



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA**  
**SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE  
POSGRADO**

**“DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL  
ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA PARA DETERMINAR SU  
VIABILIDAD ECONÓMICA”**

**DIRECTOR:**

M.A. José Luis Hugo Díaz Biffano

**TESIS**

Para Obtener el Grado de  
**Maestro en Administración.**

**PRESENTAN:**

María Alejandra Contreras González  
Goreti Morales Sánchez

**Puebla, Pue. Diciembre 2014**



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE PUEBLA**

**FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA**

**SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE  
POSGRADO**

**“DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL  
ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA PARA DETERMINAR SU  
VIABILIDAD ECONÓMICA”**

**DIRECTOR:**

**M. A. José Luis Hugo Díaz Biffano**

**TESIS**

**Para Obtener el Grado de  
Maestro en Administración.**

**PRESENTAN:**

**María Alejandra Contreras González  
Goreti Morales Sánchez**

**Puebla, Pue. Diciembre 2014**



**M.A. Elisa Guillermina del Perpetuo Socorro Ruiz Rendon**

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado

Facultad de Contaduría Pública

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Presente

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Director de la Tesis** denominada: "**DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD ECONÓMICA**", elaborada por las alumnas de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

**CONTRERAS GONZÁLEZ MARÍA ALEJANDRA  
MORALES SÁNCHEZ GORETI**

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 28 de noviembre de 2014.

Atentamente



**MA. JOSÉ LUIS HUGO DÍAZ BIFFANO**



**M.A. Elisa Guillermina del Perpetuo Socorro Ruiz Rendon**

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado

Facultad de Contaduría Pública

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Presente

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de Asesor de la Tesis denominada: "**Desarrollo de un proyecto de inversión de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla para determinar su viabilidad económica**", elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

CONTRERAS GONZÁLEZ MARIA ALEJANDRA

MORALES SÁNCHEZ GORETI

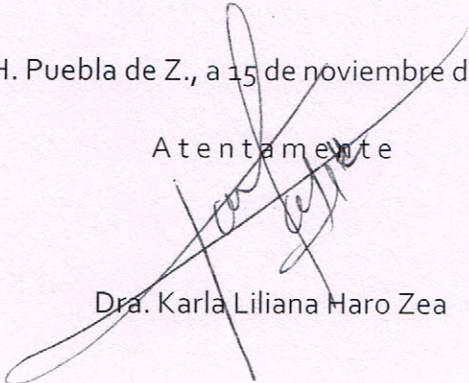
Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 15 de noviembre de 2014

Atentamente

  
Dra. Karla Liliana Haro Zea



**M.A. Elisa Guillermina del Perpetuo Socorro Ruiz Rendon**

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado

Facultad de Contaduría Pública

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Presente

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Asesora de la Tesis** denominada: "**DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD ECONÓMICA**", elaborada por las alumnas de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombre:

**CONTRERAS GONZÁLEZ MARÍA ALEJANDRA  
MORALES SÁNCHEZ GORETI**

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 28 de noviembre de 2014

Atentamente

  
**MA. Josabeth Mendoza Juárez**





**BUAP**

Oficio No. FCP-SIEP/205/14  
Asunto: Digitalización de Tesis

C. María Alejandra Contreras González  
Goreti Morales Sánchez  
Presente


Por medio del presente tengo a bien comunicarle que se autoriza la digitalización en formato PDF, de la tesis denominada **“Desarrollo de un Proyecto de Inversión de un Hotel Ecológico en Zacatlán, Puebla para Determinar su Viabilidad Económica”** para sustentar el examen profesional para obtener el grado de Maestra en Administración

Sin más por el momento, quedo de ustedes.

**Atentamente**

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., 02 de diciembre 2014.

  
**M.A. Elisa Guillermina del Perpetuo Socorro Ruiz Rendón**  
Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado.



c.c.p. SIEP  
err/ERR\*

Facultad  
de Contaduría  
Pública

Bld. Valsequillo 70,  
Col. Universidades,  
Ciudad Universitaria,  
Puebla, Pue. C.P. 72570  
01 (222) 229 55 00 Ext. 5552

## RESUMEN

En la presente investigación se preparó y evaluó un proyecto de inversión de un hotel ecológico con características sustentables ubicado en la Ciudad de Zacatlán, Puebla, con el fin de tener los elementos necesarios que permitan una mayor certidumbre y reducir el riesgo de pérdida del capital destinado para dicho propósito. Con base a encuestas, recopilación y análisis de información documental así como la obtención de cotizaciones, desarrollamos: el estudio de mercado, el cual sirvió para confirmar la aceptación de este tipo de hoteles y la proyección de los ingresos; el estudio técnico que plasma los activos necesarios y el tamaño y características físicas, así como la estructura organizacional y los aspectos legales; el estudio económico que consolida la información obtenida en términos monetarios, necesaria para llevar a cabo la evaluación económica que mediante el cálculo y análisis de indicadores financieros, permitió mostrar la viabilidad económica del proyecto de inversión. Finalmente presentamos las conclusiones y recomendaciones que permitan facilitar a los inversionistas tomar la decisión sobre la realización del proyecto.

## **ABSTRACT**

In this research, was prepared and evaluated an investment project of a green hotel with sustainable features located in the city of Zacatlán, Puebla, in order to have the necessary elements to greater certainty and reduce the risk of losing the investment for that purpose. We use surveys, compilation and analysis of information as well as obtaining quotes for developing: market research, which served to confirm the acceptance of such hotels and projection of revenues, the technical study that determined the necessary assets and the size and physical characteristics as well as the organizational structure and legal aspects; the economic study that consolidates information obtained in financial terms, necessary for economic evaluation by calculating and analyzing financial indicators allowed to show the economic viability of the investment project. Finally, we present the conclusions and recommendations to help investors decide on the project.

## AGRADECIMIENTOS

*Agradezco a mis amados padres Lolita y Agustín, por ser mis formadores de valores y carácter y su apoyo a lo largo de mi vida.*

*Agradezco al amor de mi vida, Marce, por el apoyo y amor que me brinda durante mis proyectos y nuestra vida juntos.*

*Agradezco a mi adorado hijo Marce por ser mi motor de vida y motivarme a superarme día con día para poder ser una buena guía para él.*

*También a todos aquellos que me apoyaron durante este proceso, mis suegros Laurita y Marce por el cuidado a mi hijo durante mis horas ausentes y el apoyo que siempre nos brindan y a mis grandes Amigos: Lupita, Ross, Jorge y Ed, que tuve la fortuna de conocer durante la Maestría y que formamos a parte de un gran equipo una gran amistad.*

*Alejandra*

## AGRADECIMIENTOS

*Agradezco a Dios, por seguirme permitiendo existir y seguir cosechando logros.*

*Agradezco a mi esposo, Edison, compañero de vida que elegí, para hacerlo cómplice de todos mis sueños y metas y que hoy con su apoyo, logramos una más.*

*Agradezco a mi pequeño y amado hijo, Leonardo, quien me brindo tiempo que le correspondía para poder cerrar este ciclo.*

*Agradezco a mis padres Ludmila y Cristóbal, que han sido ejemplo de tenacidad y esfuerzo, así como a mis hermanos, Paty, Hector y Cris, quienes con su camaradería y alegría me han motivado y aligerado finalizar este proyecto.*

*Agradezco a mi compañera Alejandra que fue parte de este proyecto y que siempre mostro empatía y apoyo, siendo un ancla para no abandonar la meta.*

*Goreti*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradecemos a nuestros acompañantes de este proyecto que nos brindaron su apoyo y conocimientos:*

*Mtro. José Luis Hugo Díaz Biffano*

*Mtra. Josabeth Mendoza Juárez*

*Dra. Karla Liliana Haro Zea*

*Goreti y Alejandra*

## INDICE GENERAL

RESUMEN .....	1
ABSTRACT .....	2
I. INTRODUCCIÓN .....	15
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	17
III. JUSTIFICACIÓN.....	19
IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1. Objetivo General.....	20
2. Objetivos específicos .....	20
V. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	22
VI. HIPÓTESIS.....	23
a) Variables Independientes .....	23
b) Variables dependientes .....	23
VII. DISEÑO METODOLÓGICO .....	23
VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES .....	25
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA HOTELERA, CONCEPTUALIZACIÓN DE HOTELES ECOLOGICOS, PUEBLOS MAGICOS Y TURISMO SUSTENTABLE .....	27
1.2 Antecedentes históricos de la industria hotelera.....	27

1.3	Antecedentes históricos de la industria hotelera en México. ....	31
1.4	Antecedentes históricos industria hotelera Zacatlán, Puebla.....	38
1.5	Clasificación de los hoteles.....	42
1.6	Conceptualización hoteles ecológicos .....	48
1.7	Conceptualización turismo sustentable.....	54
1.8	Conceptualización de Pueblos Mágicos en México .....	60
CAPÍTULO 2. CONTEXTO GENERAL DE ZACATLÁN, PUEBLA.....		65
2.1	Generalidades de Zacatlán Puebla. ....	65
2.2	Ubicación Geográfica.....	66
2.3	Demografía. ....	66
2.4	Actividades económicas. ....	66
2.5	Turismo.....	67
2.5.1	Atractivos Turísticos.....	68
CAPÍTULO 3. ELABORACIÓN DE LOS ESTUDIOS PARA EVALUAR LA VIABILIDAD ECONOMICA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLOGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA.....		84
3.1	Presentación .....	84
3.2	Antecedentes .....	84
3.3	Estudio de mercado .....	86

3.3.1 Definición del producto .....	86
3.3.2 Análisis de la demanda .....	93
3.3.3 Proyección de la demanda con base en fuentes primarias y secundarias.	113
3.3.4 Análisis de la oferta .....	116
3.3.5 Proyección de los precios.....	120
3.3.6 Estudio de la comercialización del producto.....	121
3.3.7 Conclusiones Estudio de Mercado .....	125
3.4 Estudio Técnico.....	127
3.4.1 Análisis geográfico .....	127
3.4.2 Determinación de la capacidad instalada. ....	130
3.4.3 Estructura organizacional .....	132
3.4.4 Aspectos legales .....	143
3.4.5 Conclusiones estudio técnico .....	149
3.5 Estudio económico .....	149
3.5.1 Determinación de los ingresos .....	150
3.5.2 Determinación de la inversión inicial en activos tangibles .....	150
3.5.3 Costos directos y gastos indirectos .....	153
3.5.4 Determinación de Costo Integral de Financiamiento.....	156

3.5.5 Determinación del punto de equilibrio .....	157
3.5.6 Estado de resultados proyectado .....	159
<b>CAPÍTULO 4. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA.....</b>	<b>160</b>
4.1 Valor presente neto (VPN) .....	160
4.2 Tasa interna de retorno (TIR): .....	163
4.3 Tiempo de recuperación de la inversión (TRI):.....	165
4.4 Factor costo - beneficio: .....	166
4.5 Valor Económico Agregado (EVA, por sus siglas en Ingles): .....	167
4.6 Rendimiento por acción.....	171
4.7 Análisis de sensibilidad. ....	172
4.8 Conclusiones de la evaluación económica.....	174
<b>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES.....</b>	<b>175</b>
<b>IX. REFERENCIAS .....</b>	<b>181</b>
<b>X. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS .....</b>	<b>185</b>
<b>XI. ANEXOS.....</b>	<b>187</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Llegadas de Turistas Internacionales a nivel mundial (millones de personas) .....	37
Tabla 2. Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares) .....	38
Tabla 3. Sistema de Clasificación de Estrellas .....	42
Tabla 4. Clasificación por vocaciones de hoteles .....	48
Tabla 5. Determinación de días .....	113
Tabla 6. Determinación de la capacidad aprovechada y porcentaje de ocupación .....	114
Tabla 7. Determinación de personas que harán uso del restaurante .....	115
Tabla 8. Determinación de personas que harán uso de excursiones .....	116
Tabla 9. Precios Hoteles Zacatlán .....	117
Tabla 10. Servicios otorgados por Hoteles en Zacatlán, Puebla .....	118
Tabla 11. Ingresos .....	150
Tabla 12. Terreno .....	150
Tabla 13. Cotización Edificación .....	151
Tabla 14. Inversión Mobiliario y Equipo .....	152
Tabla 15. Sueldos y prestaciones anuales .....	153
Tabla 16. Costos Directos .....	154

Tabla 17. Depreciaciones.....	154
Tabla 18. Gastos Indirectos.....	155
Tabla 19. Condiciones del Crédito .....	156
Tabla 20. Condiciones del Crédito .....	156
Tabla 21. Punto de equilibrio.....	157
Tabla 22. Estado de resultados proyectado .....	159
Tabla 23. Resumen Inversión inicial de Activos Tangibles.....	161
Tabla 24. Flujos Netos para cálculo del valor presente neto y tasa interna de retorno.....	162
Tabla 25. Tiempo de recuperación de la inversión .....	165
Tabla 26. Ingresos Actualizados .....	166
Tabla 27. Egresos Actualizados .....	167
Tabla 28. Activos Netos Financiados .....	168
Tabla 29. Rendimiento sobre el Capital Invertido.....	169
Tabla 30. Tasa de Costo Promedio Ponderado de Capital .....	170
Tabla 31. Determinación del EVA .....	170
Tabla 32. Rendimiento por acción por año.....	171
Tabla 33. Análisis de sensibilidad (VPN).....	172

Tabla 34. Análisis de sensibilidad (TIR) .....	172
Tabla 35. Análisis de Sensibilidad (TRI).....	173
Tabla 36. Análisis de Sensibilidad (Factor Costo Beneficio) .....	173
Tabla 37. Análisis de sensibilidad (EVA).....	173
Tabla 38. Análisis de sensibilidad (Rendimiento por acción) .....	174

### **ÍNDICE DE GRÁFICAS**

Gráfica 1. Establecimientos de hospedaje en México .....	34
Gráfica 2. Turistas residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje en México. ....	35
Gráfica 3. Turistas no residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje en México. ....	36
Gráfica 4. Establecimientos de hospedaje en Zacatlán, Puebla.....	40
Gráfica 5. Cuartos registrados de hospedaje en Zacatlán, Puebla. ....	40
Gráfica 6. Turistas que se hospedaron en Zacatlán, Puebla.....	41
Gráfica 7. Afluencia de Turistas a Zacatlán, Puebla.....	111
Gráfica 8. Derrama Económica visitantes que arribaron a Zacatlán, Puebla .....	112
Gráfica 9. Establecimientos de Hospedaje en Zacatlán, Puebla .....	119

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tendencias turísticas de sustentabilidad.....	17
Figura 2. Organigrama .....	132
Figura 3. Conclusiones Finales .....	178

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Insignia Pueblo Mágico .....	64
Ilustración 2. Zacatlán Pueblo Mágico.....	65
Ilustración 3 Cascada de San Pedro .....	68
Ilustración 4. Cascada de Tulumán .....	69
Ilustración 5. Centro Histórico .....	70
Ilustración 6. Ex-Convento Franciscano.....	71
Ilustración 7. Jicolapa.....	72
Ilustración 8. Museo Interactivo.....	73
Ilustración 9. Barranca de los Jilgueros.....	74
Ilustración 10. Palacio Municipal .....	76
Ilustración 11. La Parroquia de San Pedro.....	77
Ilustración 12. Piedras Encimadas .....	78
Ilustración 13. Paseo de la Barranca.....	79

Ilustración 14. Mirador, paseo de la barranca .....	80
Ilustración 15. Gastronomía de Zacatlán, Puebla.....	80
Ilustración 16. Artesanías de Zacatlán, Puebla .....	81
Ilustración 17. Feria de Zacatlán, Puebla .....	82
Ilustración 18. Logo Eco Hotel Yamancac.....	86
Ilustración 19. Alrededores del hotel para caminatas y campañas de reforestación .....	88
Ilustración 20. Misión del Eco Hotel Yamancac.....	89
Ilustración 21. Visión del Eco Hotel Yamancac .....	90
Ilustración 22. Valores del Eco Hotel Yamancac.....	91
Ilustración 23. Objetivos del Eco Hotel Yamancac .....	92
Ilustración 24. Determinación de Muestra Probabilística.....	94
Ilustración 25. Publicidad Eco Hotel Yamancac para página web.....	122
Ilustración 26. Publicidad Eco Hotel Yamancac para folletos.....	123
Ilustración 27. Página Facebook Eco Hotel Yamancac.....	124
Ilustración 28. Ubicación Geográfica Zacatlán, Puebla .....	128
Ilustración 29. Ubicación Zacatlán, Puebla .....	128
Ilustración 30. Ubicación de terreno .....	129

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad es importante realizar estudios, análisis y evaluación financiera para determinar si un proyecto de inversión es viable económicamente, esto con la finalidad tener una mayor certidumbre y reducir el riesgo de pérdida del capital destinado para dicho propósito y tener un panorama de mayor certeza para la toma de decisiones. Debemos de realizar varios estudios como son: los de mercado, para estimar la aceptación del producto y mercado potencial, el estudio técnico, para determinar la mejor ubicación posible para la empresa analizando diversos factores que puedan influir para encarecer o reducir los costos en la producción de nuestro producto o servicio, el estudio organizacional en el cual plasmamos las necesidades de la empresa en cuanto el capital humano, así como el costo que conlleva, los estudios financieros donde se concentran todos los estudios anteriores de forma monetaria y se realizan las proyecciones y contando con los resultados se puede realizar la evaluación financiera del proyecto.

Las condiciones ambientales del mundo van en deterioro y la preocupación por preservar y mejorar la calidad de este va en incremento y no es la excepción en el sector turismo, cada día los turistas van cambiando sus preferencias, ya que buscan un menor impacto ambiental, a la hora de elegir el destino consideran el nivel de conservación del entorno natural, están dispuestos a pagar más a cambio de mayores beneficios para la comunidad, se interesan por temas sociales, culturales y ambientales de los destinos que visitan, prefieren los hoteles llamados verdes o ecológicos, con todo esto se muestra la tendencia turística hacia la sustentabilidad, siendo los países europeos en donde más notorio es el cambio.

En nuestro país, el gobierno se ha preocupado por generar programas de turismo sustentable, sin embargo aún estamos en el lugar 114 de los destinos de este tipo, y quien encabeza la lista de países sustentables son Suiza y Costa Rica.

Consideramos que es necesario en Zacatlán, Puebla, que por sus bellezas naturales y riqueza cultural fue nombrado Pueblo Mágico, difundir este tipo de turismo invirtiendo en hoteles ecológicos que promuevan la sustentabilidad, y así contribuir a su conservación.

Con este estudio pretendemos dar una opción para aprovechar de manera sustentable un terreno ubicado en Zacatlán, Puebla, determinando a través de la elaboración y evaluación de un proyecto de inversión su viabilidad económica.

Será útil para todo aquel que esté interesado en invertir en hoteles ecológicos, ya que presenta el panorama financiero de los beneficios de crear opciones sustentables de hospedaje cuidando el entorno ecológico y sociocultural.

En el capítulo 1 abordaremos la evolución y tendencias de la industria hotelera a nivel mundial, en México y en la región de Zacatlán, Puebla, se presentarán en forma general la clasificación de los hoteles, se expondrán las características de un hotel ecológico y del turismo sustentable, describiremos las características de un Pueblo Mágico de acuerdo al programa desarrollado con este nombre por el Gobierno Federal de México, dentro del capítulo 2 mostraremos las generalidades y características de la Ciudad de Zacatlán, Puebla, destacando los atractivos por los cuales consideramos que es un destino altamente potencial para realizar una inversión de un hotel ecológico, en el capítulo 3, se formula y evalúa el proyecto de inversión del hotel en el que se desarrollan el estudio de mercado, el técnico el administrativo, los presupuestos de inversión y utilidades; en el capítulo 4 se lleva cabo la evaluación económica financiera del proyecto para determinar su

viabilidad. Finalmente en el capítulo 5 se plasman las conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos para realizar el proyecto.

## II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Actualmente el turista tiene un mayor interés en preservar el medio ambiente, de acuerdo con encuestas realizadas por la Organización Mundial de Turismo (OTM) se identificó que el nicho de mercado al que le interesa preservar el medio ambiente está teniendo un mayor auge.

Figura 1. Tendencias turísticas de sustentabilidad



Fuente: Secretaria de Turismo de Puebla (2014)

De acuerdo a la figura 1 se puede observar cuales son las características de la tendencia actuales de turismo, la cual ha ido creciendo sobre todo en países europeos.

Los datos acerca de las consecuencias del turismo son contradictorios. Por una parte tenemos claras repercusiones positivas: creación de empleo, incremento de ingresos económicos, disminución de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a costumbres más libres, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente, etc. Por otra parte están las consecuencias negativas, tan importantes como las anteriores: incremento en el consumo de suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de la producción de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, introducción de especies exóticas de animales y plantas, inducción de flujos de población hacia zonas turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc. Se hacen necesarias medidas efectivas para lograr que, como reclama Naciones Unidas, las actividades turísticas se organicen en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y paisajes receptores, de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica y, debemos añadir, cultural. (Organización de Estados Iberoamericanos, 2014)

En México, aunque el Gobierno en los recientes años ha creado programas de desarrollo para promover el turismo sustentable, de acuerdo a la OTM ocupa el lugar 114 del ranking mundial de destinos sustentables, este listado es encabezado por Suiza y dentro de los primeros 10 solo se encuentra Costa Rica de los países del continente americano.

En regiones como Zacatlán en el Estado de Puebla, es importante que se promueva este tipo de turismo, porque es una región que cuenta con diversos atractivos naturales y culturales. Hoy en día esta población al ser parte del proyecto gubernamental llamado “Pueblos Mágicos” ha tenido mayor difusión lo que ha provocado ser un sitio más atractivo para turistas nacionales y extranjeros, por lo que consideramos importante la inversión en hoteles que satisfagan la necesidad de albergar a los turistas, siendo amigables con el medio ambiente, beneficiando la economía de la región y respetando su cultura y tradiciones.

El presente trabajo de investigación tiene por objeto determinar la viabilidad económica de un hotel ecológico utilizando de manera sustentable el terreno ubicado la calle Luis Cabrera Lobato sin número, en la entrada de la Ciudad de Zacatlán con el fin de reducir la alteración tanto del entorno natural como cultural y siendo un generador de empleos que beneficie a la comunidad.

### **III. JUSTIFICACIÓN**

Este trabajo de investigación se elabora con el fin de obtener el grado de Maestro en Administración, además de darnos la oportunidad de desarrollar nuestras habilidades de investigación, metodológicas, de análisis de información y sistematización.

Con este proyecto de investigación pretendemos dar una opción para aprovechar de manera sustentable el terreno ubicado en el “Pueblo Mágico” de Zacatlán el cual cuenta con una extensión aproximada de 1,500 metros cuadrados para construir y operar un hotel ecológico. Para lograr este cometido se llevara a cabo la formulación y evaluación del proyecto, enumerando los beneficios de un hotel sustentable y ecológico que contribuya a mantener la esencia de su entorno.

Será útil para los inversionistas que esté interesado en hoteles ecológicos, ya que presenta opciones sustentables de hospedaje cuidando el entorno ecológico, sociocultural y los beneficios financieros.

Por otra parte, para los habitantes de las zonas aledañas de donde se ubicará el hotel ecológico, se verán beneficiados, debido a que una de las filosofías del proyecto es la de emplear únicamente a personas originarias de Zacatlán contribuyendo a lograr la sustentabilidad social y económica de la región

Los turistas que arriben a este destino se verán favorecidos al tener una alternativa de hospedaje que les permita disfrutar de un hotel que aparte de preocuparse por brindarles una estancia agradable sea responsable con el medio ambiente, les ofrezca turismo alternativo, y les ayude a conocer más sobre la cultura y costumbres de la región.

## **IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1. Objetivo General**

Preparar y evaluar un proyecto de inversión para determinar la viabilidad económica de un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán, Puebla, con la finalidad de contar con los elementos que permitan tomar la decisión para llevarlo a cabo.

### **2. Objetivos específicos**

- Analizar la evolución de la industria hotelera para saber los antecedentes de cómo surge y cuales son la tendencias de está, consultando fuentes bibliográfica y electrónicas.

