	\$431,268.96	\$466,987.44
R.U.T. 10%	\$18,148.65	\$21,039.65	\$24,051.71	\$27,190.35	\$30,462.49	\$33,400.79	\$36,486.02	\$39,725.71	\$43,126.90	\$46,698.74
ISR	\$29,471.95	\$39,808.18	\$42,818.74	\$45,951.97	\$49,214.39	\$52,063.09	\$62,136.08	\$64,491.60	\$66,964.90	\$69,561.86
Utilida Neta	\$133,865.90	\$149,548.67	\$173,646.61	\$198,761.18	\$224,947.98	\$248,544.01	\$266,238.09	\$293,039.76	\$321,177.16	\$350,726.83
Pago a principal	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	\$119,778.26	\$135,461.03	\$159,558.97	\$184,673.54	\$289,793.68	\$313,389.71	\$331,083.79	\$357,885.46	\$386,022.86	\$415,572.53

Anexo 8.- 3/3 Estado de resultados proforma, escenario pesimista

CASAS DE BARRO S.A. DE C.V.

Estado de Resultados Proforma (Pesimista)

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos totales	\$385,262.40	\$401,378.40	\$386,549.44	\$436,068.40	\$454,725.30	\$474,313.99	\$494,882.19	\$516,480.11	\$539,154.70	\$562,967.02
Costos de Servicio	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20	\$160,621.20
Utilida Bruta	\$224,641.20	\$240,757.20	\$225,928.24	\$275,447.20	\$294,104.10	\$313,692.79	\$334,260.99	\$355,858.91	\$378,533.50	\$402,345.82
Gastos de Administración	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00	\$96,525.00
Gastos de Venta	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00	\$24,000.00
Gastos Financieros	\$18,944.00	\$14,208.00	\$9,472.00	\$4,736.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70	\$64,845.70
Utilidad de Operación	\$20,326.50	\$41,178.50	\$31,085.54	\$85,340.50	\$108,733.40	\$128,322.09	\$148,890.29	\$170,488.21	\$193,162.80	\$216,975.12
R.U.T. 10%	\$2,032.65	\$4,117.85	\$3,108.55	\$8,534.05	\$10,873.34	\$12,832.21	\$14,889.03	\$17,048.82	\$19,316.28	\$21,697.51
ISR	\$29,471.95	\$39,808.18	\$42,818.74	\$45,951.97	\$49,214.39	\$52,063.09	\$62,136.08	\$64,491.60	\$66,964.90	\$69,561.86
Utilida Neta	-\$11,178.10	-\$2,747.53	-\$14,841.75	\$30,854.48	\$48,645.67	\$63,426.79	\$71,865.18	\$88,947.79	\$106,881.62	\$125,715.75
Pago a principal	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$78,933.34	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	-\$25,265.74	-\$16,835.17	-\$28,929.39	\$16,766.84	\$113,491.37	\$128,272.49	\$136,710.88	\$153,793.49	\$171,727.32	\$190,561.45

Anexo 9.- 1/2 Relación Costo/Beneficio, escenario optimista

**Relación Beneficio / Costo (Optimista)**

Año	Ingresos Totales	Factor de Actualización	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable = 8.0%			Beneficio / Costo
			Valor Actualizado	Egresos Totales	Factor de Actualización	
0	\$ -	1	\$ -	\$ -	1	-
1	\$546,422.40	0.925925926	\$505,946.67	\$443,869.25	0.925925926	\$410,990.05
2	\$570,596.40	0.85733882	\$489,194.44	\$439,133.24	0.85733882	\$376,485.97
3	\$595,980.96	0.793832241	\$473,108.90	\$434,397.24	0.793832241	\$344,838.53
4	\$622,631.40	0.735029853	\$457,652.67	\$429,661.24	0.735029853	\$315,813.84
5	\$650,616.76	0.680583197	\$442,798.83	\$345,991.90	0.680583197	\$235,476.27
6	\$679,999.79	0.630169627	\$428,515.21	\$345,991.90	0.630169627	\$218,033.59
7	\$710,852.09	0.583490395	\$414,775.37	\$345,991.90	0.583490395	\$201,882.95
8	\$743,248.97	0.540268885	\$401,554.29	\$345,991.90	0.540268885	\$186,928.66
9	\$777,260.86	0.500248967	\$388,823.94	\$345,991.90	0.500248967	\$173,082.09
10	\$812,979.34	0.463193488	\$376,566.73	\$345,991.90	0.463193488	\$160,261.20
<b>Total</b>	<b>\$6,710,588.95</b>		<b>\$4,378,937.05</b>	<b>\$3,823,012.37</b>		<b>\$2,623,793.15</b>

relación Beneficio/Costo = **1.67**

Anexo 9.- 2/2 Relación Costo/Beneficio, escenario pesimista

### Relación Beneficio / Costo (Pesimista)

Año	Ingresos Totales	Factor de Actualización	Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable = 8.0%			Beneficio / Costo
			Valor Actualizado	Egresos Totales	Factor de Actualización	
0	\$ -	1	\$ -	-	1	-
1	\$385,262.40	0.925925926	\$356,724.44	\$443,869.25	0.925925926	\$410,990.05
2	\$401,378.40	0.85733882	\$344,117.28	\$439,133.24	0.85733882	\$376,485.97
3	\$386,549.44	0.793832241	\$306,855.41	\$434,397.24	0.793832241	\$344,838.53
4	\$436,068.40	0.735029853	\$320,523.29	\$429,661.24	0.735029853	\$315,813.84
5	\$454,725.30	0.680583197	\$309,478.40	\$345,991.90	0.680583197	\$235,476.27
6	\$474,313.99	0.630169627	\$298,898.27	\$345,991.90	0.630169627	\$218,033.59
7	\$494,882.19	0.583490395	\$288,759.01	\$345,991.90	0.583490395	\$201,882.95
8	\$516,480.11	0.540268885	\$279,038.13	\$345,991.90	0.540268885	\$186,928.66
9	\$539,154.70	0.500248967	\$269,711.58	\$345,991.90	0.500248967	\$173,082.09
10	\$562,967.02	0.463193488	\$260,762.66	\$345,991.90	0.463193488	\$160,261.20
<b>Total</b>	<b>\$4,651,781.97</b>		<b>\$3,034,868.48</b>	<b>\$3,823,012.37</b>		<b>\$2,623,793.15</b>

Relación Beneficio/Costo = 1.16