- Identificar las tendencias del turismo sustentable a nivel mundial para conocer el mercado de este tipo de turismo, si la tendencia es positiva, y qué características tiene a través de consulta bibliográfica y electrónica de organizaciones turísticas mundiales.
- Enumerar las características de Zacatlán como destino turístico para poder determinar que atractivos naturales, arquitectónicos y culturales ofrece este destino, mediante la investigación de campo y consulta de referencias electrónicas de páginas gubernamentales de turismo.
- Cuantificar la demanda turística de Zacatlán para estimar el mercado potencial consultando estadísticas del sector turístico.
- Elaborar un proyecto de inversión de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla para consolidar los estudios necesarios que permitan la evaluación de su viabilidad económica recopilando y analizando datos de mercado, cotizaciones y aplicación de encuestas.
- Evaluar la viabilidad económica de un proyecto de inversión de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla mediante la aplicación e interpretación de indicadores financieros para facilitar la toma de decisión de llevarlo a cabo por los posibles inversionistas.
- Enumerar las ventajas y desventajas del proyecto, sintetizando la información recopilada y analizada en los estudios con el fin de otorgar a los posibles inversionistas bases para tomar la decisión de su realización.

## V. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son las tendencias actuales del turismo sustentable?
- ¿Será el concepto de hotel ecológico es más atractivo para los turistas en Zacatlán, Puebla?
- ¿Qué características tiene Zacatlán, Puebla para ser un destino atractivo para los turistas?
- ¿La inversión de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla será un proyecto económicamente viable?
- ¿Cuál sería el tiempo para el recuperación de la inversión, su tasa de retorno del hotel ecológico en Zacatlán, Puebla?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de invertir un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla?

## **VI. HIPÓTESIS**

Al desarrollar y evaluar un proyecto de inversión de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla se tendrán los elementos necesarios para determinar su viabilidad económica facilitando la toma de decisiones para su realización.

### **a) Variables Independientes**

- Elaboración y evaluación de proyectos de inversión.
- Elementos para determinar la viabilidad económica del proyecto de un hotel ecológico

### **b) Variables dependientes**

- Tendencia hacia preferencia de hoteles ecológicos
- Demanda de hospedaje en Zacatlán, Puebla
- Oferta de hospedaje en Zacatlán, Puebla

## **VII. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **Tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se usará es básica, debido a que se desarrollará el proyecto de inversión para determinar si es viable económicamente de un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán, Puebla recopilando información necesaria que nos permita determinarla.

## **Método**

El método que se utilizara es deductivo, partiendo de la información general existente de temas relacionados con turismo sustentable a nivel mundial, si la demanda de este ha crecido para conocer si tendríamos un mercado potencial y así poder definir si la inversión en un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán, Puebla es económicamente viable

## **Enfoque de la investigación**

Así mismo el tipo de investigación en la cual nos apoyaremos es de carácter mixto puesto que se compondrá de consulta de literatura, tesis, revistas y fuentes electrónicas de los antecedentes de la hotelería en México, y en Zacatlán, Puebla, tendencia mundiales del turismo, del mismo modo se estudiarán referentes teóricos acerca de proyectos de inversión, su elaboración, análisis y presentación de resultados a través de la consulta de libros, revistas y artículos.

Y se realizará investigación de campo mediante la recopilación de cotizaciones, lo que nos permitirá obtener el costo de inversión, realizaremos encuestas sobre las preferencias de turismo y hospedaje para ver la aceptación que tendría un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán, Puebla, y poder determinar su viabilidad.

## **Alcance de la investigación**

El alcance de esta investigación será exploratorio puesto que se harán inferencias de datos derivados de la literatura y descriptivo debido a que expresaremos datos financieros que permitan determinar si la inversión en un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán es viable, apoyándonos en el cálculo del costo de la inversión basados en cotizaciones así como resultados obtenidos de encuestas que nos permitan determinar la preferencia de los turistas.

## **Diseño**

El diseño de nuestra investigación será no experimental, transaccional, descriptivo, ya que sólo en base a la información y los resultados obtenidos de las encuestas, estadísticas de instituciones de turismo y cotizaciones obtenidas podremos inferir si la inversión en un hotel ecológico será viable o no y no se manipulan las variables.

## **Muestra**

La población son personas con residencia en la Ciudad de Puebla de acuerdo a los datos arrojados por INEGI y se aplicarán las encuestas a una muestra representativa durante el periodo del 6 de octubre al 17 de octubre de 2014.

## **Tipo de muestreo**

El tipo de muestreo a utilizar es probabilístico debido que se aplicará la encuesta a personas residentes en la Ciudad de Puebla que mínimo viajen una vez al año por esparcimiento o diversión, no limitándolos por características como son ingresos, sexo, edad o religión.

## **VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES**

El alcance de esta investigación es tener un sustento teórico de la viabilidad económica de un hotel ecológico en la Ciudad de Zacatlán, Puebla.

La cotización de la edificación del hotel puede variar debido a que por costo y tiempo no fue posible elaborar estudios técnicos como lo es el estudio de suelo.

Debido a que a la fecha de la presentación de la tesis no se cuenta con el financiamiento y el tiempo necesarios solo se podrá realizar preparar y evaluar eel proyecto de inversión pero no se llevará a cabo su realización.

# **CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA HOTELERA, CONCEPTUALIZACIÓN DE HOTELES ECOLOGICOS, PUEBLOS MAGICOS Y TURISMO SUSTENTABLE**

En este capítulo abordaremos la evolución y tendencias de la industria hotelera a nivel mundial, en México y en la región de Zacatlán, Puebla.

Se expondrán las características de un hotel ecológico de acuerdo a organismos internacionales, se dará una visión general de las diferentes clasificaciones de hoteles, de las cuales nos enfocaremos en la propuesta por Secretaria de Turismo de nuestro país, debido a que divide a los hoteles dependiendo su vocación (combinación entre uso y ubicación), nuestra propuesta de hotel tendrá características de ecológico con uso de esparcimiento, ubicado en un Pueblo Mágico.

## **1.2 Antecedentes históricos de la industria hotelera.**

“Hotel” proviene del francés antiguo “hostel”, que a su vez tiene origen en latín medieval “hospitale”, palabra que evolución del radical indoeuropeo “Ghos” (extranjero), y el sufijo “ti” que significaba “alguien con quien uno tiene deber reciproco de hospitalidad”.

La Real Academia Española, se refiere a *hotel* como establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros.

La historia de los hoteles está íntimamente ligada a la de las civilizaciones. O más bien, se trata de una parte de esa historia. Instalaciones que ofrecen a sus visitantes alojamiento han sido evidentes desde los tiempos bíblicos tempranos. Los griegos desarrollaron baños termales en las aldeas diseñadas para el

descanso y la recuperación. Más tarde, los romanos construyeron mansiones para alojar a los viajeros en los asuntos de gobierno. Los romanos fueron los primeros en desarrollar baños termales en Inglaterra, Suiza y el Medio Oriente. Más tarde aun aparecieron refugios, proporcionando un lugar de descanso para las caravanas a lo largo de las rutas de Oriente Medio. En la Edad Media, los monasterios y abadías fueron los primeros establecimientos para ofrecer refugio a los viajeros de forma regular. Las órdenes religiosas construyeron posadas, hospicios y hospitales para atender a las personas en movimiento (Levin-Bonvin, 2003).

El inicio de la hotelería como ahora la conocemos, puede decirse que comenzó en Francia, a principios del siglo XV, cuando la ley obligó que los hoteles estuvieran en un registro. El Derecho Inglés también introdujo normas para alojarse en ese momento. Durante esta época, más de 600 hoteles se registraron en Inglaterra. Su arquitectura menudo consistía en un patio interior pavimentado con acceso a través de un pórtico arqueado. Las habitaciones estaban situadas en los dos lados del patio, la cocina y las zonas comunes en la parte delantera, y los establos y almacenes en la parte posterior.

En el siglo XIX, los hoteles se apoderan de las Ciudades, la Revolución Industrial, que comenzó en la década de 1760, facilitó la construcción de hoteles de todo el mundo, sobretodo en Europa Continental, en Inglaterra y en Estados Unidos.

En el siglo XX podemos mencionar grandes construcciones como son: el Ritz y el Savoy de Londres, el Beau Rivage Palace en Lausanne, Le Negresco en Niza, el Plaza de Nueva York, el Métropole de Bruselas, la Plaza-Athenée y l'Hôtel de Crillon en París, el Taj Mahal en Bombay y así sucesivamente. Este último fue renovado en 1972 por la cadena Inter-Continental.

Para 1920 había un gran auge en la industria hotelera, numerosos hoteles se establecieron en esta época, tanto en Ciudades como en otras zonas lejos de estas, como las montañas.

Durante la depresión mundial en 1929 hubo un estancamiento en esta industria, hasta los años 50's retomo su fuerza.

El Club Méditerranée creó el concepto ahora famoso, pero entonces revolucionario del pueblo club. Estos años también se destacaron por la construcción de los primeros hoteles de casino. Este fue también el momento en el que las compañías aéreas comenzaron a desarrollar sus propios hoteles.

1970 vio el comienzo de la construcción de hoteles para gente de negocios. Este movimiento fue apoyado por varios factores. En primer lugar, estaba la voluntad de las compañías aéreas para extender sus esfuerzos en el dominio de hoteles.

Para los 80's la tendencia fue la construcción de hoteles cerca de aeropuertos, hoteles para congresos, hoteles de salud, hoteles vacacionales de esquí, centros de vacaciones y hoteles puerto deportivo.

Los principios de los noventa se caracterizaron por una recesión en el negocio de hotel, sin duda causada por la reducción de los presupuestos de viaje de las multinacionales y la creciente crisis en el Golfo.

La Guerra del Golfo creó una gran inseguridad para los individuos y los negocios. 1991 es considerado como el año negro de la hotelería. Obligó a los hoteleros a ser más creativos en la búsqueda de formas de atraer clientes (programas especiales, ofrece para los "viajeros frecuentes", los sistemas de reserva de alto rendimiento) y así salir de la crisis con el menor daño posible.

Por primera vez, la conservación del medio ambiente y la energía juega un papel importante en las actividades de marketing de numerosas cadenas (gracias en parte al movimiento verde) e incluso ayudó a ganar la lealtad de numerosos clientes, salvaguardando los activos al mismo tiempo.

Los sistemas de reservas se hicieron más eficientes y ofrecen al hotelero una nueva dimensión en la creación de la lealtad del cliente, la base de datos. Los registros de la historia individual de cada huésped han ayudado a crear programas de marketing individualizadas y han permitido a los hoteles para satisfacer las necesidades personales de un huésped desde el momento de su llegada.

Cadenas hoteleras comenzaron a hacer alianzas, por ejemplo: Holiday Inn, Intercontinental, y Crown Plaza se fusionaron para formar Six Continents Hotels Chain; Accor firmó varias empresas mixtas en el Medio y el Lejano Oriente, Forte adquirió Méridien para reforzar su posición global. Starwoods (Sheraton) absorbió la cadena italiana Ciga y Westin.

Las principales cadenas hoteleras están elaborando planes de desarrollo en casi todas partes de Europa. Estos planes implican principalmente la renovación de los numerosos hoteles de prestigio, tanto en los países de Europa occidental y oriental. Poco a poco, las grandes capitales de Europa han sido dotadas de hoteles que cuentan con tres, cuatro y cinco estrellas, que ofrecen servicios de calidad, innovadora arquitectura, estilo, encanto y diseño. Hoteles especializados ofrecen programas de bienestar, que incluyen centros de salud y belleza, servicios y tratamientos personalizados, anti estrés, revitalizante, programas de regeneración, etcétera.

En 1995 se inició la construcción en Dubái de uno de los complejos más ambiciosos y prestigiosos turísticos de la región, las Jumeirah Beach Hoteles, estos comprenden varios establecimientos capaces de satisfacer las necesidades

de los turistas promedio, la gente de negocios y aquellos que pueden permitirse el lujo de auténtico lujo

Hoy se habla de hoteles de seis y siete estrellas, una designación sorprendente que, sin embargo es perfectamente justificada por el lujo de las habitaciones y las instalaciones que ofrecen, el servicio impecable, el alto grado de tecnología moderna, así como la belleza del entorno y el medio ambiente de calidad.

### **1.3 Antecedentes históricos de la industria hotelera en México.**

No se tiene el dato exacto de cuando se construyó el primer hotel en México, sin embargo para comenzar a hablar acerca de la historia de la hotelería en nuestro país, nos remontaremos a la época prehispánica, cuando los *mexicas* se establecen en la México-Tenochtitlan, comenzaron a incursionar en las poblaciones cercanas para intercambiar mercancías primero y después para guerrear y dominar. Un papel fundamental en esta expansión tuvieron los *pochtecas*, que eran los comerciantes que realizaban largos viajes y además de la labor de vender y comprar, realizaban funciones diplomáticas y de espionaje. Por los códices y antiguas crónicas, sabemos que en los caminos, el gobierno mexica había construido albergues llamados *coacallis*, en donde podían descansar las caravanas que encabezaban los *pochtecas*. Siempre tenían un altar dedicado a Yacatecuhtli, uno de sus dioses principales, y habitaciones y baños; la mayoría tenían *temazcallis* y baños de agua fría. En Tenochtitlan también había *coacallis* para los extranjeros que venían a comerciar. Todos ellos eran propiedad del imperio. (Gonzalez, 2004).

En el siglo XV con la llegada de Hernán Cortés, los españoles, igualmente viajeros y dominadores, crearon *mesones*, tanto en los caminos como en las ciudades. En la capital de la Nueva España (hoy Ciudad de México) fueron tantos que bautizaron la calle, que hasta la fecha lleva el nombre de Mesones. En estos

lugares se alojaba al viajante y a sus animales, por lo que tenían grandes patios con espacio para las bestias y habitaciones, frecuentemente colectivas. Muchos tenían comedor y muy pocas instalaciones para bañarse, hábito poco frecuente entre los hispanos de la época (Ídem).

Es hasta el siglo XVIII, en la época de Maximiliano de Habsburgo, al Mesón del Espíritu Santo, de la Ciudad de México, ubicado en la calle del Espíritu Santo (hoy Isabel la Católica) le fue agregado un segundo piso y cambio su nombre a Hotel de la Gran Sociedad, convirtiéndose en el primer establecimiento de América en utilizar la palabra "Hotel". Sin embargo fue demolido en 1898, para tal fecha ya existían 21 "hoteles" en dicha Ciudad, entre ellos el Hotel de la Bella Unión y el Hotel Iturbide (hoy sede de Banamex, en la calle Madero).

Durante el gobierno de Porfirio Díaz, hubo grandes hechos que ayudaron a un progreso notable del país, entre los más importantes fueron: la construcción del ferrocarril, la aparición de la industria eléctrica, y la eliminación de toda clase de impuesto o cuotas por el tránsito de personas o mercancías de un estado a otro, dinamizando el despliegue de gente a través de todo el territorio que a su vez intensificó el uso de transporte y la construcción de pequeños hoteles en las diferentes ciudades. La economía en esta época tuvo un gran crecimiento, la minería creció a un ritmo de 6% por año, las exportaciones crecieron en un 8% y con ello el superávit de la balanza comercial se posicionaba en 25 millones de pesos. Debido a esto, los empresarios extranjeros de la banca, el comercio, las telecomunicaciones, los ferrocarriles continuamente visitaban nuestro país, lo que generó la construcción de más y mejores hoteles.

El Hotel Imperial Reforma de arquitectura francesa, vino a iniciar la era de los rascacielos en nuestro país, inaugurado por Porfirio Díaz en 1904. El edificio del Hotel Imperial Reforma contribuyó a enriquecer la activa vida social y cultural de principios de siglo, convirtiéndose en el sitio favorito de grandes personalidades.

Adelantándose a su época, el Imperial Reforma incluyó dentro de sus servicios al público un club nocturno hasta entonces inexistente en otro hotel, convirtiéndose así el pionero en su ramo (Iriarte, Ramirez, Gutiérrez y Gonzalez, 2010).

Y para 1910, José Romero, miembro de varias sociedades científicas nacionales y extranjeras, en su “Guía de la Ciudad de México y demás Municipalidades del Distrito Federal” publicada en ese mismo año, anotó que fueron 43 hoteles y seis casas de huéspedes, los que ofrecieron a la impetuosa corriente de viajeros que, en septiembre de 1910, inundaron la capital para asistir a las Fiestas del Centenario (Ídem).

Al estallar la Revolución Mexicana en 1910, hubo un estancamiento en la industria hotelera debido a las luchas armadas. Para 1920 y en plena Revolución, la Ciudad de México contaba entre otros con los siguientes hoteles de primera clase: El Regis con 500 cuartos y 450 baños, desde 4 pesos diarios sin baño; y de 5 hasta 20 con baño. El Génova con 250 cuartos, todos con baño y tarifas similares. El Guardiola con cuartos sin baño de 3, 5 y 6 pesos diarios para una sola persona, para dos de 6 y 8 con baño y suites desde los 10 pesos. Otros eran El Princess y el San Ángel Inn, en el viejo San Ángel. Al interior de la república, en esa misma época existían entre otros: Hotel Morelos, en Cuernavaca y en Tampico el Hotel Imperial, que se anunciaban con agua fría y caliente y servicio telefónico. En Veracruz el Hotel Diligencias, El Imperial y El Gran Hotel Colón. En Oaxaca el Hotel Francia, El Central y el México. En Mérida el Gran Hotel, el Zozaya y el Gran Hotel Español. En Guadalajara el San Francis, el Fénix, el Francés y el Cosmopolita. En Morelia el Hotel del Jardín y el Morelos. En Monterrey el Ancira, el Colonial y el América.

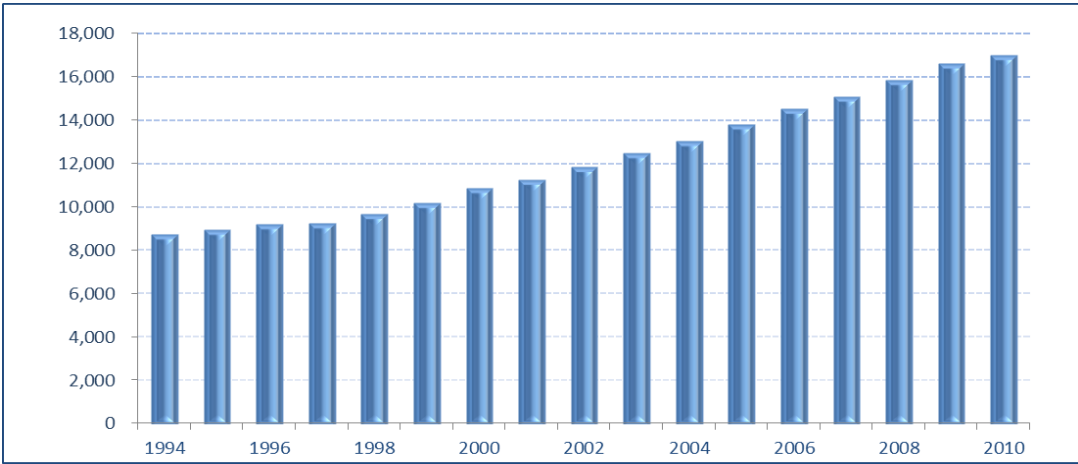
En 1921 el aumento de turistas americanos causó la apertura de hoteles en las principales Ciudades del país, con lo cual resurgió la industria; en 1922, don

Lucas de Palacio funda la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles (actualmente, Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles).

En 1960 es fundada la compañía de Hoteles Camino Real, por Banamex (Banco de México), por el Señor Agustín Legorreta y Don José Brockman; y en 1962 esta cadena firma un contrato de afiliación con Western Internacional Hotels (quienes se convertirían después en Westin), estableciendo en México, la primera Cadena Hotelera de lujo con representación internacional.

A partir de los años 90's, la industria hotelera ha ido creciendo, a continuación se muestran diversos indicadores de acuerdo al INEGI, donde se pueden observar la tendencia de esta industria.

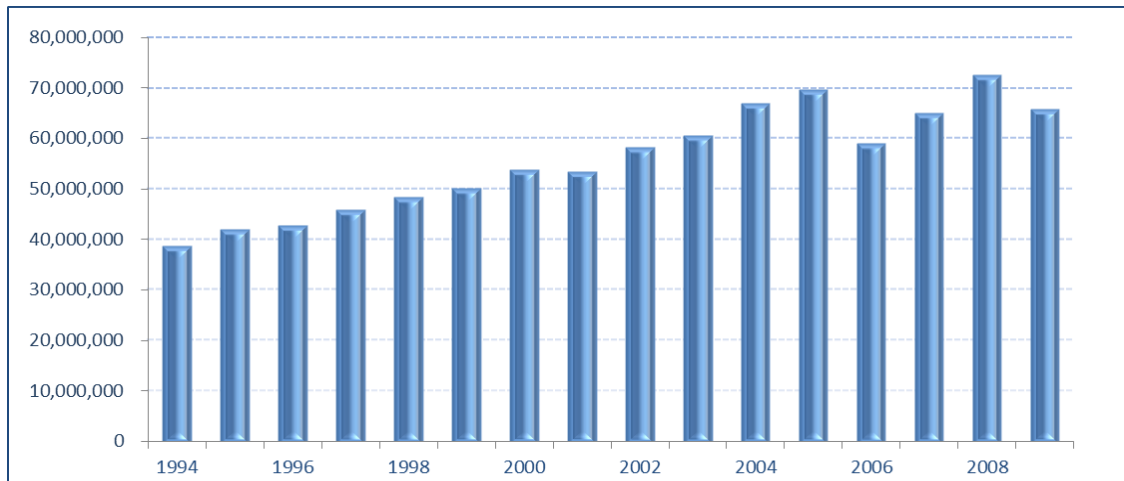
**Gráfica 1. Establecimientos de hospedaje en México**



**Fuente: INEGI (2010).**

Como se puede observar en el gráfico, los establecimientos en los últimos años se han duplicado, lo que muestra el desarrollo de la industria en nuestro país.

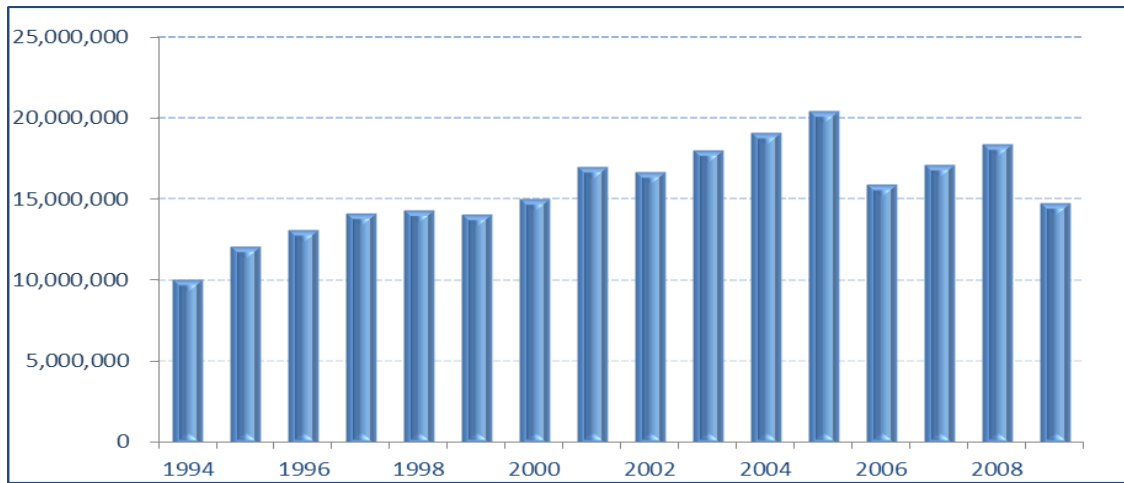
**Gráfica 2. Turistas residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje en México.**



**Fuente: INEGI (2010).**

Este gráfico muestra como en las últimas dos décadas el sector turismo tiene una tendencia positiva, con excepción de 2006 debido a las elecciones presidenciales que causaron gran inestabilidad en el país y 2009 por el brote del virus de influenza H1N1 que hubo en el segundo trimestre de dicho año.

**Gráfica 3. Turistas no residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje en México.**



**Fuente: INEGI (2010)**

En este gráfico la tendencia es muy parecida al de turistas residentes en México, aunque las condiciones internas de 2006 y 2009 que se comentaron en el anterior gráfico, causaron una caída mayor en el arribo de turistas no residentes en México, en 2006 la caída fue del 22% y 2009 del 20%, contra los turistas residentes cuya caída fue del 15% y 10% respectivamente.

**Tabla 1. Llegadas de Turistas Internacionales a nivel mundial (millones de personas)**

	2011	2012	2013	Var %13/12
<b>Mundial</b>	<b>995</b>	<b>1,035</b>	<b>1,087</b>	<b>5.10%</b>
1 Francia	81.6	83	ND	ND
2 EE. UU.	62.7	66.7	69.8	4.70%
3 España	56.2	57.5	60.7	5.60%
4 China	57.6	57.7	55.7	-3.50%
5 Italia	46.1	46.4	47.7	2.90%
6 Turquía	34.7	35.7	37.8	5.90%
7 Alemania	28.4	30.4	31.5	3.70%
8 Reino Unido	29.3	29.3	31.2	6.40%
9 Rusia	22.7	25.7	28.4	10.20%
10 Tailandia	19.2	22.4	26.5	18.80%
<b>15 México</b>	<b>23.4</b>	<b>23.4</b>	<b>24.2</b>	<b>3.20%</b>

**Fuente: OTM (2014)**

De acuerdo Organización Mundial de Turismo (OTM) en estos últimos años México ha recuperado su posición dentro del *Ranking* internacional de los principales países en función a las llegadas de turistas, en 2013 tuvo un crecimiento de un 3.20%, es decir, la afluencia fue mayor por más de un millón de visitantes que en el 2012.

**Tabla 2. Divisas por Turismo Internacional (miles de millones de dólares)**

<b>Ranking 2013</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>Var % 13/12</b>
<b>Mundial</b>	<b>1043</b>	<b>1,078</b>	<b>1,159</b>	<b>7.50%</b>
1 EE. UU.	115.6	126.2	139.6	10.60%
2 España	60	56.3	60.4	7.40%
3 Francia	54.8	53.6	56.1	4.80%
4 China	48.5	50	51.7	3.30%
5 Macao (China)	38.5	43.7	51.6	18.10%
6 Italia	43	41.2	43.9	6.60%
7 Tailandia	27.2	33.8	42.1	24.40%
8 Alemania	38.9	38.1	41.2	8.10%
9 Reino Unido	35.1	36.2	40.6	12.10%
10 Hong Kong	28.5	33.1	38.9	17.70%
<b>23 México</b>	<b>11.9</b>	<b>12.7</b>	<b>13.9</b>	<b>9.50%</b>

**Fuente: OTM (2014)**

Por consecuencia el ingreso por turismo internacional también incrementó, aunque no en la misma proporción que arribo, lo que podemos notar en esta tabla las divisas por turismo internacional se incrementaron en un 9.5%, lo que nos da una panorama alentador para la industria hotelera.

#### **1.4 Antecedentes históricos industria hotelera Zacatlán, Puebla.**

El surgimiento de los hoteles en la Ciudad de Zacatlán, Puebla, no es tan diferente del surgimiento de los primeros hoteles en el Mundo. Zacatlán al ser cabecera de los municipios era punto de reunión para comerciantes por lo que la gente que venían de zonas aledañas a comprar y vender sus productos demandaban estancias para pasar la noche tanto para ellos, como para su medio de transporte que en ese entonces eran caballos, de esta forma surgen los mesones.

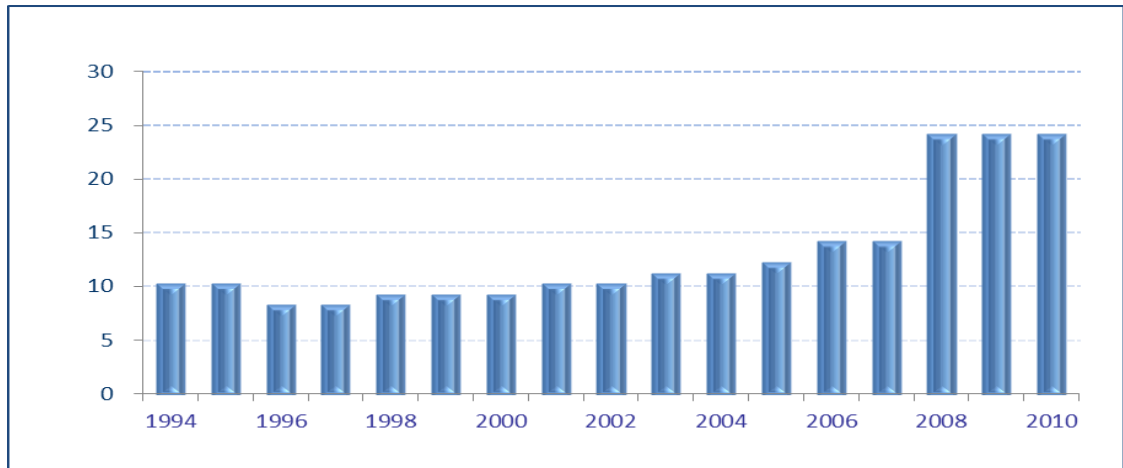
Los mesones servían para que los comerciantes pasaran la noche y también sus animales, a los cuales se les proporcionaba alimento. Posteriormente al ir creciendo la demanda de este servicio y al ir modernizándose la Ciudad, se empezaron a construir hoteles, de los primeros que surgieron y podemos mencionar es el Hotel Herrero, del cual aún se conserva el edificio pero ya no está en funcionamiento, se localizaba a un costado de la terminal de autobuses, el Hotel Zacatlán, este aún está en funcionamiento y es de los más conocidos de la Ciudad, el Hotel San José, el Hotel Crystal, el Hotel Colonial, todos estos ubicados en el centro de la Ciudad, cabe mencionar que la construcción del Hotel San José es básica puesto que los baños son compartidos.

Actualmente al ser Zacatlán nombrando Pueblo Mágico, en el 2011, creció el interés por este lugar, ya no tanto por el ámbito comercial, sino que por un segmento de mercado que busca escapar de las grandes urbes y encontrar un lugar para estar en contacto con la naturaleza, es por ello que el servicio de hospedaje ha crecido aún más sobretodo la construcción de cabañas ubicadas fuera del primer cuadro de la Ciudad.

El turismo en esta zona ha incrementado considerablemente en los últimos 10 años y se espera que siga creciendo, aunado que hay proyecto de inversión de teleférico que está planeado establecer en la barranca de la Ciudad de Zacatlán, con esto se crearía otro atractivo más que motive a la gente a visitar este lugar. Un nuevo atractivo que ya esta es la modernización del Paseo de la Barranca que cuenta con un mirador, bancas, aparatos de ejercicio al aire libre, luminarias en piso, muro de piedra y banquetas de concreto, el cual fortalecerá el sector turístico en esta Ciudad.

A continuación se plasman gráficos generados a través de la base de datos de INEGI de dicho crecimiento del año 2000 al 2010.

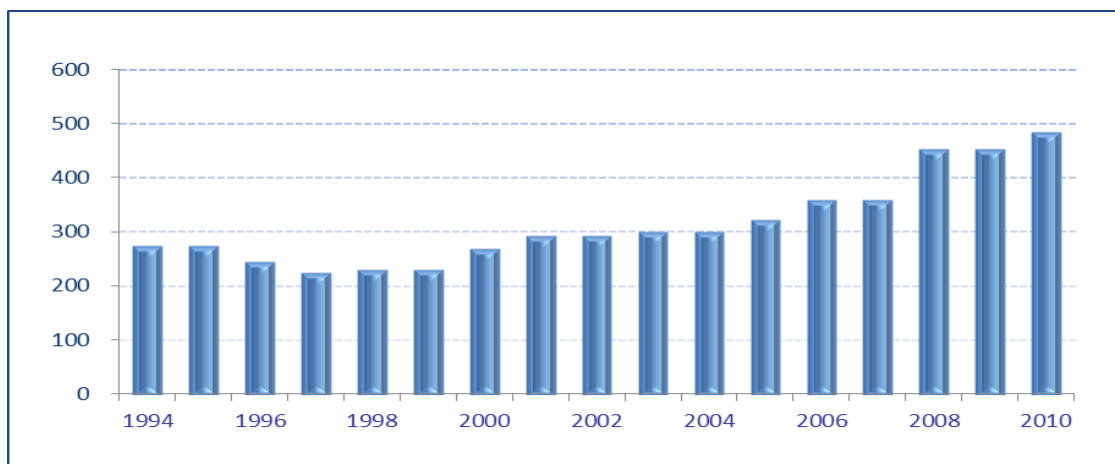
**Gráfica 4. Establecimientos de hospedaje en Zacatlán, Puebla.**



**Fuente: INEGI (2010)**

Con base a este gráfico podemos ver que ha habido un incremento de 10 hoteles en lo que va del año 2000 al 2010, dándose el mayor incremento en los últimos 3 años.

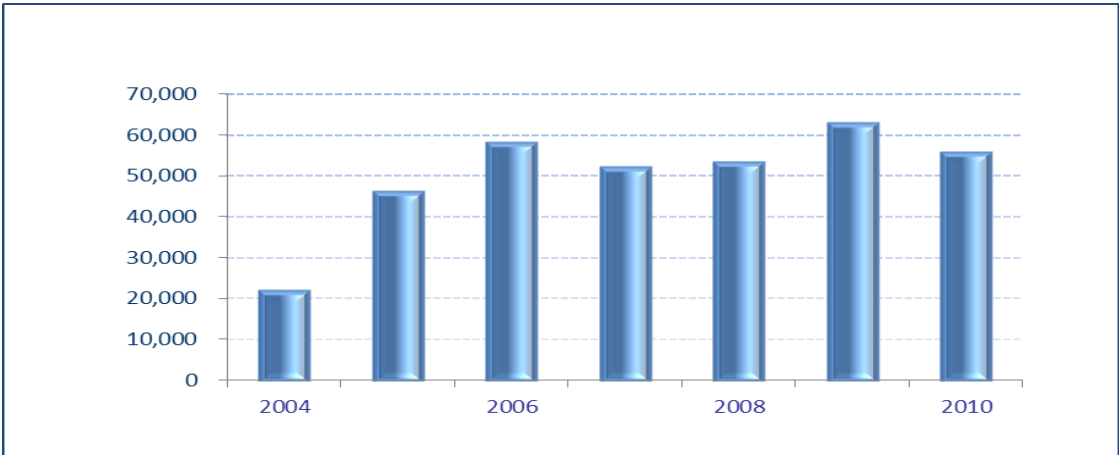
**Gráfica 5. Cuartos registrados de hospedaje en Zacatlán, Puebla.**



**Fuente: INEGI (2010)**

En este gráfico se muestra un crecimiento proporcional en el número de cuartos registrados y que el crecimiento mayor de la década fue en los últimos 3 años, al igual que en el gráfico anterior.

**Gráfica 6. Turistas que se hospedaron en Zacatlán, Puebla.**



**Fuente: INEGI (2014)**

Este gráfico nos muestra el número de turistas que han llegado a la Ciudad de Zacatlán, observando que en el 2009 fue el año que mayor número de gente visitó la Ciudad contrario a lo que sucedió a nivel nacional que debido a la influenza H1N1 cayó en este mismo año. Y podemos ver que la demanda ha ido en aumento considerablemente con lo cual podemos hacer una proyección de que la oferta turística que se brinda en la Ciudad tendrá consumidores potenciales, considerando que estos

En resumen estos gráficos muestran como la industria hotelera en la Ciudad de Zacatlán en el Estado de Puebla, ha tenido un claro desarrollo en los últimos años, el cual de acuerdo al último informe de gobierno de dicha Ciudad se espera que continúe debido al nombramiento de “Pueblo Mágico” que en el año 2011

recibió dicha Ciudad, tan solo en 2013 la Secretaria de turismo del Estado de Puebla, estima que la afluencia de visitantes a Zacatlán fue 326 mil personas, con una derrame económico de 215 millones de pesos.






### 1.5 Clasificación de los hoteles

En la industria hotelera los establecimientos se clasifican de acuerdo a distintos criterios considerando las características particulares de cada hotel.

Entre los sistemas de clasificación de hoteles más reconocido es el Sistema de clasificación por estrella el cual fue adoptado paulatinamente en naciones como Francia, España, Italia, Suiza, México y Colombia.

El número de estrellas refleja de modo intuitivo el tipo de oferta que el hotel ofrece a sus huéspedes de modo que hoteles con cualidades superiores obtienen también mayor número de estrellas al ser evaluados.

**Tabla 3. Sistema de Clasificación de Estrellas**

Numero de Estrellas	Características
	Solo ofrece lo indispensable.
	Servicios e infraestructura básicos
	Instalaciones adecuadas, servicio completo y estandarizado, sin grandes lujos.
	Instalaciones de lujo y servicio superior.
	Instalaciones y servicios excepcionales

**Fuente: SECTUR (2011)**

Star's & Diamond's (en español estrellas y diamantes) es la certificación que a nivel mundial se utiliza para catalogar los establecimientos de hospedaje. En México dicha certificación la lleva a cabo el corporativo Calidad Mexicana Certificada AC (CALMECAC).

Las estrellas son otorgadas de acuerdo a los siguientes elementos encontrados en las Habitaciones:

- Mobiliario, Accesorios y Equipo.
- Estado de conservación y limpieza en pisos, muros y plafones.
- Ubicación, conservación y funcionamiento de los elementos decorativos.
- Requisitos complementarios en las habitaciones para personas con capacidades diferentes.

Los diamantes son otorgado de acuerdo a:

- Estado de conservación y limpieza en pisos, muros y plafones en áreas públicas.
- Ubicación, conservación y funcionamiento de los elementos decorativos en áreas públicas.
- Documentación administrativa y cumplimiento de la normativa turística.

Las clasificaciones de los alojamientos son relativas de un mercado a otro. En algunos países lo que podría considerarse un hotel de lujo en otros podría considerarse como de clase turista. Debido a esto podemos encontrar gran número de clasificaciones.

La siguiente clasificación es la propuesta por el Sistema de Clasificación Hotelera de México elaborada en 2011, la cual se realizó en coordinación de la SECTUR, el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), llamada “clasificación de vocaciones de hoteles” en la cual las variables son valoradas para asegurar que cada tipo de hotel sea categorizado con base a los atributos que son más trascendentes para los huéspedes a los que están enfocados su propuesta y su producto. Por ejemplo, para un huésped de un hotel de negocios no debiera ser prioritario que el establecimiento cuente con instalaciones deportivas; en el caso de un hotel boutique el huésped no debería esperar grandes salones de reuniones e instalaciones para banquetes; el huésped de un hotel ecológico no esperaría construcciones ostentosas ni cualquier otro servicio que genere un impacto ambiental negativo.

- **Hotel de Ciudad:** Se encuentran habitualmente en zonas con alta densidad de establecimientos comerciales y productivos, oficinas, terminales de transporte o espacios conectivos privilegiados. La gran diversidad de generadores de tránsito y motivos de viaje que provocan visitas a la ciudad han generado el desarrollo de una oferta balanceada y multipropósito presente en estos establecimientos.
- **Eventos y Convenciones:** Los hoteles cuentan con salones y espacios que se adaptan, uniéndose o separándose, para dar cabida a uno o varios eventos simultáneos, diurnos o nocturnos, de negocios o sociales, con recintos adecuados para cubrir de manera correcta las diversas necesidades de

huéspedes y visitantes que se reúnen o realizan eventos sociales. Estos hoteles generalmente cuentan con servicio de banquetes apropiado a los espacios disponibles, así como con el equipamiento y materiales de apoyo necesarios para cubrir los requerimientos de los convencionistas. El hospedaje, por supuesto, es un servicio importante, y que también se ofrece de manera independiente al de los eventos. Sin embargo, gran parte de la ocupación, actividades e ingresos de estos hoteles están ligados con los festejos y convenciones.

- **Boutique:** Estos hoteles cuentan con pocas habitaciones, idealmente menos de 30 y en muchas ocasiones las características de espacio y decoración distinguen claramente a cada una de ellas. Los hoteles boutique van orientados al turismo de esparcimiento; ofrecen un servicio personalizado que en muchas ocasiones incluye servicio de masajes y SPA. La arquitectura, decoración y mobiliario generalmente dan una personalidad distintiva al lugar.
- **Cama y Desayuno (CyD):** Están dirigidos a turistas que generalmente no buscan permanecer en el hotel a lo largo del día, pues su prioridad es visitar la ciudad, el pueblo o la región donde está asentado el establecimiento. Por esta razón su ubicación es importante, ya sea céntrica o próxima a espacios conectivos o vías de transporte. En México, hallamos que los CyD están dirigidos primordialmente a amantes del turismo cultural, que buscan un lugar donde dormir y desayunar y para salir a recorrer los sitios aledaños al inmueble.
- **Express:** Los huéspedes son personas cuyo motivo principal de viaje es el de empresa y negocios. Estos turistas acuden a trabajar a lugares fuera de su residencia habitual y necesitan un espacio apropiado a su rol laboral para pasar la noche. Estos establecimientos cuentan solo con servicio de

desayunos, siendo éste el único alimento completo que ofrecen. Es común que ofrezcan transportación gratuita a las terminales de transporte y centros de negocios.

- **Negocios:** Son hoteles dirigidos a personas que se trasladan de su lugar de origen para colaborar por tiempo determinado en un espacio común. Sin importar su formalidad o informalidad, cuentan con espacios y equipamiento para realizar reuniones de trabajo y eventos, cuentan también con servicios de alimentos que permite tener propuestas de valor mejor integradas para eventos de negocios.
- **Playa / Vacacionales:** La vocación de estos hoteles es atender a turistas en su tiempo libre y recreación, ya sea de manera personal, en pareja o en familia. Se ubican en playas, balnearios, centros recreativos, o bien cuentan con los espacios y equipamiento propios para ser atractivos turísticos por sí mismos. Ofrecen actividades deportivas y recreativas. En este grupo también están incluidos los hoteles de grandes dimensiones y los que cuentan con todos los servicios incluidos.
- **Centro de Ciudad:** Se distinguen por su ubicación en los distritos históricos de las ciudades, alrededor de plazas y jardines centrales. En muchos casos los inmuebles donde están establecidos forman parte de cascos coloniales con cientos de años de antigüedad. Algunos hoteles de este tipo están catalogados y protegidos por autoridades dedicadas a conservar el patrimonio cultural, como el INAH. Lo anterior restringe la posibilidad de hacer modificaciones y cambios en los edificios e inclina el desarrollo de la vocación del hotel hacia aspectos culturales y de servicio.

- **Hacienda:** Estos hoteles de gran extensión se encuentran en sitios originalmente aislados o retirados de las ciudades. En algún momento los inmuebles fueron minas, fincas u otro tipo de centros de trabajo y ahora han sido remodelados, incorporándoseles extensas áreas verdes y espacios para la recreación y actividades al aire libre, sin perder su esencia histórica.
- **Reserva:** Los establecimientos de este tipo se encuentran enclavados en parajes naturales. En muchos casos cuentan con mecanismos para cuidar el entorno, como paneles para utilización de energía solar, plantas de tratamiento de agua y sistemas para generación de composta. Los turistas de estos establecimientos buscan el contacto directo con la naturaleza, el acceso a paisajes en reservas de la biósfera y desarrollar actividades deportivas y recreativas en un entorno natural. Algunos se encuentran en lugares protegidos por autoridades dedicadas a la conservación del medio ambiente, como PROFEPA o SEMARNAT.
- **Carretera:** Lo que caracteriza a los hoteles de carretera es su ubicación, próxima a una vía terrestre primaria. Son hoteles que el turista busca para descansar por la noche y retomar su camino al día siguiente, mas esto no implica que se asemejen a los de corta estancia, pues el turista en muchas ocasiones viaja con su familia y busca un lugar seguro. En estos hoteles lo más importante es el confort y el descanso.

**Tabla 4. Clasificación por vocaciones de hoteles**

Ubicación Uso	Ciudad	Playa o Centro vacacional	Rural	Pueblo mágico	Reserva
<b>Negocios</b>	Negocio, Express		Carretera	Ciudad	
<b>Esparcimiento</b>	Boutique	Sol y Playa	Hacienda	Boutique	Ecológico
<b>Cultural</b>	Histórico, Casco Histórico		Hacienda		Ecológico
<b>Convenciones</b>	Eventos y Convenciones	Eventos y convenciones	Hacienda		
<b>Salud y familia</b>	Ciudad			Boutique	

**Fuente: SECTUR (2011).**

A lo largo de este capítulo se puede observar la importancia que tiene la industria hotelera en todos los niveles (mundial, nacional y regional) tanto como generadora de ingresos como de empleos, y como la industria muestra un panorama alentador, debido al impulso del turismo que hay en la mayoría de los países, sin ser México la excepción.

Asimismo este texto nos permitió conocer de forma general algunas de las clasificaciones de los hoteles y la tendencia de estos a ser responsables con el medio ambiente y cuáles son los procesos, materiales y energías a utilizar para reducir impacto a su entorno.

## **1.6 Conceptualización hoteles ecológicos**

A lo largo de toda su historia, el hombre se ha servido de la naturaleza y sus recursos para mejorar la vida y desarrollarse. Sin embargo, factores como el

crecimiento demográfico global, las tendencias consumistas de materias y energía predominantes en el siglo XX, la globalización y el capitalismo entre otros, llevaron a una sobreexplotación de los recursos naturales, al grado de poner en duda la disponibilidad de dichos recursos en el futuro.

El calentamiento global ha sido el detonante a nivel mundial de una creciente preocupación por el cuidado del medioambiente. Por más de un siglo, las personas han dependido de combustibles fósiles como el petróleo, el carbón y el gas para suplir sus necesidades energéticas. En la actualidad, la humanidad y el medioambiente están sufriendo las consecuencias del mal uso de dichas fuentes de energía no renovables.

Debido a esto la tendencia de crear servicios y/o productos amigables con el medio ambiente ha ido incrementando, y la industria hotelera no es la excepción.

Según Greenpeace el turismo ecológico es aquel tipo de turismo que contribuye a sostener el bienestar de la población local, a conservar su entorno y diversidad biológica y requiere el menor consumo posible de recursos y organismos internacionales como el United States Green Building Council (USGBC) define hoteles “ecológicos” o “verdes” como también se les conoce, como aquellos que se integran con el medioambiente sin afectar el equilibrio ecológico y cultural del entorno en el cual se emplazan. Son establecimientos que consideran la protección del medioambiente como valor agregado de su oferta. Sus operaciones, procesos y procedimientos se llevan a cabo con la finalidad de optimizar su relación con el medio natural, contribuyendo a alcanzar un desarrollo sostenible sin que ello afecte sus objetivos económico-funcionales.

En Estados Unidos se les llama “Green Hotels” y están respaldados por una asociación que les provee una membresía (Green hotel association). En Europa son los denominados hoteles ecológicos, los que han tenido principal auge en los

países del norte. Allí las certificaciones Swan, la de BIO-Hotel o la LEED core & shell, los distinguen del resto de la oferta. En Latinoamérica se destaca la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas. Esta agrupación, liderada por Rainforest Alliance, la Organización Mundial del Turismo, la Sociedad Internacional del Ecoturismo, y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, representa un esfuerzo internacional orientado a promover la incorporación de principios de sostenibilidad en el desarrollo de políticas de turismo y la generación de altos estándares ambientales y sociales asociados a la actividad turística. El lanzamiento de esta red congregó a representantes de los programas de certificación líderes en la región y a otras organizaciones colaboradoras con el objeto de intercambiar experiencias y definir objetivos comunes.

Encarar un proyecto sustentable implica la implementación de una serie de medidas con respecto a la planificación del sitio, al consumo racional de recursos como el agua y las fuentes de energías no renovables, al uso eficiente de la energía disponible, a la conservación de materiales y recursos, y al cuidado de la calidad del ambiente interior a través del uso de materiales de baja toxicidad o del aprovechamiento de recursos como ser el sol, la vegetación, los vientos, o las visuales.

Para conceptualizar lo que es un edificio ecológico, tomaremos como base la certificación de la USGBC, la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design, traducido al español, Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental). La certificación LEED distingue proyectos de construcción que han demostrado un compromiso con la sustentabilidad al cumplir los más altos estándares de desempeño en eficiencia energética y bajo impacto al medio ambiente.

El índice LEED es un sistema de evaluación y certificación estandarizado que se utiliza para clasificar y avalar proyectos que demuestren ser sustentables en cuanto a su diseño y sus métodos constructivos y operativos. De acuerdo a la obtención de puntos se pueden obtener 3 niveles de rendimiento: certificado plata, oro o platino. LEED clasifica las medidas consideradas sustentables en cinco áreas básicas: el tratamiento del terreno, el ahorro de energía, el uso racional del agua potable, la calidad del aire interior, y el ahorro de materiales o recursos.

Con respecto al tratamiento del terreno, el criterio básico es el de seleccionar un sitio sustentable para la construcción del edificio de modo de evitar daños colaterales a la zona contigua al emprendimiento. Esto va de la mano con el control de la erosión y la sedimentación del terreno; la conservación de áreas verdes, restaurando altos porcentajes del área abierta remanente mediante la plantación de vegetación nativa u otra que se adapte al sitio; la accesibilidad al edificio a través de transporte público; la implementación de un programa de manejo de agua pluvial que reduzca la cantidad de agua vertida al sistema de alcantarillado y que a su vez mejore la calidad del agua vertida; la reducción de los efectos de la isla de calor (aumento de la temperatura por la absorción de rayos solares por superficies oscuras) a través del uso de superficies reflejantes o verdes; y la disminución de la polución lumínica nocturna. Los proyectos deberán orientarse con el objeto de maximizar el uso de luz solar y de superficies arboladas naturales.

Con respecto al uso eficiente del agua como recurso, se establece la importancia de reducir el consumo de agua potable, tanto para riego (reciclando agua de lluvia o aguas grises, o utilizando especies nativas que requieren menores cantidades de agua) como para instalaciones sanitarias (a través del reciclado de aguas o del uso de artefactos sanitarios eficientes, como son, inodoros de doble descarga, griferías temporizadas o mingitorios sin uso de agua y equipamientos en el área

de cocina, desde las regaderas hasta los lavavajillas industriales pueden ser diseñados eficientemente.

En cuanto al uso racional de la energía, la premisa básica es la de alcanzar un máximo nivel de eficiencia de energía para el edificio y sus sistemas. Esta eficiencia puede alcanzarse gracias al uso de sistemas de acondicionamiento y de iluminación eficientes, el uso de sensores, o la implementación de sistemas de generación de energías renovables in-situ (paneles fotovoltaicos, colectores solares, generadores eólicos). La reducción en el consumo de energía debe acompañarse con la eliminación del uso de refrigerantes basados en clorofluorocarbonos e hidroc fluorocarbonos en sistemas de acondicionamiento, refrigerantes nocivos para el medio ambiente. Buenos materiales de aislación térmica, y la eliminación de puentes térmicos entre interior y exterior son condiciones básicas para un proyecto eficiente.

El uso racional de materiales y recursos parte de la creación de un programa de reciclado dentro del edificio que incorpore al proyecto un espacio central de recolección y almacenamiento de residuos reciclables. Esto se suma al uso de materiales que contengan materias primas recicladas, y la utilización de materiales naturales rápidamente renovables (como puede ser el algodón, el bambú, el corcho, etc.), y de materiales regionales (la cercanía a la obra disminuye la necesidad de transporte y por ende, la polución ambiental). Es importante seleccionar materiales que no dañen el medio ambiente (que no contengan productos que generen gases tóxicos) y que, si no son reciclados, reciban este tratamiento al finalizar su vida útil.

Con respecto a la calidad del aire interior, establece el diseño de un ambiente libre de humo, la prohibición de fumar en su interior y en la cercanía de accesos, ventanas, o tomas de aire exterior. Si esto no fuera posible, los espacios designados para fumadores deberán sellarse para evitar la contaminación del aire

en los espacios contiguos. Establece además la importancia de monitorear continuamente las cantidades de dióxido de carbono emitidas (debe generarse una ventilación adecuada), y el uso de materiales con baja emisión de compuestos orgánicos volátiles nocivos para nuestra salud. Esto incluye alfombras, pinturas, adhesivos y selladores, y compuestos de madera. Independientemente del uso de materiales, proyecto debe tener en cuenta al usuario, este sentido, debe ser capaz de controlar su propio ambiente (en cuanto a iluminación y temperatura); el acceso a luz natural y visuales hacia el exterior, son características fundamentales que garantizan el confort del huésped. El uso de elementos de limpieza ecológicos, blancos de algodón o fibras naturales, papeles reciclados, o muebles y equipamientos con contenidos reciclados o de materias primas naturales son premisas que pueden ser incorporadas al proceso de operación de un hotel.

La Asociación Ecologistas en Acción señala algunas ventajas de los hoteles ecológicos como son:

- Respetan el medioambiente y el paisaje de la zona sin alterarlo en lo más mínimo.
- Hacen un uso eficaz de la energía y el agua.
- Utilizan materiales y alimentos respetuosos con la naturaleza y el visitante.
- Difunden el ahorro con paneles solares, papel reciclado, bebidas y alimentos orgánicos y optimización de los recursos de agua y energía.
- Respetan el paisaje del lugar sin alterarlo ni provocarle daños.

## **1.7 Conceptualización turismo sustentable.**

Desde siempre el ser humano ha tenido la necesidad de viajar por diversos motivos, las cuales han sido, negocios, salud, religión, recreación, conocer y descubrir.

En un principio el concepto de turismo era un tanto limitado; se le definía como el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y estancia de personas fuera de su lugar de domicilio, donde dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa y su estancia deba ser temporal (Hunziker y Krapf, 1991).

Burkart y Medlik (1990), manifiestan que el turismo representa un uso particular del tiempo libre y la forma propia de recreación, pero no incluye todos los usos del uso del tiempo libre, ni todas las formas de recreación.

El sector turístico es generador de uno de cada 12 empleos en el mundo y representa 12% del total de exportaciones globales. Sin duda, el futuro es promisorio en términos de expansión, pues se espera que en los próximos años mantenga tasas de crecimiento de 4% promedio.

El producto turístico por excelencia a nivel mundial más demandado ha sido el de Sol, Arena y Mar, aunque en los últimos tiempos han surgido nuevas clasificaciones del Turismo, en los 80'S empezó una nueva tendencia hacia otro tipo de turismo al que se le denominó: turismo Alternativo, dentro del cual encontramos al turismo sustentable.

El desarrollo del turismo sustentable en el mundo responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos

de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Según la OMT, los principios que definen el turismo sustentable son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

La Universidad de Lucerne, en su estudio de 2011 "Is there demand for sustainable tourism?" caracteriza al turista sustentable en seis tipologías e identifica que para 22% de los entrevistados la sustentabilidad se ubica en el Top 3 de factores al elegir un destino; por otro lado el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés, 2009) estima que hoy 6% de los turistas internacionales pagan extra por cuestiones sustentables pero que hasta 34% se dice dispuesto a pagar por ellas, mientras se las ofrezcan.

El Holiday Report 2011, del operador turístico sueco Kuoni, uno de los más importantes del mundo, muestra que dentro de las cinco tendencias más importantes a seguir están la sustentabilidad del turismo y el incremento en los

viajes de ecoturismo; además plantea que el turista cada vez más está pendiente de las acciones de responsabilidad social y ambiental de las empresas y que está buscando de forma más recurrente nuevas maneras de viajar de forma amigable con el ambiente

La demanda está cambiando y prueba de ello es que el turista responsable, concepto definido en 2009 por el Center for Responsible Travel (CREST) de la Universidad de Stanford, tiene tres características básicas: 1. ser interactivo, 2. vivir experiencias, 3. ser social y ambientalmente consciente.

El número de turistas responsables va en aumento. Si seguimos rastreando estudios e investigaciones, encontraremos nuevos segmentos que realizan actividades ligadas al turismo sustentable, el turismo de base comunitaria, el turismo educacional, y el turismo basado en la naturaleza, entre otros. Organismos internacionales y nacionales están haciendo el mejor esfuerzo por plantear marcos y estrategias para reducir el impacto de las actividades económicas; hoy la tendencia global apunta a crecer y desarrollar actividades en el marco de Economías Verdes y Economías Bajas en Carbono; hace unos meses el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial de Turismo (OMT) lanzaron una publicación sobre Green Economy en Turismo, donde se reconoce el potencial de la actividad para cambiar hábitos y prácticas.

Organizaciones empresariales turísticas globales están planteando metas muy concretas de reducción del impacto del sector en el ambiente, en específico en el clima. Prueba de ello es que el World Travel and Tourism Council (WTTC) publicó en 2009 un compromiso para reducir 50% de las emisiones de Gases Efecto Invernadero del sector turismo para el 2035. También la International Air Transport Association (IATA) tiene la visión de transformar las aerolíneas en una industria carbono neutral a partir de 2020, por mencionar dos organismos líderes.

Las empresas turísticas también hacen su tarea: cada vez un mayor número de ellas se suman a la implementación de Sistemas de Administración Ambiental y buenas prácticas ambientales, tanto en la operación diaria como en la Planeación Diseño y Construcción de sus instalaciones, incluso buscando certificaciones internacionales o alineándose a los recién lanzados Criterios Globales de Turismo Sustentable (GSTC, por sus siglas en inglés). Temas como la utilización de materiales de la región para la construcción, la arquitectura bioclimática, la eficiencia energética y el uso de renovables, el turismo de bajo impacto, el contacto directo con las comunidades y el creciente involucramiento del turista en cuestiones ambientales y sociales, desde la selección del destino hasta las acciones en el mismo, son una tendencia que no puede detenerse, y que sin duda será responsable del cambio de prácticas y del avance de los destinos turísticos hacia la sustentabilidad.

No podemos pensar en que estas tendencias cambiarán o se detendrán; al contrario, las fuerzas de mercado, las regulaciones, la presión de los consumidores y el reconocimiento de que proteger el medio ambiente también es buen negocio, harán que en los próximos años tengamos una explosión de nuevas ofertas relacionadas con estos temas. Quien tome la iniciativa en estos momentos, se colocará a la vanguardia y captará a este mercado ávido de nuevas propuestas.

Y ya hay quien la está tomando. A nivel destino, sin duda el proyecto más ambicioso es el de Galápagos, Ecuador, que ha tomado al ecoturismo como bandera para el desarrollo de un nuevo modelo de turismo para la Provincia, con base en tres principios: conservación del medio ambiente, satisfacción plena del visitante y el buen vivir de toda la comunidad. Uno de los componentes más importantes de este modelo es el posicionamiento de Galápagos como un destino de excelencia ligado a la naturaleza.

En Europa el proyecto regional Fast – Lain tiene por objetivo final crear un Observatorio Virtual de Turismo Sustentable a nivel europeo, que permita compartir información en materia de competitividad y turismo sustentable y monitorear los impactos del turismo europeo; el proyecto incluye una plataforma de promoción (Destinet) de destinos sustentables que puede ya consultarse en línea.

En Europa los más interesados en los paisajes y los entornos naturales son los holandeses, los checos, los israelíes y los eslovacos. Por el contrario, los que menos se fijan en esto a la hora de elegir un lugar donde pasar su tiempo libre son los irlandeses y los macedonios. Los turistas más maduros son los que mayor aprecian los entornos naturales, conforme va descendiendo la edad, decae el porcentaje de interesados en este tipo de características de los destinos de sus viajes.

El 26% de los europeos dicen que la principal razón para ir de vacaciones es la naturaleza (montañas, lagos, paisaje, etc.) subiendo un 4%, en lo que va del 2014. Los turistas europeos con mayor porcentaje son: Holanda (42%), República Checa (41%), Israel (38%) y Eslovaquia (35%). A los que menos llama la atención la naturaleza a la hora de elegir destino son los turistas irlandeses con un 8% y los macedonios (11%). En el caso de los turistas españoles, el 19% dice tener como principal motivación la naturaleza para ir de vacaciones.

El 29% de los encuestados de más de 55 años manifiestan que la naturaleza es su principal motivación para ir de vacaciones. El porcentaje es similar en el caso de las personas entre 40 y 54 años (28%). El 24% de las personas entre 25 y 39 años se refieren a la naturaleza como principal atractivo turístico y en el caso de los encuestados de 15 a 24 años este porcentaje disminuye hasta el 18%.

El 44% de los encuestados manifiestan que las particularidades naturales (paisaje, clima, etc.) les haría repetir destino. Este porcentaje ha disminuido un 6% en relación a la encuesta anterior. En el caso de los turistas españoles, el 45% confiesa que repetiría destino por sus atributos naturales.

Como indican los datos arrojados por la encuesta la naturaleza del destino vacacional es importante para los turistas europeos. El 29% tiene como principal motivación la naturaleza a la hora de escoger sus vacaciones y el 95% dicen estar muy satisfechos con los atributos naturales del destino.

En México, las Bahías de Huatulco han logrado en los últimos años diferenciarse como un destino de bajo impacto y con un compromiso ambiental importante, gracias al trabajo del Equipo Verde Huatulco, un grupo de ciudadanos comprometidos que han logrado certificar ambientalmente el destino y coordinar agendas de los distintos niveles de gobierno.

En Quintana Roo se ha avanzado en la implementación de buenas prácticas ambientales en los hoteles de la costa, en gran medida por el trabajo de la Mesoamerican Reef Tourism Initiative (Iniciativa de Turismo del Arrecife Mesoamericano – MARTI) quien tiene en su programa de buenas prácticas a más de 100 hoteles que suman 35 mil cuartos. También se ha avanzado en minimizar los impactos previo a la operación de los hoteles; prueba de ello es la publicación de la Guía de Planeación, Diseño y Construcción Sustentable en el Caribe Mexicano, esfuerzo desarrollado por la misma MARTI en conjunto con la Secretaría de Turismo Estatal, y la elaboración de una Norma Mexicana de Construcción Sustentable de Desarrollo Turísticos en la Península de Yucatán, liderada por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF) y el Centro Mexicano de Derecho Ambiental (CEMDA), con la participación de la mayor parte de los actores gubernamentales, públicos, privados y sociales de la Península de Yucatán.

Sin duda existen avances y la tendencia muestra una respuesta de la oferta; sin embargo, en México y en otros países de Hispanoamérica seguimos sentando las bases de nuestro éxito turístico en el crecimiento de infraestructura y número de turistas. Sin lugar a dudas, el sector turístico de México se encuentra en un momento clave para tomar decisiones respecto al modelo de turismo que necesitamos: un modelo de menor impacto ambiental, de mayor rentabilidad económica y social, de largo plazo, y que aumente la competitividad de nuestro país y nuestros destinos.

### **1.8 Conceptualización de Pueblos Mágicos en México**

De acuerdo al atlas turístico de México publicado en la página electrónica de la Secretaría de Turismo, dice que México reconoce a sus Pueblos Mágicos por su mayor tradición y belleza con éste título, que describe la belleza de sus calles y lo pintoresco de sus construcciones.

Las características que un sitio debe tener para ser Pueblo Mágico incluyen estar ubicados en zonas cercanas a sitios turísticos o grandes ciudades, ser accesibles por carretera y un alto valor histórico, religioso y cultural. Su común denominador es tener una gran importancia en la tradición nacional

Estos rincones atesoran su riqueza, que se guarda en una rutina de color exaltado, pasión por lo cotidiano, olores y sabores capaces de sublimar el espíritu: la tradición enriquecida por la vida de quienes llegan a sus rebuscadas calles o a sus tejas oscurecidas por el tiempo y la humedad.

Un Pueblo Mágico compromete a la sociedad que se beneficia del turismo a participar como excelentes anfitriones, por lo que visitarlos es una alternativa turística para nacionales y extranjeros.

En común, los Pueblos Mágicos comparten encanto: son de calles estrechas, construcciones peculiares y en muchas ocasiones los pobladores tienen costumbres locales muy arraigadas por lo que ostentan esa distinción, y se encuentran por todo lo largo y ancho del país.

El Programa de Pueblos Mágicos es desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales que contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros y es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran (Gobierno de Puebla, 2014).

Los objetivos de este programa son:

- Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades que forman parte del programa (Creación y Modernización).
- Resaltar el valor turístico de las localidades.
- Estructurar una estrategia turística, innovadora y original.
- Despertar el interés por la cultura, tradición, aventura y actividades a realizar en el destino mágico.

- Aprovechar la singularidad de la localidad para la generación de otros productos turísticos.
- Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades que forman parte del programa (Creación y Modernización).
- Que la comunidad receptora se beneficie del turismo como una actividad redituable

Algunos de los apoyos que ofrece el programa son:

- Infraestructura, servicios e imagen urbana: cambio de pisos y banquetas, regeneración de fachadas, renovación de plazas cívicas, recuperación de espacios, mejoramiento de accesos a la localidad, hasta la reconversión del cableado eléctrico aéreo por subterráneo.
- Equipamiento turístico: senderos en áreas naturales, paseos de río, señalamientos, módulos de información, módulos de servicios, módulos de observación, miradores, paradores unidades de alojamiento en diversas formas, módulos comerciales, etc.
- Creación, mejoramiento y rehabilitación de sitios de interés turístico: obras de mejoramiento y rehabilitación en atrios de iglesias, ex conventos, museos de sitio, galerías, centros de exposiciones, mercados de artesanías, miradores, y estaciones de observación.
- Creación, desarrollo e innovación de productos turísticos: desarrollo del turismo rural, del de aventura, del ecoturismo, del deportivo, del social, del de

salud, en todos sus tipos y formas. Se ofrecen apoyos económicos y asistencia técnica.

- Excelencia y calidad de los servicios: sea en los procesos administrativos, o en la prestación de los servicios personalizados.

Este programa se aplica a nivel nacional, la localidad deberá ubicarse en una distancia no superior a 200 km., o el equivalente a 2 horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado, o bien de una población considerada como mercado emisor.

Para ser elegido para este programa debe de entregarse la solicitud correspondiente, posteriormente, se realizará una visita de valoración inicial por parte de funcionarios de la Dirección General de Programas Regionales y/o de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico, en donde se evaluará la potencialidad para que la localidad pueda llegar a ser Pueblo Mágico. Si el dictamen es favorable, la localidad solicitante deberá de iniciar el proceso de integración del expediente.

- La localidad candidata deberá contar con una gama y diversidad de atractivos turísticos que en su conjunto signifiquen un nivel determinado de atractivos turísticos para los mercados consumidores.
- La localidad candidata deberá estar Integrada o ser susceptible de integrarse o bien fortalecer en el corto plazo a: un circuito, un corredor o una ruta turística comercializable.

Los aportantes son los gobiernos federal, estatal y municipal, dicha aportación para los gobiernos estatal y municipal será por lo menos de tres años.

En caso de ser elegida la localidad se designara con la insignia de Pueblo Mágico:

**Ilustración 1. Insignia Pueblo Mágico**



**Fuente: SECTUR (2014)**

A nivel nacional hasta el mes de agosto de 2014, 83 localidades contaban con esta insignia que muestra la figura 3, en septiembre de dicho año, 17 localidades se sumaron a esta categoría, llegando a 100 Pueblos Mágicos ubicados a lo largo y ancho del país ubicándose 7 de ellos en el Estado de Puebla entre los que se encuentran Zacatlán.

## **CAPÍTULO 2. CONTEXTO GENERAL DE ZACATLÁN, PUEBLA.**

En este capítulo mostraremos las generalidades y características de la Ciudad de Zacatlán, Puebla, destacando los atractivos por los cuales consideramos que es un destino altamente potencial para realizar una inversión en un hotel ecológico.

### **2.1 Generalidades de Zacatlán Puebla.**

Zacatlán es un municipio localizado en el Estado de Puebla, México, es reconocido con el nombre de Zacatlán de las Manzanas, por ser uno de los principales centros productores de manzana. A partir del 27 de abril de 2011 se incluyó a este municipio en “El programa de Pueblos Mágicos” desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

**Ilustración 2. Zacatlán Pueblo Mágico**



**SECTUR (2014)**

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin “magia” que emana en cada

una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (Secretaría de Turismo, 2014).

## **2.2 Ubicación Geográfica.**

El municipio se encuentra ubicado al norte del Estado de Puebla, ocupa el séptimo lugar debido a su extensión territorial que suma 512.82 km sus coordenadas geográficas son los paralelos 19°50'06'' de latitud norte y los meridianos 97° 51'06'' y 98° 12'36'' de longitud oeste. Según INEGI (2000) el municipio de Zacatlán representa el 1.28 % de la superficie del estado..

Colinda al norte con los municipios de Ahuazotepec, Huauchinango, Chiconcuautla y Ahuacatlán; al este con Ahuacatlán, Tepetzintla y Tetéla de Ocampo; al sur con Tetéla de Ocampo, Aquixtla y Chignahuapan, y al oeste con Chignahuapan y el estado de Hidalgo.

## **2.3 Demografía.**

Según Censo de INEGI de 2010 la población de Zacatlán está conformada por 76 296 habitantes, de los cuales 40163 son mujeres y 36133 son hombres.

## **2.4 Actividades económicas.**

Dentro de las principales actividades económicas que se desarrolla en el municipio es la agricultura produciendo granos como frijol, maíz, haba, trigo y avena y dentro de la fruticultura encontramos manzana, ciruela, durazno, pera, finalmente en hortalizas tenemos papa, ajo, cebada y alfalfa como forraje. También en el municipio se dedican a la ganadería.

Encontramos industrias que se dedican a la fabricación de bicicletas, envasado de sidras y vinos de frutas, se fabrican tejidos de lana, se elaboran juegos pirotécnicos, fabricación de relojes monumentales.

Finalmente dentro del sector terciario encontramos comercio, transporte y comunicaciones, servicios financieros, servicios de hoteles y restaurantes.

## **2.5 Turismo.**

La Ciudad de Zacatlán Puebla siempre ha sido reconocida por su producción de manzana y pan, así como sus paisajes, pero al ser nombrado "Pueblo Mágico" en el 2011 el número de visitantes ha incrementado, como se presentó en el Capítulo I, los cuales acuden para conocer sus atractivos turísticos, tradiciones, costumbres así como consumir sus artesanías y sobre todo probar su gastronomía.

### 2.5.1 Atractivos Turísticos.

**Ilustración 3 Cascada de San Pedro**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

La cascada de San Pedro tiene una caída de 20 metros aproximadamente, a un costado de esta se localizan las ruinas de lo que sería en el siglo XVI el primer templo católico de Zacatlán.

Cerca de este lugar se encuentran los primeros asentamientos prehispánicos de lo que sería el Señorío de Zacatlán.

#### **Ilustración 4. Cascada de Tulimán**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

El centro recreativo Tulimán es una oportunidad para practicar el turismo de la naturaleza en una zona casi inexplorada. A tan sólo 35 minutos del centro de Zacatlán, se puede disfrutar de una espectacular cascada con una caída dividida en 3 cuerpos que suman aproximadamente 250 y 300 metros de altura.

### Ilustración 5. Centro Histórico



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Contiene tesoros culturales, muestra de esto es el Reloj Floral joya arquitectónica colonial creada por el Ing. Roque Leonel Olvera Charolet, cuenta con 2 carátulas cada una de 5 metros de diámetro, característica que lo hace ser el primero y hasta ahora el único reloj de su género en todo el mundo.

### Ilustración 6. Ex-Convento Franciscano



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014).**

Su construcción se inicia en 1562 y se concluye en 1567. El templo es de planta basilical y ahora el más antiguo en el estado de Puebla, uno de los priores fue Fray Juan de Torquemada, que inicio aquí su obra “Monarquía indiana” que trata sobre la vida y costumbres de los indígenas. Otro ilustre franciscano que visitó en varias ocasiones el convento fue Fray Toribio de Benavente.

La restauración del Ex-Convento franciscano se realizó en un tiempo récord de siete meses a cargo de especialistas y con la participación de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Jaguares, venados, abejas, casas con techumbre de paja, personajes españoles e indígenas en actividades cotidianas, son parte de los hallazgos de los

especialistas durante el proceso de restauración de murales en este ex convento que es el único en América Latina que a más de 440 años de su fundación. Según autoridades encargadas de los trabajos, la cantidad y originalidad de la pintura mural encontrada, indudablemente hacen del conjunto conventual franciscano de Zacatlán, objeto de admiración social y discusión académica.

#### **Ilustración 7. Jicolapa**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Jicolapa es una localidad situada en la Ciudad de Zacatlán, tiene 1878 habitantes y se encuentra a 2100 metros de altitud.

Su nombre "Jicolapa" ó "Xicolpa" significa lugar en donde habitan los jicotes.

En esta localidad se venera al "Señor de Jicolapa" una imagen que apareció en los muros de lo que ahora es su capilla. Cada mes de febrero se celebran las fiestas patronales en honor a su santo patrón el Señor de Jicolapa.

Jicolapa cuenta con un lugar conocido como "los baños", pozas de agua formadas de forma natural y albercas para divertirse, aquí existe una poza conocida como los "siete suspiros" lugar en donde nace el agua que abastece a las demás albercas y pozas. En tiempo de Pascua, se realiza una representación de la Pasión de Jesucristo, lo que ya se ha convertido en una tradición, personas de la comunidad escenifican cada una de las caídas, cerca de 5 mil visitantes recibe la comunidad en ese día.

#### **Ilustración 8. Museo Interactivo**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Zacatlán de las Manzanas Puebla es considerado la cuna de los relojes monumentales, debido a que hace más 100 en años, en 1909 para ser exactos se

fabricó el primer reloj monumental por el Sr. Alberto Olvera Hernández y, la fábrica de relojes monumentales "Relojes Olvera III Generación ", es prueba fiel de ello, por contar con la herramienta y maquinaria con la que se fabricó el primer reloj. Relojes Olvera comprometida con la sociedad, pone a disposición de la población, "El Museo Interactivo" de Relojes Monumentales. No es un museo como cualquier otro, aquí pueden utilizar las máquinas que se utilizaron hace muchos años para crear un reloj, y que funcionan perfectamente.

La sensación de poder trabajar con cada una de las máquinas es muy agradable, además se realiza el recorrido por toda la planta, lo que permite experimentar todo el proceso para fabricar un reloj, desde la fundición del metal hasta la prueba final del reloj.

#### **Ilustración 9. Barranca de los Jilgueros**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Zacatlán de permite disfrutar la majestuosidad de la barranca y la cascada llamada “de las tres Marías”. Se localiza a 300 metros al sur del zócalo de la Ciudad, sobre el paseo de la barranca. En este lugar se pueden explorar ruinas prehispánicas y al norte de la misma se puede hallar un monolito con un pie grabado de por lo menos un millón de años.

El fondo es una maravilla, pues en él hay otro clima, el tropical donde se dan frutos de este ambiente. Todo el lugar invita a vivir en medio de una naturaleza salvaje, y silenciosa, pues es increíble que estando en la cima en medio de todo un mundo de bullicio, en el fondo se encuentre una calma que supera la tranquilidad más esperada. Abajo es otro mundo, un bosque, o más bien una selva en ocasiones impenetrable por la borasca que parece inundarlo todo, tapando cada entrada, cada piedra, cada árbol. Cada pendiente que se salva llega hasta las márgenes del río Lajajalpan, que ya ha perdido su caudal original y su pureza, pero aun así, es posible quedar profundamente maravillado ante el espectáculo que se ofrece de paz y serenidad y que sólo es posible en esta parte de la agreste Barranca de los Jilgueros.

### Ilustración 10. Palacio Municipal



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Es una hermosa construcción arquitectónica típica, se realizó entre los años de 1876 y 1896, su fachada es de estilo neoclásico con los relieves de cantera gris.

El proyecto de construcción fue del arquitecto Francés La Salle, la iniciativa fue de José María Guzmán, para su presentación ante las autoridades. Diseñado por el dibujante Manuel Medina.

### Ilustración 11. La Parroquia de San Pedro



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

La Parroquia de San Pedro se construyó a finales del Siglo XVIII es un estilo barroco, sobrio, (1670-1740). En su fachada tiene la característica de retablo, incluyendo las estatuas de San Pedro y San Pablo patronos del municipio, con adornos de argamasa de hechura popular. El Conjunto está formado por el templo de San Pedro y San Pablo.

### Ilustración 12. Piedras Encimadas



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

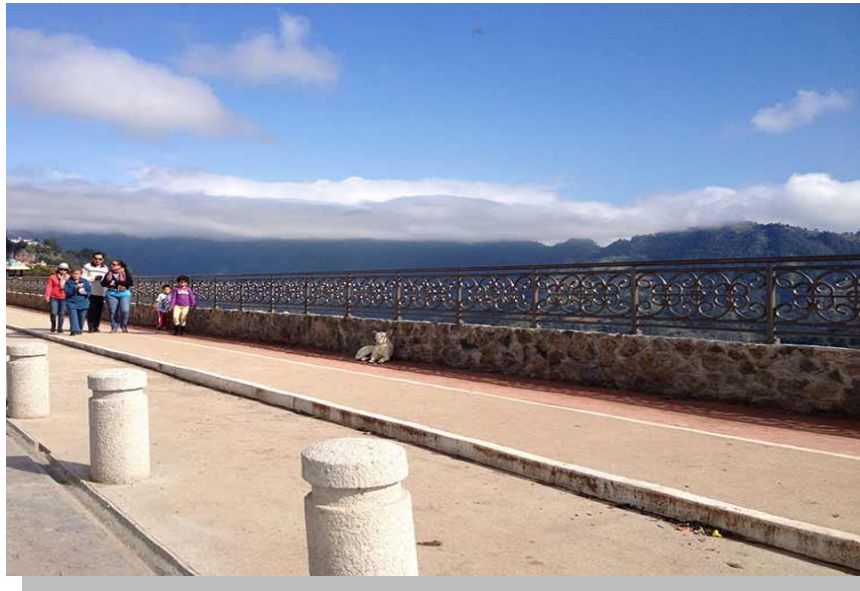
Cerca de Zacatlán a menos 25 km, se encuentra el Valle de Piedras Encimadas, rocas que forman figuras espectaculares, de entre 10 y 20 metros de altura, además rodeadas de pinos.

Se cree que la creación de estas obras se debe a la erosión de la piedra caliza, gracias a la ayuda de lluvias y vientos.

La imaginación no tiene límites, cada uno de los visitantes atribuye a las figuras un significado diferente, elefantes, camellos, tortugas, caras humanas, y muchas más.

La mayoría de las esculturas se encuentran dispersas entre la vegetación por lo cual resulta ideal hacer los recorridos a pie, siguiendo los senderos que permiten admirar las piedras más conocidas; y visitar una cascada cercana.

**Ilustración 13. Paseo de la Barranca**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Recientemente se acondicionó la calle Paseo de la Barranca, es un recorrido por el cual se puede tener diferentes panoramas del atractivo natural de la Ciudad

**Ilustración 14. Mirador, paseo de la barranca**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

En este corredor de la Barranca también se colocaron aparatos para hacer ejercicio al aire libre y un mirador.

**Ilustración 15. Gastronomía de Zacatlán, Puebla.**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Otro atractivo de Zacatlán, Puebla son sus artesanías y gastronomía.

**Ilustración 16. Artesanías de Zacatlán, Puebla**



**Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)**

Las artesanías de la región, reflejan el arraigo de la historia, tradicional y cultural, motivos de orgullo de nuestro pueblo. Las manos indígenas y mestizas elaboran vestidos blusas y sus bordados, cintillas, sarapes, gabanes de lana tejidos en telares de cintura, morrales, bordados, huipiles, chitos, aretes y collares de cuentas. También moldean utensilios de barro y piedra así como objetos de ixtle (extraído del maguey), los cómales y ollas de barro.

### Ilustración 17. Feria de Zacatlán, Puebla



Fuente: Gobierno de Zacatlán (2014)

La feria de Zacatlán, se lleva a cabo año con año, en el mes de agosto y dura 15 días, en ella hay pabellones de producción frutícola, industrial, artesanal y gastronómica, se lleva cabo la bendición de la manzana y se venera a la Virgen de la Asunción, patrona de los fruticultores. En el domingo de cierre de feria a medio día hay un desfile de carros alegóricos y danzas étnicas, en un ambiente lleno de color y alegría. Tanto en la inauguración como clausura de feria se quema a lo largo del palacio municipal una cascada pirotécnica. En este año 2014 los visitantes que arribaron en durante este periodo fue de aproximadamente 150 mil visitantes según cifras del Gobierno de Zacatlán (2014)

Dentro del desarrollo de este capítulo nos dimos la oportunidad de conocer sobre las características geográficas y demográficas de la Ciudad de Zacatlán, con lo cual observamos que es una Ciudad con abundante vegetación, clima templado-húmedo, que cuenta con una gran variedad de atractivos para turistas de cualquier

edad y gustos, preocupado por desarrollar y hacer crecer la industria del turismo y siendo un lugar que por sí sólo ya es un atractivo, por lo cual consideramos que es una excelente opción para desarrollar este proyecto y contribuir con una opción más de hospedaje para la gente urbana que busca escapar de la urbe y encontrar un refugio confortable y amigable.

# **CAPÍTULO 3. ELABORACIÓN DE LOS ESTUDIOS PARA EVALUAR LA VIABILIDAD ECONOMICA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLOGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA.**

## **3.1 Presentación**

Este proyecto pretende demostrar la viabilidad económica de un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla que comprende:

El estudio de mercado del producto, se analiza desde la definición del producto, el análisis de la demanda y la oferta, hasta la estrategia de comercialización del hotel.

La segunda parte comprende estudio técnico del hotel, el cual implica determinar el tamaño y descripción de dicha construcción, la determinación y análisis de la estructura organizacional y aspectos legales.

La tercera parte consiste en el análisis económico de todas las condiciones de operaciones que se determinaron en los estudios anteriores. Esto incluye determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, el capital de trabajo, plantear esquema de financiamiento, cálculo del balance general inicial y estado de resultados proyectado a 5 años (estado proforma), el punto de equilibrio y la tasa de ganancia, es decir, obtener las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación económica.

## **3.2 Antecedentes**

México ocupa el lugar número 15 dentro del ranking de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, según la OTM en 2013 el arribo a nuestro país de

turistas internacionales fue de 24.2 millones que impactó el ingreso de divisas en forma positiva por 13 mil 900 millones de dólares teniendo un crecimiento del 3.2% con respecto del 2012. Además el turismo es de los sectores más importantes de la economía nacional contribuyendo al Producto Interno Bruto en un 8.4% y siendo el cuarto generador de divisas según la Secretaria de Turismo (Sectur, 2014). Este sector en estos últimos años ha sido apoyado por el Gobierno Federal a través del Programa Nacional de Infraestructura, agendas de competitividad, campañas de promoción, Programas de Pueblos Mágicos, Programa de turismo para el desarrollo, todos ellos impulsados por la Secretaria de Turismo, lo que nos muestra un panorama positivo y de éxito para nuestro proyecto.

Actualmente el turista tiene un mayor interés en preservar el medio ambiente, de acuerdo con encuestas realizadas por la Organización Mundial de Turismo (OTM) se identificó que el nicho de mercado al que le interesa preservar el medio ambiente está teniendo un mayor auge, sobre todo en países europeos. Organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas reclaman que las actividades turísticas se organicen en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y paisajes receptores, de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica y, debemos añadir, cultural. (Organización de Estados Iberoamericanos, 2014).

En regiones como Zacatlán en el Estado de Puebla, es importante que se promueva este tipo de turismo, porque es una región que cuenta con diversos atractivos naturales y culturales. Hoy en día esta población al ser parte del proyecto gubernamental llamado "Pueblos Mágicos" ha tenido mayor difusión lo que ha provocado ser un sitio más atractivo para turistas nacionales y extranjeros, por lo que consideramos importante la construcción de hoteles que satisfagan la necesidad de albergar a los turistas, siendo amigables con el medio ambiente, beneficiando la economía de la región y respetando su cultura y tradiciones.

Este proyecto se inició con el fin de utilizar de manera sustentable el terreno ubicado en.... Zacatlán, Puebla, y considerando que ofertar un servicio de hospedaje ecológico, contará con un mercado potencial por lo que dicho proyecto será viable económicamente y benéfico para la comunidad ya que será un generador de empleos, respetuoso con el medio ambiente y promotor de la cultura.

### **3.3 Estudio de mercado**

Este estudio nos ayudará a determinar si las condiciones del mercado son idóneas o que al menos no sean un obstáculo para el desarrollo del proyecto, además mediante él se estiman los ingresos (Baca, 2010).

#### **3.3.1 Definición del producto**

El proyecto que se presenta es la construcción y puesta en marcha de un hotel ecológico el cual tendrá como nombre, lema y logo el siguiente:

**Ilustración 18. Logo Eco Hotel Yamancac**



**Fuente: Elaborado por L.D.G Ana Sánchez Cruz**

El logo está basado en colores verdes con el fin de resaltar el concepto ecológico de nuestro producto, es un diseño exclusivo elaborado por un diseñador gráfico. Se eligió el nombre de Yamancac porque en náhuatl significa “amable” y este será nuestro principal valor, ser amable con la naturaleza y la comunidad respetando el entorno, manteniendo un equilibrio entre el beneficio económico y la conservación del medio ambiente y promoviendo la cultura y costumbres de Zacatlán, además seremos amables con los visitantes ofreciendo un servicio de calidad, hospitalidad y comodidad durante su estadía en nuestro hotel y por ultimo amables con nuestros colaboradores y accionistas trabajando siempre de manera honesta y confiable.

El Eco Hotel además de prestar de servicios de hospedaje, ofrecerá los siguientes servicios:

- Restaurante que ofrecerá a los visitantes un menú de comida exclusivamente regional elaborada por personas originarias de la zona con el fin de brindar a los turistas la gastronomía típica.
- Recorridos Turísticos, guiados por personas originarias de Zacatlán, Puebla, capacitados y certificados en turismo alternativo, que puedan transmitir confianza a los turistas y su pasión por su tierra.
- Talleres cortos sin costo de conservación del medio ambiente.
- Campañas de reforestación, sin costo, invitando a los huéspedes donde ellos puedan sembrar arbolitos y lograr un contacto directo con la naturaleza

**Ilustración 19. Alrededores del hotel para caminatas y campañas de reforestación**



**Fuente: Fotografía tomada en visita al lugar (2014)**

- Caminatas matinales alrededor del hotel, sin costo, donde un guía muestre la flora y fauna y la importancia de su conservación, y con esto lograr una mayor consciencia ecológica y darle la oportunidad al huésped de comenzar su día en forma positiva.
- Se ofrecerá al turista degustaciones y venta de productos que se elaboran en la región como son el pan relleno de queso, vinos de frutas, sidra y dulces típicos, haciendo placentera su espera para el registro de entrada y salida del hotel.

El servicio de hospedaje lo catalogaremos, de acuerdo a la clasificación propuesta por SECTUR, como ecológico con uso de esparcimiento, ubicado en un Pueblo Mágico.

## Ilustración 20. Misión del Eco Hotel Yamancac



**Misión**

**Eco Hotel Yamancac**  
AMABLE CONTIGO AMABLE CON LA NATURALEZA

Ser un servicio de hospedaje sustentable siendo respetuoso con el medio ambiente, promotor de la cultura y atractivos turísticos de Zacatlán, Puebla, generador de empleos en la comunidad que brinde a nuestros visitantes una estancia agradable y de calidad.

**Fuente: Elaboración propia con diseño de L.D.G Ana Sánchez Cruz**

Desde la misión el Eco Hotel Yamancac resalta su respeto por la naturaleza y cultura de Zacatlán, Puebla, y no solo se limita en cuidar su entorno sino que busca ser un promotor de las bellezas tanto naturales como culturales de la región.

## Ilustración 21. Visión del Eco Hotel Yamancac




Fuente: Elaboración propia con diseño de L.D.G Ana Sánchez Cruz

Eco Hotel Yamancac mediante el servicio y hospitalidad buscará consolidarse como la primera opción de hospedaje ecológico de Zacatlán, Puebla, y en el séptimo año comenzará la ampliación de sus instalaciones para duplicar su capacidad de hospedaje.

## Ilustración 22. Valores del Eco Hotel Yamancac

# Valores



- Nuestro principal valor es ser Amable con la naturaleza, con la comunidad, con nuestros clientes, con nuestros colaboradores y con nuestros accionistas.
- Orientación al cliente, buscando su satisfacción de una manera agradable y de calidad con el fin de mantener nuestras relaciones a corto y largo plazo.
- Integridad, trabajar en forma honesta y clara, que genere confianza en nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y la comunidad.
- Creatividad, ofertar opciones que permitan a nuestros clientes conocer de forma alternativa los atractivos turísticos y cultura de la región.

Fuente: Elaboración propia con diseño de L.D.G Ana Sánchez Cruz

Nuestro principal valor es ser amable con la naturaleza y la comunidad respetando el entorno, manteniendo un equilibrio entre el beneficio económico y la conservación del medio ambiente y promoviendo la cultura y costumbres de Zacatlán, además seremos amables con los visitantes ofreciendo un servicio de calidad, hospitalidad y comodidad durante su estadía en nuestro hotel y por ultimo amables con nuestros colaboradores y accionistas trabajando siempre de manera honesta y confiable.

### Ilustración 23. Objetivos del Eco Hotel Yamancac

**Objetivos**

**Eco Hotel Yamancac**  
AMABLE CONTIGO AMABLE CON LA NATURALEZA

**Objetivo General:**

- Ser la mejor opción de hospedaje ecológico en Zacatlán, Puebla.

**Objetivos Específicos:**

- Lograr un porcentaje de ocupación del 28% el primer año de operación e irlo incrementando llegando como mínimo al 35% en el quinto año.
- Obtener la certificación de Calidad Ambiental Turística y la certificación de distintivo “H” en el segundo año.
- Obtener la certificación de Punto limpio de la Secretaria de turismo el tercer año.
- En el séptimo año comenzar la ampliación del segundo nivel con capacidad de 12 habitaciones más

**Fuente: Elaboración propia con diseño de L.D.G Ana Sánchez Cruz**

Dentro de los objetivos se establecen la obtención de tres certificaciones: la certificación de distintivo “H” de la Secretaria de turismo (que es el cumplimiento de estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004), la certificación de Calidad ambiental turística de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) y la certificación de Punto limpio de la Secretaria de Turismo que consiste en el fortalecimiento de la cultura de “Seguridad y Calidad Higiénica” en la prestación de servicios turísticos en México, a fin de proteger la salud de los visitantes, los trabajadores del sector y de los miembros de las comunidades receptoras, las cuales serán un respaldo ante los clientes de nuestros altos estándares de calidad y cuidado del medio ambiente.

### 3.3.2 Análisis de la demanda

La demanda se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado (Sapag Chain R. y Sapag Chain, 2003).

Para analizar la demanda se utilizaron 2 fuentes:

- Primarias: realización y aplicación de encuesta sobre preferencias de turismo y hospedaje.
- Secundarias: estadísticas de Instituto Nacional de Geografía y estadística, Secretaria de Turismo y Organización Mundial de Turismo

a) Análisis de la demanda con fuentes primarias.

Se realizó una encuesta de preferencias de hospedaje y turismo (Anexo 2) de acuerdo a las siguientes consideraciones:

- Población: habitantes de la Ciudad de Puebla, que de acuerdo al último Censo Oficial de INEGI es de 1,539,819 habitantes.
- Muestra: para su determinación se recurrió a Sampieri (2010) y se utilizó la fórmula para la determinación de muestra probabilística con un nivel de confianza del 95% y por consiguiente con un 5% de error:

### Ilustración 24. Determinación de Muestra Probabilística

Se tiene  $N=500$ , para el 95% de confianza  $Z = 1,96$ , y como no se tiene los demás valores se tomará  $\sigma = 0,5$  y  $e = 0,05$ .

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 Z^2}$$

<b>N</b>	1539819		<b>Confianza</b>	95
<b><math>\sigma</math></b>	0.5	<b><math>\sigma^2</math></b>	0.25	área a la izquierda de -Z
<b>Z</b>	95% = 1.96			0.025
<b>e</b>	0.05	<b><math>e^2</math></b>	0.003	-Z
			Z	1.96

<b>n</b>	$\frac{2E+06 \cdot 0.3 \cdot 3.84}{0.0025 (2E+06 - 1) + 0.3 \cdot 3.8}$		1478842.168	1478842.17	<b>384</b>	384
			3849,545	0.9604	3850,5054	

Se tiene  $N=500$ , para el 95% de confianza  $Z = 1,96$ , y como no se tiene los demás valores se tomará  $\sigma = 0,5$  y  $e = 0,05$ .

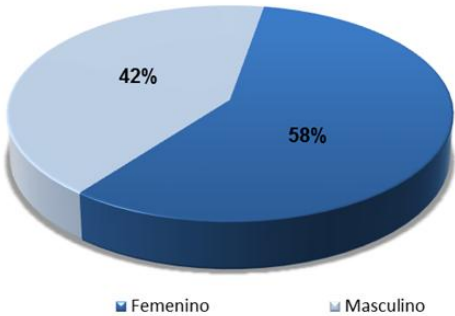
Fuente: Cálculo basado en Sampieri, 2010

Como se observa en la ilustración 16 la muestra mínima es de 384 encuestas.

Para la aplicación nos apoyamos de una página de internet llamada [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com), donde a través de un enlace electrónico las personas pueden contestar la encuesta y va acumulando los resultados, el total de personas que contestaron fue 402, sin embargo debido a que el enfoque es de preferencias de turismo y hospedaje con fin de esparcimiento, se filtró la información solo de aquellos que viajaron por dicho motivo cuyo resultado final es de 389 encuestas respondidas.

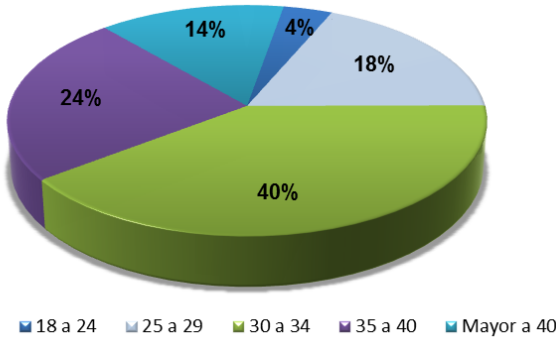
A continuación se muestran los resultados por cada uno de los ítems.

### Ítem 1. Sexo



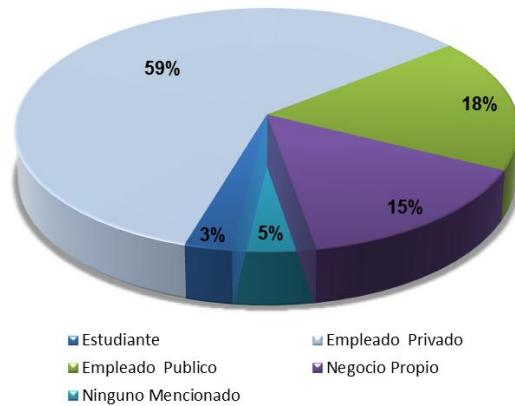
El 57.7 % de los encuestados fueron mujeres y sólo el 42.3% fueron hombres de un total de 402 que respondieron la encuesta

### Ítem 2. Edad



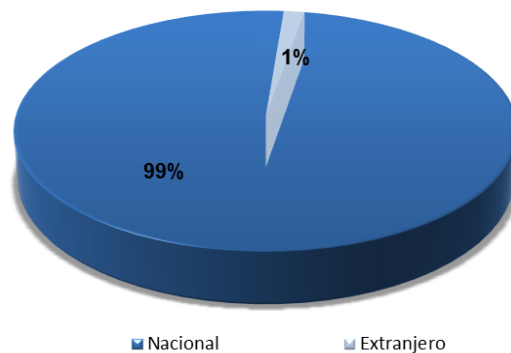
El rango de edad que predomina dentro de los encuestados es de 30-34 años representando un 39.8% seguido por un 23.88% que está entre los 35 –40 años, cuya suma de estos es el 63.68% y el menos representativo es el rango de 18 a 24 años con un 3.73%.

### Ítem 3. Ocupación



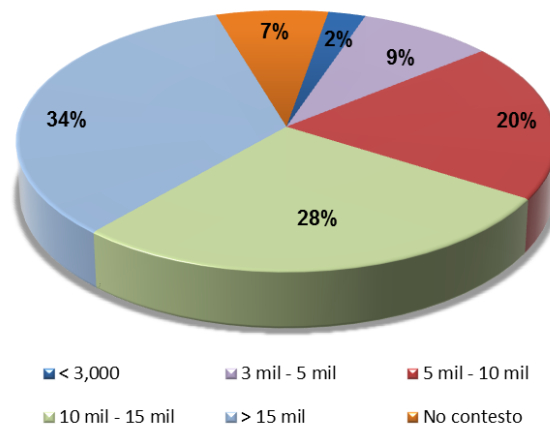
El 59.7% labora en el sector privado, mientras el 17.9% está en el sector público, cabe señalar que solo el 2.73% es estudiante

### Ítem 4. Procedencia



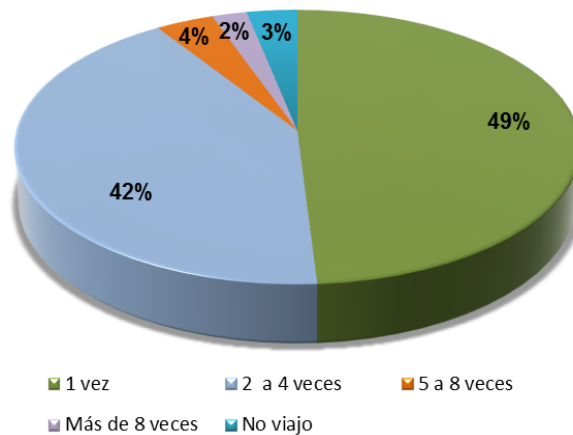
El 98.5 % de los que contestaron la encuesta fueron Mexicanos y sólo el 1.5% fue extranjero.

### Ítem 5. Ingresos Mensuales



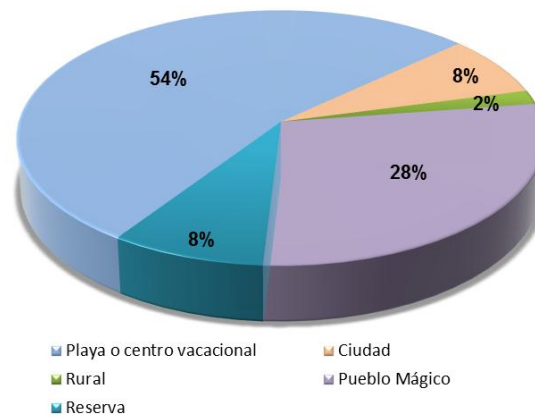
Es importante resaltar que el 33.83% tiene un ingreso mayor de \$15,000.00, seguido con un 27.6% con un rango de ingreso de \$10,000.00 a \$15,000.00

### Ítem 6. ¿Cuántas veces al año viaja por diversión o esparcimiento?



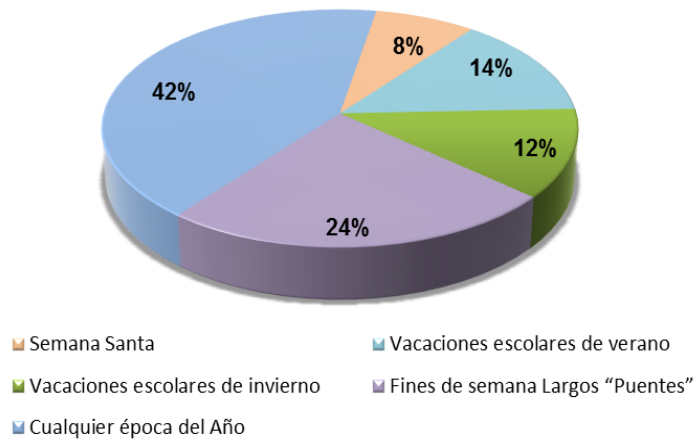
El 49% de los encuestados viaja una vez al año mientras que el 42% viaja entre 2 a 4 veces por año, solo el 2% de los encuestados (13 personas) no viajan por esparcimiento, para los cuales la encuesta ya no prosiguió.

### Ítem 7. ¿A qué tipo de destino prefiere vacacionar?



Dentro de la encuesta se confirma que las preferencias por los turistas sigue siendo el viajar a la playa con un 53.7% pero esta seguido de vacacionar en Pueblos Mágicos con un 28.3%.

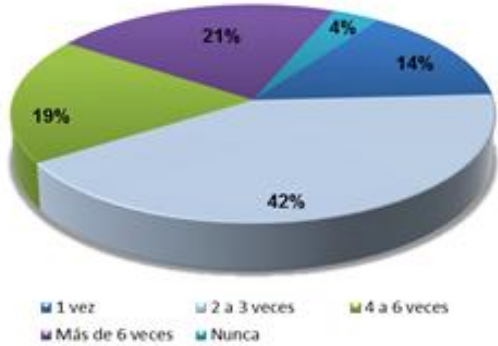
### Ítem 8. ¿En qué época del año prefiere viajar por esparcimiento o diversión?



Teniendo en cuenta que al 42.16% de los encuestados que viajan por diversión o esparcimiento lo hacen en cualquier época del año, es una ventaja para nosotros,

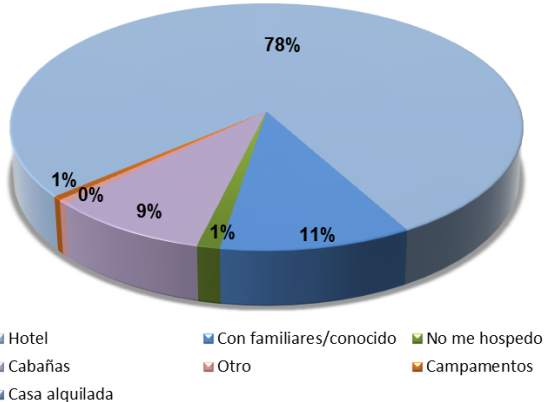
por la cercanía que tiene el municipio de la capital del estado. Y el 24.16% prefieren viajar en fines de semana largos.

**Ítem 9. ¿Ha visitado algún Pueblo Mágico en México?**



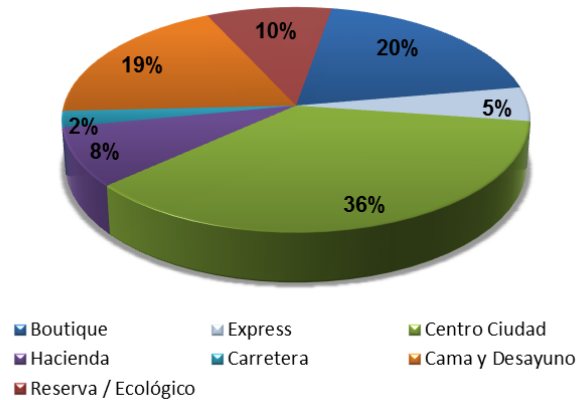
El 41.65% ha viajado de 2 a 3 veces a algún pueblo mágico y el 21.6 % ha viajado más de 6 veces a algún Pueblo Mágico.

**Ítem 10. Cuando viaja por diversión o esparcimiento, regularmente ¿dónde se hospeda?**



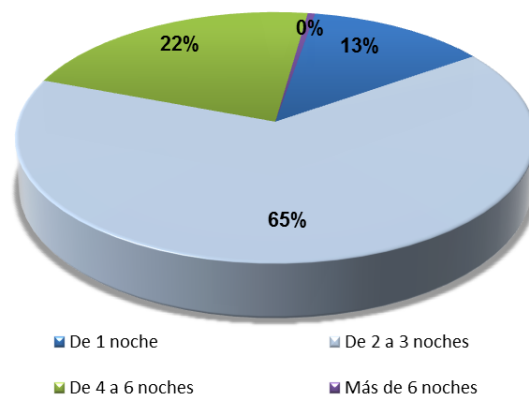
El 77.89% contestó que se hospeda en Hotel cuando viaja, el 11% se queda con familiares o conocidos, el 8.99% prefiere hospedarse en cabañas, la opción que nadie eligió fue casa alquilada.

**Ítem 11. De los siguientes hoteles ¿en qué tipo prefiere hospedarse?**



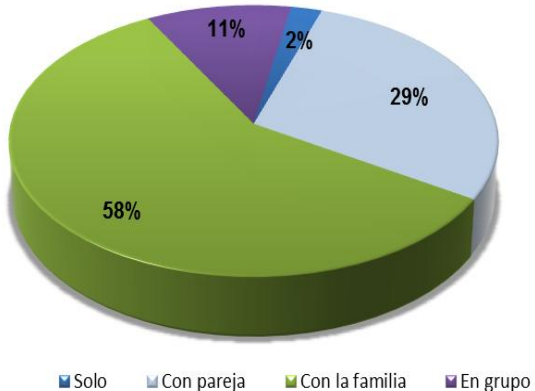
Los encuestados prefieren hospedarse en hoteles que están en el centro de la Ciudad (36.25%) y sólo el 9.8% prefiere hospedarse en hoteles de Reserva/Ecológico por lo tanto debemos incentivar la publicidad.

**Ítem 12. Generalmente, cuando viaja por esparcimiento o diversión ¿Cuántas noches se hospeda?**



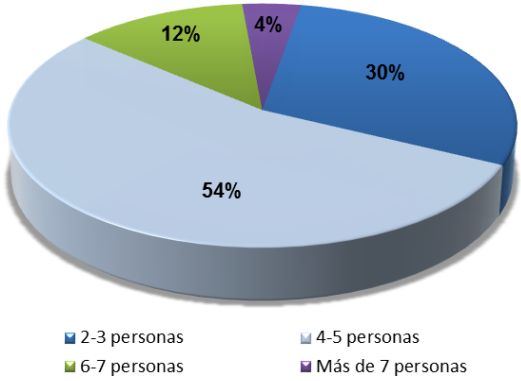
El 65% de los encuestados se hospeda de 2 a 3 noches, seguido por un 21.59% que se hospeda de 4 a 6 noches.

**Ítem 13. Cuando viaja por esparcimiento o diversión, ¿con quién acostumbra a viajar?**



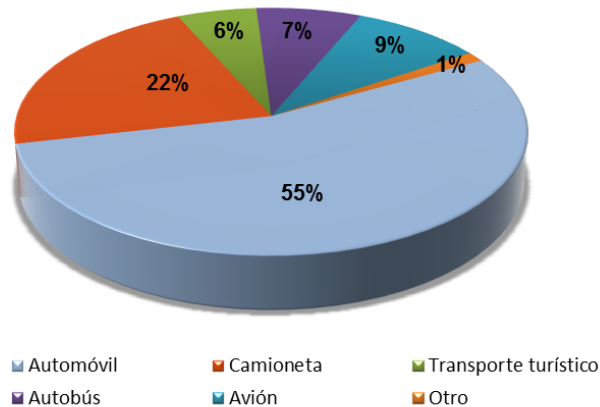
El 58% viaja en familia seguido de un 28.79% que viaja en pareja.

**Ítem 14. Si viaja en familia o en grupo, ¿regularmente cuantos integrantes los compone?**



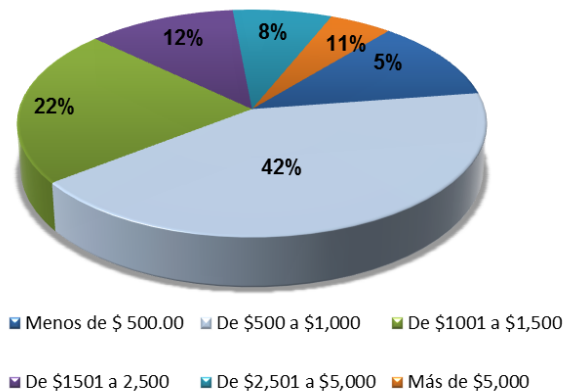
El 54% que viaja en familia o grupo lo hace de 4 a 5 personas y el 29.3% viaja de 2 a 3 personas.

**Ítem 15. ¿Cuándo viaja en grupo que tipo de transporte usa?**



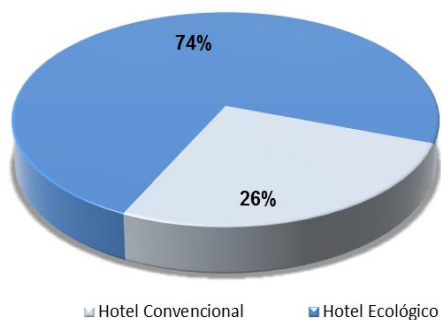
Las respuestas de los encuestados arrojan que el 55% viaja en automóvil y un 21% viaja en Camioneta.

**Ítem 16. Cuando viaja por esparcimiento o diversión, regularmente ¿Cuánto asigna al concepto de hospedaje por noche?**



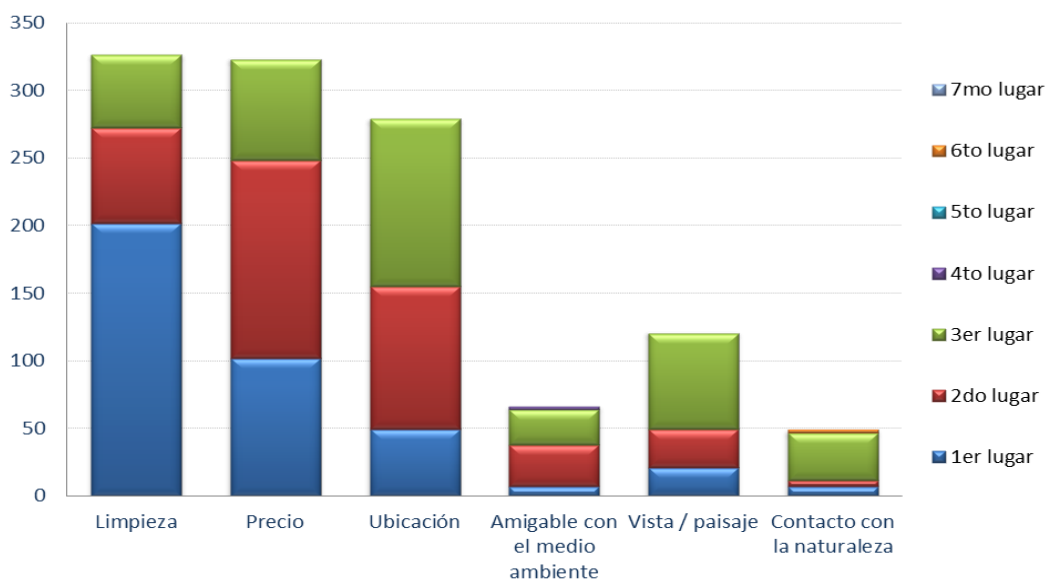
El 42% de los encuestados asigna al concepto de hospedaje de \$500.00 a \$1000.00, mientras que el 22% destina de \$1001.00 a \$1500.00.

**Ítem 17. Considerando que tuvieran los mismos servicios ¿Qué tipo de hotel preferiría?**



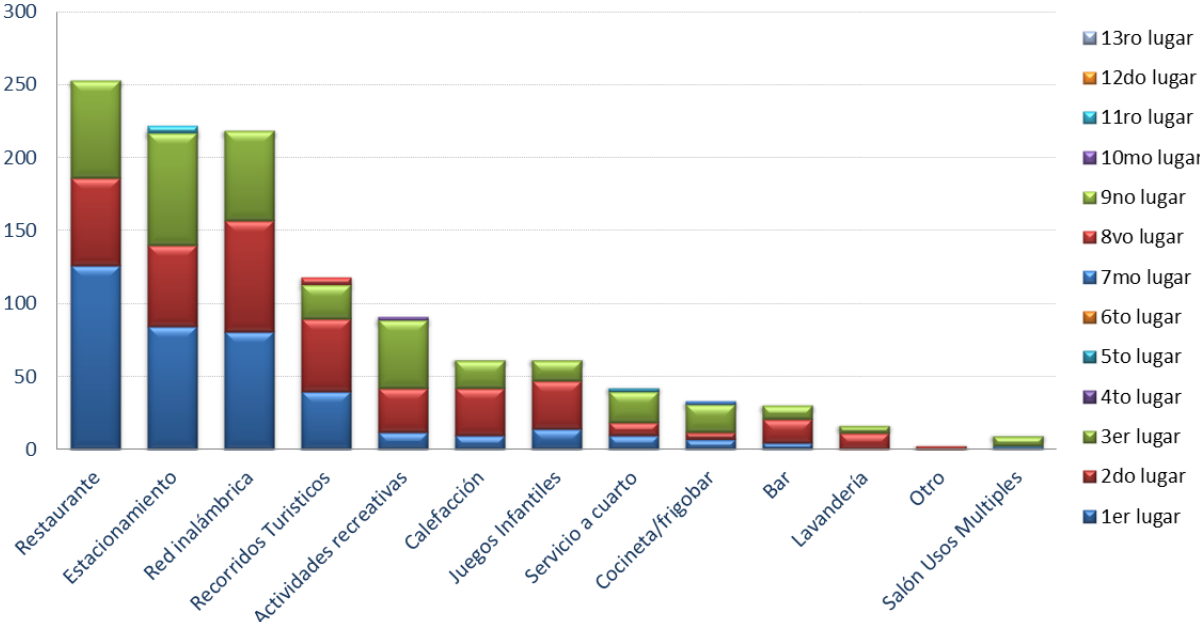
El 74% se inclinó por el hotel ecológico y sólo el 26% eligió el hotel convencional.

**Ítem 18. Al momento de elegir el lugar de hospedaje ¿Qué considera de mayor importancia? Elija 3 opciones, en la parte inferior aparecerán las respuestas elegidas, ordenar de mayor a menor de acuerdo a su importancia**



El 83.8% consideró que lo más importante al elegir un hotel es la limpieza, de los cuales el 61% lo ubico como primer lugar de importancia, seguido por el precio con un 83.0% aunque solo el 30% lo coloco como primer lugar y en tercer lugar la ubicación con un 71.7% de los cuales el 17% lo puso en primer lugar.

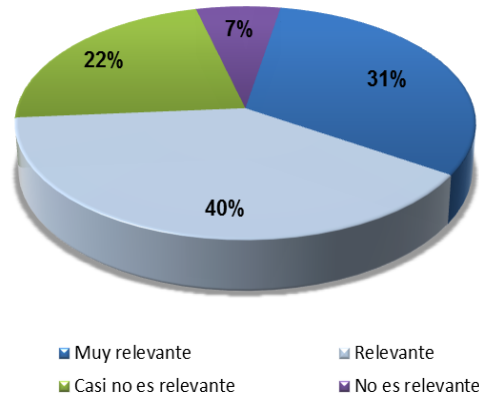
**Ítem 19. ¿Qué servicios adicionales al hospedaje considera importantes?, elija 3 opciones, en la parte inferior aparecerán las respuestas elegidas, ordene de mayor a menor de acuerdo a su importancia.**



Al solicitar que ponderaran el grado de importancia en los servicios adicionales observamos que es muy importante contar con Restaurante, el 50% de los que lo eligieron (65%) lo ubicaron en primer lugar, después con un 57% fue la red inalámbrica (37% le asignaron el primer lugar) y el estacionamiento fue elegido por el 56% de los cuales un 37% lo colocaron en primer lugar. Es importante rescatar una sugerencia que nos parece que nos daría ventaja competitiva al brindar el servicio la cual es: “que el hotel, el último día de estancia se llevara mi

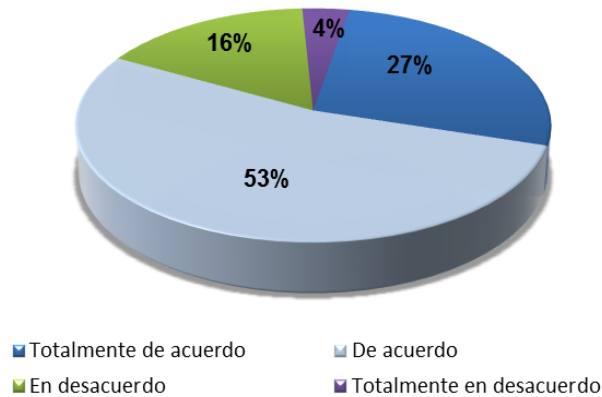
automóvil, lo lavara y le llenara el tanque de gasolina (cobrando la gasolina pero no el servicio)”.

**Ítem 20. ¿Qué tan relevante considera que el hotel cuente con Restaurante?**



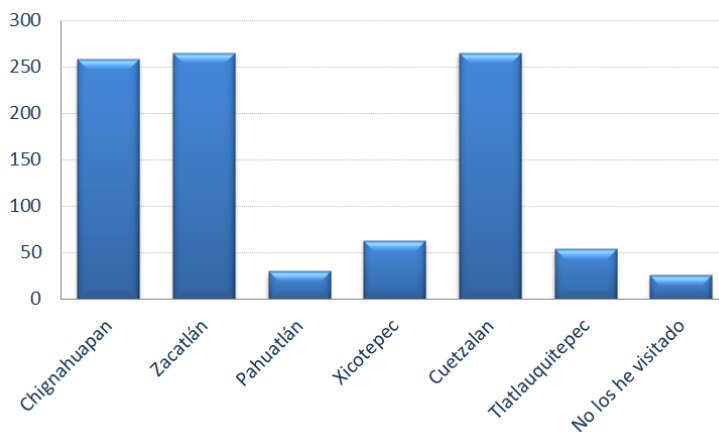
En este ítem lo que se pretende es disipar cualquier duda para saber si se dará servicio de Restaurante y al obtener respuesta de un 40% que considera relevante contar con el servicio más un 31% que lo considera muy relevante se tomará en cuenta para establecerlo.

**Ítem 21. ¿Considera que el nombramiento de "Pueblo Mágico" influye en su preferencia al elegir el destino de su viaje?**



Un 80.2% de los encuestados esta de totalmente de acuerdo o de acuerdo en que el nombramiento de "Pueblo Mágico" les influye al elegir el destino de su viaje.

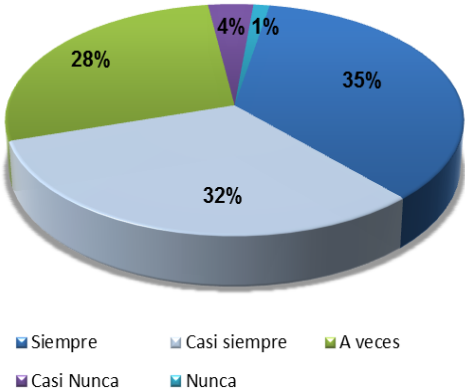
**Ítem 22. ¿A cuál de los siguientes Pueblos Mágicos del Estado de Puebla, ha viajado? Marque con una X una o varias opciones**



El 68% de los encuestados ha viajado a Zacatlán, empatando el porcentaje con el municipio de Cuetzalan, y solo un 2% abajo queda el municipio de Chignahuapan, por lo que se puede observar que estos municipios son regularmente visitados por

los habitantes de la Ciudad de Puebla, solo el 7% no ha visitado alguno de los Pueblos Mágicos mencionados.

**Ítem 23. Si el hotel contará con el servicio de recorridos para conocer los principales atractivos turísticos de Zacatlán, Puebla ¿haría uso de este servicio?**



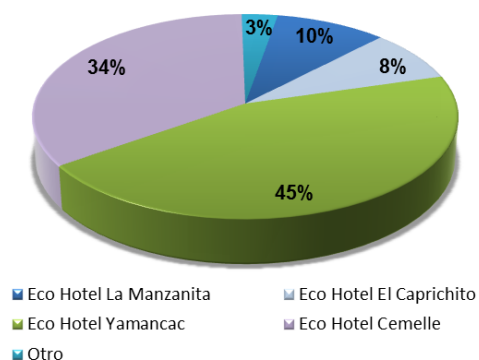
De contar con servicio de recorridos para conocer los principales atractivos turísticos de Zacatlán, Puebla, el 35% de los encuestados haría uso de este “siempre”. El 32% opto por la opción de casi siempre, es decir el 77% de los encuestados sería muy probable que utilicen dicho servicio.

**Ítem 24. Considerando que Zacatlán, es un Pueblo Mágico y además cuenta con diversos atractivos naturales ¿Cuál de las siguientes actividades preferiría hacer? Elija una o varias opciones; en la parte inferior aparecerán las opciones elegidas, ordenar de mayor a menor de acuerdo a la que le sea más interesante**



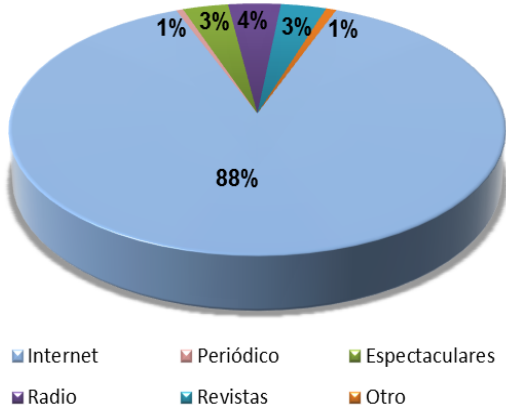
El recorrido con mayor porcentaje de elección fue el de las Cascadas con un 84% y seguido por el de Piedras Encimadas 78%.

**Ítem 25. De los siguientes nombres para un hotel ecológico ¿Cuál elegiría?**



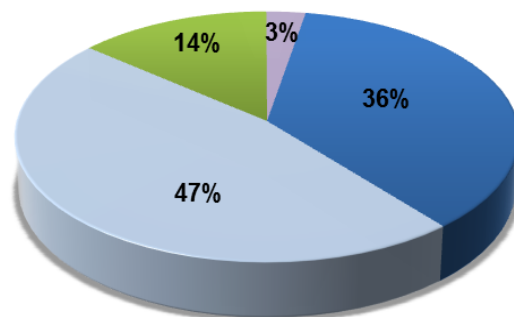
El nombre de mayor preferencia es el Yamancac (amable en náhuatl) con un 45%, algunas sugerencias fueron: “El Manzano”, “Eco natura”, “Zacatlan Mágico”, y “Natural Inn”.

**Ítem 26. ¿Cómo preferiría enterarse de promociones, paquetes y publicidad del Hotel ecológico?**



Un 87.9% preferiría enterarse de promociones, paquetes y publicidad del Hotel ecológico mediante internet (redes sociales, avisos de correo, páginas web) y un 9.8% está repartido entre revistas, radio y espectaculares, las sugerencias fueron “Imanes, folletos del gobierno municipal” y “Televisión por la cobertura, público adulto no maneja internet”.

**Ítem 27. De los siguientes eslogan (lema publicitario) ¿por cuál se siente más atraído?**



- Eco Hotel... Comprometidos con su bienestar, descanso y con el medio ambiente
- Cuidamos tu comodidad sin descuidar nuestro medio ambiente
- Para alejarse de la ciudad y darse un corto respiro Eco Hotel... te ayudará
- Otro

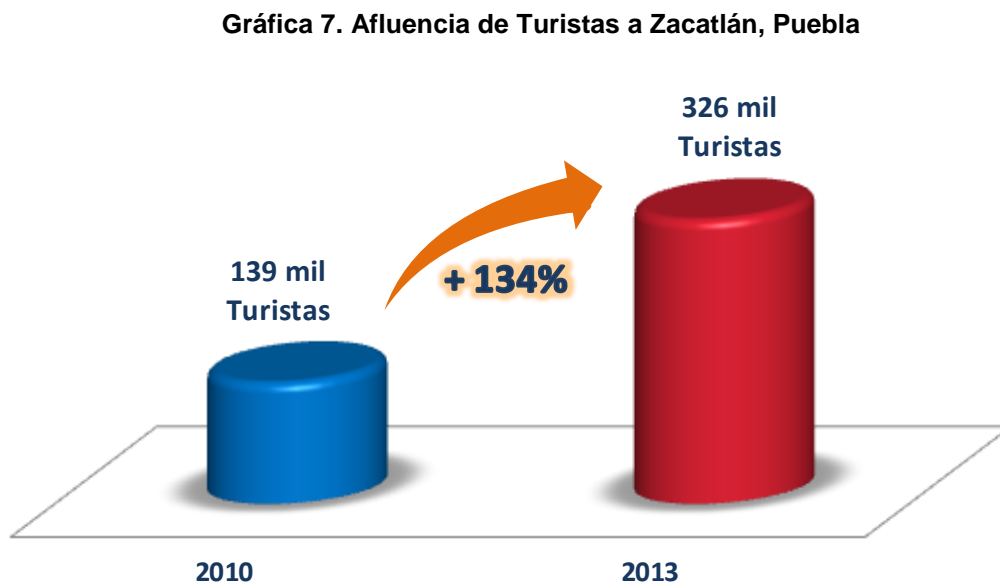
El lema por el que los encuestados se sintieron más atraídos fue: “Cuidamos tu comodidad sin descuidar nuestro medio ambiente” con un 47%, y las sugerencias fueron las siguientes:

- Algo que se refiera al alivio de estrés o parecido
- Manzano donde el confort se disfruta entre la naturaleza
- Disfrute Natural-Inn, disfrute la natural-eza
- Yamancac donde la amabilidad se nota hasta en el ambiente
- En Natural Camelle Hotel Spa comprometidos con la naturaleza y tu confort.
- ... un descanso natural

- "Amable contigo amable con la naturaleza"
- Para una estancia placentera Eco Hotel (nombre) se compromete contigo y con el medio ambiente.
- Descanso y diversión amigables al ambiente.
- Donde la naturaleza es primero
- Un lugar inolvidable en Zacatlán, hotel X

**b) Análisis de la demanda con fuentes secundarias**

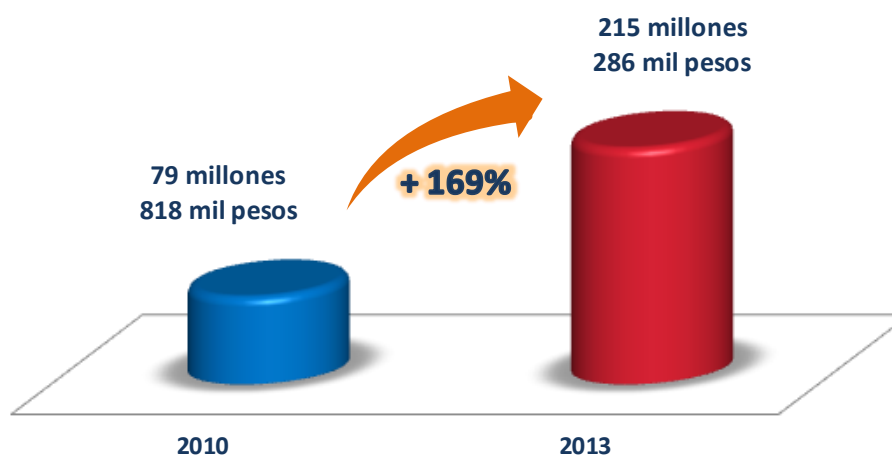
Se consultaron registros del INEGI, la Secretaria de Turismo y del Gobierno del Estado de Puebla de los cuales se destacan los siguientes:



Fuente: Elaboración propia basada en el Sistema de Información Turística Estatal (2014)

La gráfica 7 nos muestra cómo ha incrementado la afluencia de turistas a Zacatlán de 2010 a 2013, se toma de referencia el primer año debido a que en 2011 como se mencionó en párrafos anteriores este destino fue catalogado como Pueblo Mágico, por lo que con esta gráfica vemos claramente el impacto en el número de visitantes antes y después de recibir dicho nombramiento, trayendo un gran beneficio económico a la región.

**Gráfica 8. Derrama Económica visitantes que arribaron a Zacatlán, Puebla**



**Fuente: Elaboración propia basada en el Sistema de Información Turística Estatal (2014)**

En la gráfica 8 se puede visualizar el incremento en la derrama económica de los visitantes que arribaron a Zacatlán de 2010 y 2013, el porcentaje fue mayor a la afluencia de visitantes, lo que se puede concluir que el gasto promedio por visitante también aumentó.

Otro dato importante que se logró obtener del mismo Sistema de Información Turística Estatal es que en 2013 el porcentaje de ocupación hotelera en el citado destino fue del 37.42%.

### 3.3.3 Proyección de la demanda con base en fuentes primarias y secundarias.

#### a) Cálculo de la demanda de hospedaje

Para el cálculo de la demanda, se consideró los fines de semana totales al año ya que de acuerdo a la encuesta el 42.16% viaja en cualquier época del año y 24% los fines de semana largos, también se consideró semana santa, vacaciones de verano e invierno que aunque en la encuesta no fueron representativas al haber días de asueto y vacaciones para los niños la gente aprovecha para salir y conocer nuevos lugares. Teniendo en cuenta que será un negocio nuevo y carecemos de posicionamiento en el mercado, se está contemplando que en algunos fines de semana no se tenga ocupación.

**Tabla 5. Determinación de días**

Días totales				1er. Año	2do. Año	3er. Año	4to. Año	5to. Año	6to. Año
Concepto	Semanas	Días por semana	Total días	Total días	Total días	Total días	Total días	Total días	Total días
Fines de semana	52	2	104	94	97	99	99	99	99
Semana santa	2	5	10	10	10	10	10	10	10
Verano	4	3	12	12	12	12	12	12	12
Invierno	2	3	6	6	6	6	6	6	6
Total de días aprovechados			132	122	125	127	127	127	127
% de días aprovechados en el año			36%	33%	34%	35%	35%	35%	35%

**Fuente: Elaboración propia**

Al calce de la tabla 5 mostramos el % de días aprovechados durante un año, calculado mediante la división de los días aprovechados entre los 365 días que componen dicho periodo.

Después se determinó el número de habitaciones disponibles por los días proyectados de la tabla 5, y tomando en cuenta el ítem 13. Cuando viaja por esparcimiento o diversión, ¿con quién acostumbra a viajar? donde la respuesta con mayor porcentaje fue con familia con un 58% y ítem 14. Si viaja en familia o en grupo, ¿regularmente cuantos integrantes los compone? Cuyo resultado mayor fue el de 4 a 5 personas seguido con un 30% con 2 a 3 personas, se tomó el promedio por habitación de 4 personas.

**Tabla 6. Determinación de la capacidad aprovechada y porcentaje de ocupación**

Año	Capacidad	Habitaciones	Total Dias	Capacidad (Habitaciones)	Personas por habitación	Personas por año	% ocupación
1	Capacidad Aprovechada	10	122	1,220	4	4,880	28%
2	Capacidad Aprovechada	10	125	1,250	4	5,000	29%
3	Capacidad Aprovechada	11	127	1,397	4	5,588	32%
4	Capacidad Aprovechada	12	127	1,524	4	6,096	35%
5	Capacidad Aprovechada	12	127	1,524	4	6,096	35%
6	Capacidad Aprovechada	12	127	1,524	4	6,096	35%

**Fuente: Elaboración propia**

Como se puede observar en la tabla 6 el porcentaje de ocupación calculado en los años 4 y 5 está muy cercana de la media de porcentaje de ocupación actual de Zacatlán que se mencionó en el análisis de fuentes secundarias.

## b) Cálculo de la demanda del servicio del restaurante

Tabla 7. Determinación de personas que harán uso del restaurante

Año	Personas por año	% de uso del servicio	Personas
1	4,880	71%	3,465
2	5,000	71%	3,550
3	5,588	71%	3,967
4	6,096	71%	4,328
5	6,096	71%	4,328
6	6,096	71%	4,328

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 7 realizamos el cálculo de la demanda del restaurante con base a la ocupación del hotel multiplicado por el porcentaje de los encuestados que respondieron muy relevante y relevante, el cual fue del 31% y 40% respectivamente, que arrojó la encuesta en el ítem 20 ¿Qué tan relevante considera usted que el hotel cuente con restaurante?

### c) Cálculo de la demanda del servicio de excursiones

Tabla 8. Determinación de personas que harán uso de excursiones

Año	Personas por año	% de uso del servicio	Numero de Personas
1	4,880	67%	3,287
2	5,000	67%	3,368
3	5,588	67%	3,764
4	6,096	67%	4,106
5	6,096	67%	4,106
6	6,096	67%	4,106

Fuente: Elaboración propia

De la misma forma se realizó el cálculo de las personas que harían uso del servicio de excursiones que de acuerdo ítem 23. Si el hotel contará con el servicio de recorridos para conocer los principales atractivos turísticos de Zacatlán, Puebla ¿haría uso de este servicio?, cuyo porcentaje sumando los que contestaron “siempre” y “casi siempre” es del 67.35%.

#### 3.3.4 Análisis de la oferta

a) **Análisis de la oferta con fuentes primarias.** Se visitaron y consultaron por internet 17 hoteles y cabañas de la zona, se cotizaron los precios, se revisaron los servicios y condiciones de los hoteles.

**Tabla 9. Precios Hoteles Zacatlán**

Nombre	Tipo	Numero de cuartos	Capacidad de personas	Precios por habitación por noche			
				Habitación doble	Habitación Triple	Habitación cuádruple	Familiar
Cabañas Una Cosita De Zacatlán	Cabañas & Hotel	20	84	583		795	795
La Tierra Grande	Cabañas	*		1,365	1,464		1,950
Cabañas el refugio	Cabañas	6	25	1,500	2,000	2,500	3,000
Il Sogno Hotel	3 estrellas	26	100	593			
Hotel Villa las Flores	2 estrellas	*		474	546	621	
Cabañas Sierra verde	Cabañas	*		1,951	2,673	3,395	5,395
Xicxanac	Cabañas/eco hotel	25	100	900	1,100	1,200	1,500
Los Jilgueros	Chalet	11		1,782	4,454	4,454	4,454
Posada Don Ramon	2 estrellas	31	54	600	800		
Cabañas el Mirador	cabañas	15	54	900	1,300	1,700	1,700
hotel colonial	2 estrellas	23	65	400			
Posada la Escondida	3 estrellas	7	32	600	800		
California Cabins	Cabañas	8	40			1,400	1,700
Cabañas La Cascada	Cabañas	9	52	800	1,200	1,200	1,600
Cabañas el muñeco	Cabañas	*		650	800	800	1,200
Cabañas rancho los Morales	Cabañas	4	16	800	950		
Colonial Hotel	Hotel 2 estrellas	23	65	400			

\* No se obtuvo información de la capacidad

**Fuente: Elaboración Propia**

Como se puede visualizar en la tabla 9 el rango de precios de los establecimientos de hospedaje en la Zacatlán de los hoteles revisados oscila de 400 pesos a 5,395 pesos, y considerando solo habitación doble va de los 400 pesos a los 1,951 pesos.

**Tabla 10. Servicios otorgados por Hoteles en Zacatlán, Puebla**

Nombre	Principales Servicios												
	Restaurante	Servicio Maletero	Estacionamiento	Salon multiusos	Servicio a la Habitación	Red inalábrica	Bar	Rampas / Sillas Ruedas	Acepta mascotas	Sala masajes /temazcalli	Sala /zona de juegos	excursio-nes	TV cable
Cabañas Una Cosita De Zacatlán	Cortes finos	x	con costo	x	x	x	x	x					
La Tierra Grande	x		x			x					x	x	
Cabañas el refugio	Incluye desayuno		x			x			con costo	x	x		
Il Sogno Hotel			x			x	x	x					x
Hotel Villa las Flores	x		x		x	x							x
Cabañas Sierra verde						x							
Xicxanac	Regional /organico					x	x			x			
Los Jilgueros	cafeteria				x				con costo	x	x		
Posada Don Ramon	x		x	x	x					x			x
Cabañas el Mirador	x		x	x									
Hotel colonial			x		x								x
Posada la Escondida						x					x	x	x
California Cabins		x	x	x	x						x	x	
Cabañas La Cascada			x								x		
Cabañas el muñeco			x						x	x	x	x	
Cabañas rancho los Morales		x	x						x		x		x
Colonial Hotel			x										x

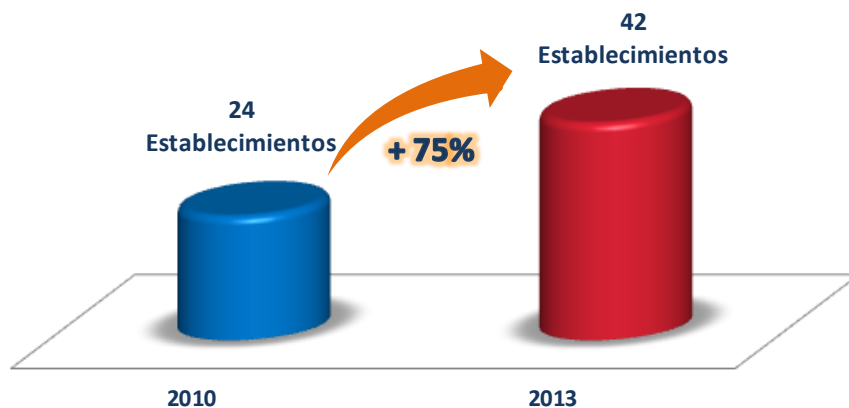
**Fuente: Elaboración Propia**

De los hoteles visitados solo 4 de ellos ofrecen servicios de excursiones, solo 2 tienen rampas de acceso para personas en sillas de ruedas o bastón, la mitad de ellos cuenta con estacionamiento, cabe señalar, que encontramos que también

ofertan otros servicios como son: discoteca, servicio médico, lavandería, alberca, tienda de artesanías, paquetes “lunamieleros” (románticos), aunque estos servicios solo los ofrecían 1 o 2 hoteles. Solo 1 hotel se cataloga como ecológico, aunque lo que pudimos observar es que las cabañas se encuentran en zonas rodeadas de naturaleza, y algunas de ellas si tenían anuncios sobre el cuidado del medio ambiente.

- b) **Análisis de la oferta con fuentes secundarias.** De igual forma que la demanda, se consultaron registros del INEGI, la Secretaria de Turismo y del Gobierno de Zacatlán, resaltando lo siguiente:

**Gráfica 9. Establecimientos de Hospedaje en Zacatlán, Puebla**



**Fuente: Elaboración propia en base a informe 2013 Gobierno Municipal del Zacatlán, Puebla y Censo 2010 de INEGI**

Benito Vázquez Orta quien fungiera como presidente municipal de Zacatlán, Puebla, en 2013, reveló que entre hoteles y cabañas, Zacatlán cuenta con 43 espacios para turistas que se quieran hospedar en el lugar. En las cabañas pueden pernoctar hasta 12 personas y cuentan con todos los servicios básicos.

Por lo que ahora podrían hospedar a 2,500 personas. Se tienen proyectos en puerta con iniciativa privada local para aumentar esta oferta hotelera, incluso 50 % más de la actual aunque descartó que por el momento hoteles “Gran Turismo” o de 5 estrellas puedan instalarse en la ciudad, pues las grandes cadenas se han enfocado en la capital del estado y no ha tenido mucho acercamiento con los municipios. (Gobierno del Municipio de Zacatlán, 2013)

### **3.3.5 Proyección de los precios**

La determinación de los precios de habitación, comidas y excursiones es un factor importante pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto.

a) La determinación de precios por servicio de hospedaje.

Se consideró en base a los actuales que tiene el mercado que observamos en la tabla 8 Análisis de la oferta y refiriendo al ítem 16 Cuando viaja por esparcimiento o diversión, regularmente ¿cuánto asigna al hospedaje por noche?, en donde el resultado fue que 41.9% asigna de 500 a 1,000 y el 22.4% asigna de 1,001 a 1,500, el precio fijado será de 1,200 pesos por habitación doble que estará un 20% arriba del límite superior del primer rango, pero estará dentro del segundo con mayor porcentaje y dentro del rango de los precios actuales que tiene la competencia por este tipo de habitaciones.

b) Determinación del precio de los alimentos.

Debido a que el servicio ofrecido de alimentos consistirá en platillos sencillos típicos de la región, y los precios que se manejan en lugares

cercanos son entre 50 – 80 por comida, se estableció que para el desayuno será de 50 pesos, para la comida de 80 pesos y la cena 50 pesos, lo que da un total por día de 180 pesos.

c) Determinación del precio de las excursiones

Para determinar el precio de las excursiones se solicitó la información directamente a los hoteles que de acuerdo al análisis de la oferta ofrecen dicho servicio, el rango de precios es de 50 a 100 pesos, los prestadores que ofrecen el servicio por 50 pesos no incluyen el traslado, por lo que se optó por el precio de 100 pesos con transporte incluido.

### **3.3.6 Estudio de la comercialización del producto.**

En este apartado se desarrollará la estrategia de comercialización, es decir la manera en que se va a dar a conocer el hotel a través de publicidad en los medios de comunicación y en la región.

Conforme al ítem 26 ¿Cómo preferiría enterarse de promociones, paquetes y publicidad del Hotel ecológico? , el 88.18% prefiere enterarse vía internet, ya sea mediante redes sociales, páginas de internet y correo, por lo que se hará lo siguiente:

- Contratación de sitio en internet para página web del hotel
- Se abrirán cuentas en Facebook y twitter con la información del hotel.
- Tramitar ante la Secretaria de Turismo del Municipio para que se incluya al hotel en la página oficial en el apartado de hospedaje.

- Se harán contratos con páginas de hospedaje

Además se elaborarán volantes con la información y promociones del hotel que se repartirán a los turistas en los principales atractivos y entrada a Zacatlán, a continuación se muestran ejemplos de la publicidad que se manejará:

**Ilustración 25. Publicidad Eco Hotel Yamancac para página web**

**Eco Hotel Yamancac**  
AMABLE CONTIGO AMABLE CON LA NATURALEZA

Nuestro Hotel se encuentra ubicado en el hermoso pueblo mágico de Zacatlán de las Manzanas. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin **MAGIA** que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

ZACATLÁN DE LAS MANZANAS  
PUEBLO MÁGICO

**Fuente: Elaborado por L.D.G Ana Sánchez Cruz**

La publicidad de la ilustración 17, puede ser utilizada para la página web del hotel, o como parte de folletos.

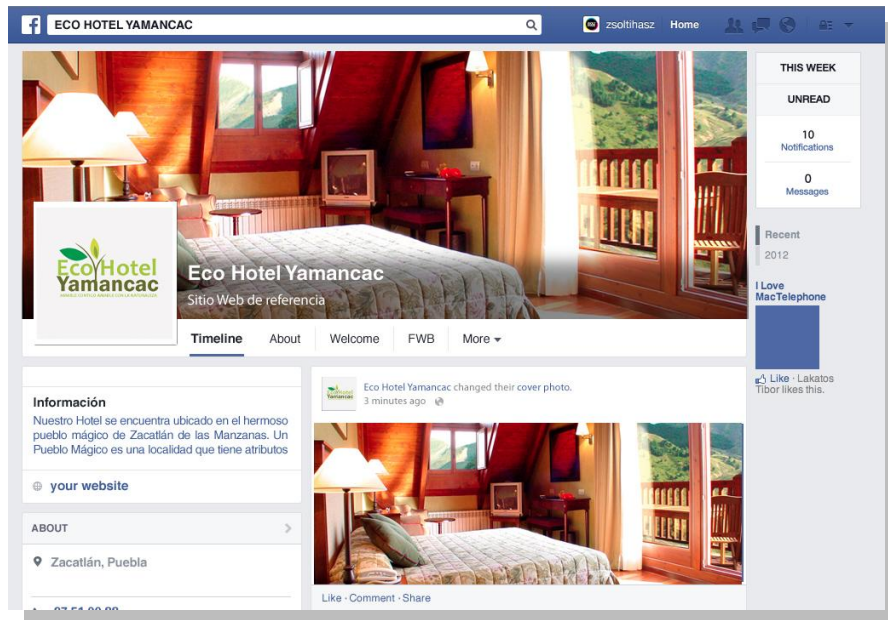
**Ilustración 26. Publicidad Eco Hotel Yamancac para folletos**



**Fuente: Elaborado por L.D.G Ana Sánchez Cruz**

En la ilustración 18 mostramos ejemplos de los folletos que se entregarán impresos en los lugares más recurridos en Zacatlán así como se enviarán vía electrónica.

## Ilustración 27. Página Facebook Eco Hotel Yamancac



**Fuente: Elaborado por L.D.G. Ana Sánchez Cruz**

Así se publicará vía Facebook el hotel, cambiando la imagen de perfil constantemente, con imágenes del hotel o de los atractivos de Zacatlán.

También se realizarán convenios:

- Con los hoteles de la regiones aledañas como Chignahuapan, que como se mencionó en ciertas fechas la capacidad no es suficiente y lo turistas se tienen que hospedar en lugares cercanos, por lo que se les dará una comisión del 5% del costo de la habitación si el turista se hospeda con nosotros.
- Con taxistas, por cada visitante y grupo de visitantes que lleguen al hotel y se hospeden debido a que el taxista se los recomendó, se le dará una bonificación del 5% del costo de la habitación.

En relación al ítem 18. Al momento de elegir el lugar de hospedaje ¿Qué considera de mayor importancia? Elija 3 opciones, en la parte inferior aparecerán las respuestas elegidas, ordenar de mayor a menor de acuerdo a su importancia, en donde la limpieza fue el factor más importante al momento de escoger hotel, se cuidará contar con altos estándares para lograr la recomendación de “boca en boca”, además como se planteó en los objetivos en el año 2 se obtendrá la certificación de distintivo “H”, el cual una vez obtenida se difundirá por los medios antes mencionados.

### **3.3.7 Conclusiones Estudio de Mercado**

En este estudio se pueden observar los siguientes puntos importantes que sustentan el éxito del proyecto hablando en términos de mercado:

- El punto con que consideramos que tiene mayor importancia es el crecimiento de la demanda a partir que Zacatlán fuera nombrado Pueblo Mágico en un 134% y aunque la oferta también ha tenido un incremento importante del 75%, la proporción en que ha crecido la demanda es mucho mayor, lo que nos indica que hay una demanda insatisfecha de la cual podemos captar una parte que nos permita un porcentaje de ocupación importante.
- Que el hecho de que Zacatlán es un “Pueblo Mágico” se vuelve un destino más atractivo y que aunque el lugar para vacacionar preferido por los turistas aun es la playa, es seguido por los “Pueblos Mágicos”, lo cual influye positivamente al momento de elegir a donde vacacionar, además que solo un mínimo porcentaje (4%) de los encuestados nunca han viajado a este tipo de comunidades.

- La mayoría prefiere hospedarse en hoteles (77.89%) en lugar de cabañas o algún otro formato.
- Aunque solo el 10% de los encuestados opto por hospedarse en hoteles ecológico o de reserva, y el 36% prefirió el de centro de ciudad, consideramos que si difundimos los beneficios de un hotel de nuestro tipo aunado de cuidar nuestros estándares de calidad, comodidad y hospitalidad para que el huésped perciba que está recibiendo un mejor servicio que los convencionales, estamos seguros que lograremos incrementar ese porcentaje de preferencia hacia los hoteles ecológicos.
- El hotel estará en una excelente ubicación en la entrada de Zacatlán a tan solo 5 minutos en automóvil del centro de la Ciudad y caminando a unos 15 minutos, resaltando que la localización ocupo el 3er. Lugar en lo que los encuestados consideraban más importante al elegir un hotel.
- En lo que a precio se refiere, con la cuota de 1,200 por habitación doble (3-5 personas) aunque estamos un 20% arriba de lo elegido mayormente por los encuestados (42%, 500 pesos 1,000 pesos), estamos dentro del segundo rango elegido (22%, 1001 pesos – 1,500 pesos) además que con ese precio estamos competitivos con lo que ofertado por la competencia.
- El hecho de contar con servicio de alimentos regionales elaborados por personas originarias de la comunidad, le da un plus al proyecto ya que por una parte estamos captando 71% que eligió que era relevante tener restaurante, y por otro lado estamos promoviendo la gastronomía de la región.

- Las excursiones es un servicio extra que se prestará, lo que ayudará a ser al hotel más atractivo, ya que muy pocos hoteles en Zacatlán cuentan con dicho servicio y el hecho de que el servicio se otorgado por personas originarias de Zacatlán con la debida certificación de la Secretaria de turismo creemos que será más atrayente para los turistas ya que tendrán un servicio de calidad en donde los guías les transmitan el amor por su Tierra.

### **3.4 Estudio Técnico**

El análisis técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación, de este análisis se obtendrá las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto (Sapag Chain R y Sapag Chain, 2008).

#### **3.4.1 Análisis geográfico**

El proyecto de inversión se llevará a cabo en el municipio de Zacatlán, Puebla, el cual se encuentra ubicado al norte del Estado, ocupa el séptimo lugar debido a su extensión territorial. Según INEGI (2000) el municipio de Zacatlán representa el 1.28 % de la superficie del Estado.

**Ilustración 28. Ubicación Geográfica Zacatlán, Puebla**



**Fuente: SECTUR (2014)**

Colinda al norte con los municipios de Ahuazotepec, Huauchinango, Chiconcuautla y Ahuacatlán; al este con Ahuacatlán, Tepetzintla y Tetéla de Ocampo; al sur con Tetéla de Ocampo, Aquixtla y Chignahuapan, y al oeste con Chignahuapan y el estado de Hidalgo.

**Ilustración 29. Ubicación Zacatlán, Puebla**

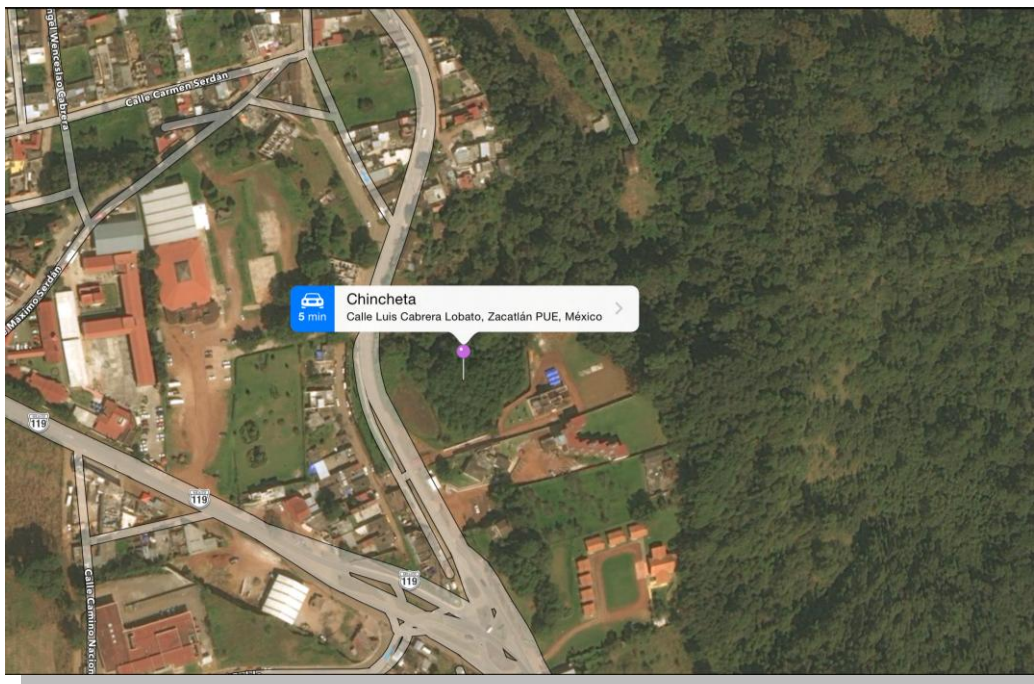


**Fuente: SECTUR (2014)**

En la ilustración 16 podemos ver como Zacatlán, Puebla se encuentra a pocas horas de grandes urbes: la Ciudad de México, la Ciudad de Puebla y Pachuca, además los municipios vecinos igualmente están en etapas de desarrollo y crecimiento, resaltando Chignahuapan que tiene el nombramiento de Pueblo Mágico, por el cual la afluencia de visitantes ha incrementado, siendo una ventaja debido a que por la cercanía, en caso de no encontrar alojamiento los turistas nos podrían considerar como opción para pernoctar.

El hotel se ubicará en el terreno ubicado en Calle Luis Cabrera Lobato sin número, Zacatlán, Puebla.

**Ilustración 30. Ubicación de terreno**



**Fuente: Vista a través de página internet de Google Maps (2014)**

En esta panorámica se observa que el terreno se encuentra en una zona arbolada, y aunque por la toma no se aprecia, se encuentra en un nivel alto por lo que desde el terreno se puede apreciar la barranca, lo permite una vista hermosa de la naturaleza.

### **3.4.2 Determinación de la capacidad instalada.**

La capacidad instalada se determinó de acuerdo a las medidas del terreno que son al norte 65 metros, al sur 42.75 metros, al oriente 29.10 al poniente 28.65 metros, que de acuerdo a la escritura el área total es de 1,555.80 metros cuadrados, en base a estas medidas y con ayuda de un arquitecto se estipulo que ocupando 600 metros cuadrados, el hotel puede contar con las siguientes características:

- a) 12 habitaciones dobles con capacidad hasta para 5 personas con tendrán 2 camas matrimoniales y un sofá cama, decoradas con muebles de madera reciclada además se incorporarán detalles regionales como tapetes, lámparas, canastos, sarapes hechos en telares y en las paredes cuadros con fotografías de los atractivos turísticos y culturales que muestren la cotidianidad de la gente.
- b) Estacionamiento para 12 huéspedes y 5 para colaboradores
- c) Salón de usos múltiples, el cual fungirá como área de restaurante en los horarios de 7 am a 10 a.m., de 2 p.m. a 4 p.m. y 7 p.m. a 9 p.m. los días de mayor ocupación, se instalará una cocina en un costado para poder brindar el servicio y en los horarios libres se podrá usar como salón de reuniones, conferencias o acondicionar como salón recreativo con juegos de mesa.

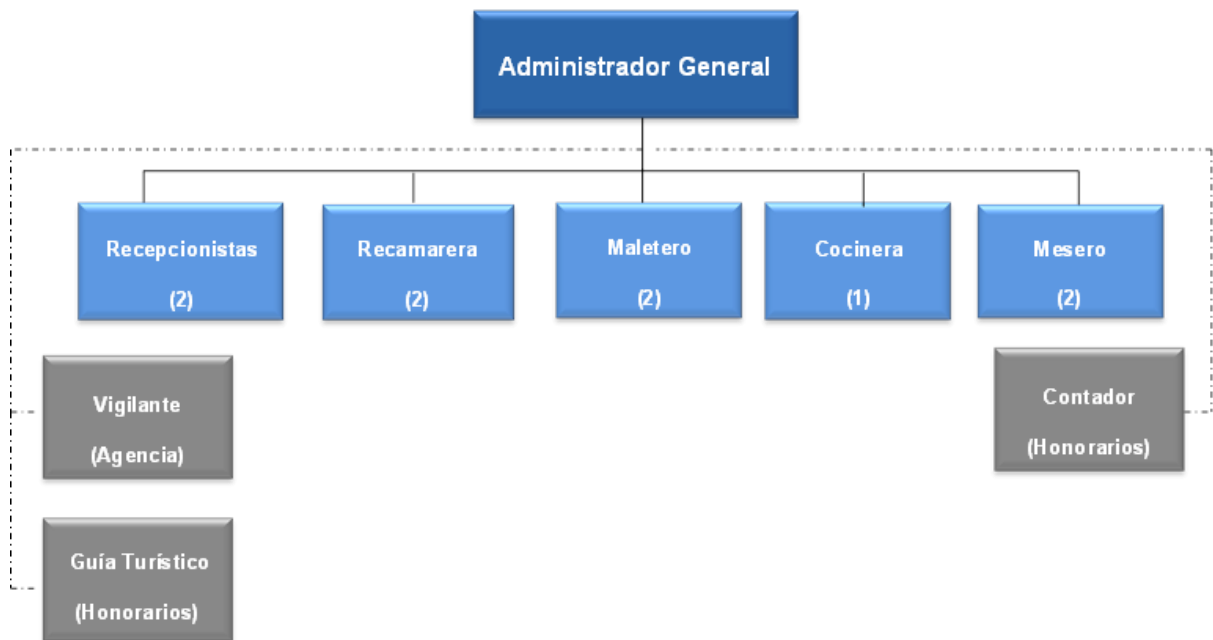
- d) Áreas verdes: se considerará una zona en donde los visitantes puedan apreciar la flora de la región como manzanos y pinos.
- e) La zona de recepción con una sala de espera.
- f) Área de oficinas con 2 privados y espacios para 6 cubículos.
- g) Área de baños, regaderas y vestidores para los colaboradores.
- h) Rampas de acceso para personas en sillas de ruedas, tercera edad, etc.
- i) Sistema de recolección de aguas pluviales, para uso de sanitarios y riego.
- j) Instalaciones hidráulicas, retretes, regaderas y grifos con sistemas ahorradores de agua.
- k) Calentadores solares combinados con calentadores de paso para uso de regaderas y grifos, debido a que hay temporadas en el año que la neblina es muy densa.
- l) Sistema de iluminación Led.
- m) Sistema de sensores de iluminación y control maestro con tarjetas de la iluminación de cada habitación.
- n) El mobiliario de oficinas, recepción y restaurante de madera reciclada de tarimas industriales.

- o) En todo el hotel, es decir habitaciones, zonas comunes, oficinas y áreas verdes, estará prohibido fumar, por lo que será un ambiente 100% libre de humo de cigarro.
- p) Almacén de blancos y suministros.

### 3.4.3 Estructura organizacional

A continuación se plantea la estructura organizacional con la se iniciaran operaciones:

**Figura 2. Organigrama**



**Fuente: Elaboración propia**

Cabe resaltar que varios puestos debido al giro, se contrataran como semana reducida. De forma general se definen las funciones de cada puesto:

a) Administrador General:

Objetivo: Mantener la buena imagen del hotel y participación de mercado, con el objetivo de incrementar la ocupación y la tarifa promedio, mediante constante publicidad, presencia del hotel y promoción así como el buen manejo de los empleados.

Funciones o actividades:

- Realizar Auditoria Nocturna.
- Verificar ocupación y fechas cerradas.
- Eventos del día (instructivo y procedimientos)
- Seguimientos a eventos.
- Invitación a instalaciones de clientes potenciales.
- Revisión de Gastos.
- Reposición papelería.
- Reunión con agencia de Publicidad.
- Coordinar los eventos con cocina.
- Seguimiento saldos de cuentas por cobrar.

- Elaboración de presupuestos de Hotel y de Restaurante.
- Junta mensual con el personal.
- Asistir a juntas o asambleas con los socios o inversionistas.
- Asistir a eventos locales (Juntas de hoteleros, restauranteros, ejecutivos de ventas, SECTUR)
- Revisar plan de Gastos mensual y Anual con socios o inversionistas.
- Actualizar Tarifas.
- Hacer sondeos de tarifas en otros hoteles.
- Revisión de Formatos de papelería para su posible actualización.
- Revisión de Salarios del personal.
- Programar y realizar eventos especiales.
- Revisión de tarifas a grupos.
- Revisión de contratos de publicidad.
- Presentar estadísticas a los socios o inversionistas.
- Presentar propuestas o mejoras a los socios o inversionistas.

- Llevar control de pagos y su realización.
- Autorizar /Realizar Compras de insumos y materia prima para el funcionamiento del hotel y del restaurante.

b) Recepcionista

Objetivo: ofrecer al huésped desde su llegada todos los servicios con los que cuenta el hotel, así como satisfacer todo tipo de necesidades de hospedaje del cliente, siendo amable y cortés para hacer que se sienta confortable.

Funciones o Actividades:

- Verifica solicitudes especiales de huéspedes.
- Recibir turno por medio de bitácora
- Al recibir el turno checar los depósitos y saldos de los huéspedes
- Recibe y cuenta el efectivo de caja chica.
- Verifica que estén las tarjetas en el palomar de las habitaciones libres.
- Confronta la correspondencia, recados, correos electrónicos contra las reservaciones del día.
- Reporte los no shows del día anterior y aplicar los cargos si corresponden.

- Verificar que se cuente con equipo en buen estado y con la papelería suficiente para evitar contratiempos.
- Prepara los registros de entrada y salidas de los huéspedes
- Revisa reporte de saldos excedidos.
- Realiza el corte de caja.
- Entrega de turno y pendientes.
- Checa en la bitácora los pendientes del turno.
- Verifica y programa despertador conforme a solicitudes de los huéspedes.
- Checa tarjetas.
- Cerciorarse de la disponibilidad de habitaciones
- Checa recados telefónicos y correspondencia del día
- Hace el cargo de la renta de habitaciones y los centros de consumo.
- Hace reporte de saldos mayores conforme a las políticas de crédito.
- Conteo de ocupación.
- Portar siempre el uniforme y gafete proporcionado por la empresa.

c) Recamarera/camarista

Objetivo: Desempeñar cumplir con el estándar de calidad en la limpieza de habitaciones y áreas comunes del hotel en general.

Funciones o Actividades:

- Recoger sus tarjetas
- Hacer informe del estado de las habitaciones del Hotel.
- Suministrar su carro de servicio.
- Hacer limpieza de habitaciones y suministrar lo necesario.
- Limpieza de pasillos y áreas de servicio.
- Mantener limpia su ropería y aspiradora.
- Mantener limpios muebles, vidrios, plantas.
- Lavar paredes, baños, ropería, contenedores.
- Regar plantas y áreas verdes.
- No dejar habitaciones abiertas o sin asear.
- Resguarda las tarjetas a su cargo.

- Cuidar las pertenencias de los huéspedes.
- Bajar y cuidar los objetos de las habitaciones desocupadas.
- Cumplir con los estándares de calidad y de servicio, así como cumplir con el reglamento interior de trabajo establecido en la organización.
- Portar siempre el uniforme y gafete proporcionado por la empresa.

d) Maletero

Objetivo: Brindar al huésped la bienvenida y guiarlo en su arribo.

Funciones o Actividades

- Darle la bienvenida al huésped y ayudarlo con su equipaje
- Conducir al huésped a recepción para proceder con el registro de entrada
- Guiar al huésped a la habitación asignada.
- Indicarle al huésped los servicios de la habitación y recordarle los servicios con los que cuenta el hotel.
- Mantenimiento preventivo y simple cuando la operación lo permita.
- Portar siempre el uniforme y gafete proporcionado por la empresa.

e) Cocinera

Objetivo: Preparación de alimentos cuidando la calidad e higiene.

#### Funciones o Actividades

- Revisar con el administrador número de huéspedes para planear la producción de los alimentos de acuerdo al menú.
- Elaborar salsas.
- Elaborar bebidas.
- Elaborar desayunos según el menú establecido.
- Elaborar comida según el menú establecido.
- Elaborar cenas según menú establecido.
- Realizar inventarios de insumos.
- Realizar solicitudes de compra de acuerdo a los requerimientos del almacén.
- Llevar control de inventario de primeras entradas, primeras salidas (PEPS).
- Cumplir con la normativa del Distintivo H.
- Mantener limpia el área de cocina.
- Realizar limpieza general y limpieza profunda entresemana.

- Llevar bitácora de limpieza profunda de los equipos.

f) Mesero

Objetivo: Brindar servicio al comensal con una buena actitud llevando los alimentos a su mesa.

Funciones o Actividades

- Barrer y trapear el salón.
- Acomodar las mesas y sillas y mantenerlas limpias.
- Mantener limpia la estación de servicios.
- Suministrar la estación de Servicio.
- Tomar la Orden del comensal y pasarla a cocina.
- Servir las bebidas y Alimentos.
- Realizar el cobro de los consumos.
- Realizar el corte de la operación diaria con el Administrador.

g) Vigilante

Objetivo: Respaldar la seguridad del huésped así como de sus bienes dentro del Hotel y al propio hotel.

Funciones o Actividades

- Llevar bitácora de las unidades automovilísticas que lleguen al Hotel.
- Realizar rondines para vigilar las instalaciones.
- Realizar reportes de incidencias durante el turno.
- Reportar al Administrador

h) Contador Externo

Objetivo: Llevar el aspecto contable de la organización, para generar informes y reportes de la situación financiera de la empresa.

Funciones o Actividades:

- Realizar el pago de obligaciones de la empresa ante entidades gubernamentales y reportarle al administrador.
- Llevar el alta y bajas de los trabajadores ante el seguro social y reportarle al administrador.

- Realizar los estudios financieros de los ejercicios de la organización para presentarla al Administrador y este se la presente a los inversionistas y socios.

i) Guía turística

Objetivo: Brindar a los turistas un servicio de guía que les permita conocer los atractivos turísticos de la zona de manera segura y confiable mediante personal capacitado y profesional.

Funciones o Actividades:

- Dar a conocer a los huéspedes los recorridos turísticos dentro de la zona y los costos.
- Prestar el servicio de guía según lo prometido procurando dejar satisfecho a los visitantes.
- Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- Elaborar informe al finalizar el itinerario.
- Acompañar a los turistas en sus compras, paseos, visitas en la zona.
- Coordinar los servicios que se le prestan al turista durante sus recorridos.
- Asistir al turista en los primeros auxilios y coordinar su ingreso a centros hospitalarios (de ser necesario).

- Distribuir el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario
- Impartir talleres de ecología y cuidado del medio ambiente, y sobre la cultura y tradiciones de Zacatlán, Puebla.
- Organizar y acompañar a los turistas en las campañas de reforestación.

#### **3.4.4 Aspectos legales**

Hay que considerar que para el desarrollo del proyecto es necesario cumplir con lineamientos gubernamentales a nivel Municipal, Estatal y Federal, lo cuales son los siguientes:

- Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (Trámite Federal).
- Registro Estatal de Causantes (Trámite Estatal).
- Licencias de Uso de Suelo, Construcción y Edificación. Se realiza en el municipio que corresponda y tienen una vigencia de dos años. Esto significa que al cabo de ese tiempo, el negocio ya debe estar abierto.
- Licencia de Funcionamiento o Declaración de Apertura. (Trámite Municipal).
- Inscripción del Registro Empresarial en el IMSS: este trámite debe realizarse hasta cinco días luego de haber comenzado las actividades
- Trámite de apertura ante la Secretaría de Salud.
- Aprobación de la Secretaría de Medio Ambiente y de la Junta de Vecinos.

- Otros requisitos para abrir un hotel: conseguir licencia sanitaria para el funcionamiento del hotel y del área de alimentos y bebidas, el permiso de bomberos, solicitudes para la instalación eléctrica, de gas y la instalación de anuncios en la Secretaría de Industria y Comercio.

Los hoteles deben cumplir también con otros trámites que se pueden llevar a cabo luego de la apertura del local; si bien no son requisitos indispensables en el momento de abrir un hotel, son registros, licencias y permisos que deben obtenerse para que el hotel funcione completamente ajustado a las normativas vigentes:

- Alta en la Cámara Nacional de Comercio y en la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, por el área de alimentos y bebidas.
- Dar de alta a los trabajadores en el Instituto Mexicano de Seguridad Social.
- Firma y registro del Contrato Colectivo de Trabajo, en la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social.
- Registro del Reglamento Interno del Establecimiento.
- Aprobación de las tarifas del hotel en la Secretaría de Turismo.
- Aprobación de las tarifas del área de alimentos y bebidas.

El hotel se constituirá bajo el esquema de una sociedad anónima, a continuación se citan los principales artículos de la Ley General de Sociedades Mercantiles en cuanto este tipo de sociedades y sus acciones:

## CAPITULO V

### De la sociedad anónima

Artículo 87.- Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

Artículo 88.- La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A."

### SECCION PRIMERA

#### De la constitución de la sociedad

Artículo 89.- Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;

II.- Que el contrato social establezca el monto mínimo del capital social y que esté íntegramente suscrito;

III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y

IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

Artículo 90. La sociedad anónima puede constituirse por la comparecencia ante fedatario público, de las personas que otorguen la escritura o póliza

correspondiente, o por suscripción pública, en cuyo caso se estará a lo establecido en el artículo 11 de la Ley del Mercado de Valores.

## SECCION SEGUNDA

### De las acciones

Artículo 111.- Las acciones en que se divide el capital social de una sociedad anónima estarán representadas por títulos nominativos que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio, y se regirán por las disposiciones relativas a valores literales, en lo que sea compatible con su naturaleza y no sea modificado por la presente Ley.

Artículo 112.- Las acciones serán de igual valor y conferirán iguales derechos.

Sin embargo, en el contrato social podrá estipularse que el capital se divida en varias clases de acciones con derechos especiales para cada clase, observándose siempre lo que dispone el artículo 17.

Artículo 117.- La distribución de las utilidades y del capital social se hará en proporción al importe exhibido de las acciones.

Los suscriptores y adquirentes de acciones pagadoras serán responsables por el importe insoluto de la acción durante cinco años, contados desde la fecha del registro de traspaso; pero no podrá reclamarse el pago al enajenante sin que antes se haga exclusión en los bienes del adquirente.

## SECCION TERCERA

### De la administración de la sociedad

Artículo 142.- La administración de la sociedad anónima estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.

## SECCION CUARTA

### De la vigilancia de la sociedad

Artículo 164.- La vigilancia de la sociedad anónima estará a cargo de uno o varios Comisarios, temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad.

## SECCION QUINTA

### De la información financiera

Artículo 172.- Las sociedades anónimas, bajo la responsabilidad de sus administradores, presentarán a la Asamblea de Accionistas, anualmente, un informe que incluya por lo menos:

A) Un informe de los administradores sobre la marcha de la sociedad en el ejercicio, así como sobre las políticas seguidas por los administradores y, en su caso, sobre los principales proyectos existentes.

B) Un informe en que declaren y expliquen las principales políticas y criterios contables y de información seguidos en la preparación de la información financiera.

C) Un estado que muestre la situación financiera de la sociedad a la fecha de cierre del ejercicio.

D) Un estado que muestre, debidamente explicados y clasificados, los resultados de la sociedad durante el ejercicio.

E) Un estado que muestre los cambios en la situación financiera durante el ejercicio.

F) Un estado que muestre los cambios en las partidas que integran el patrimonio social, acaecidos durante el ejercicio.

G) Las notas que sean necesarias para completar o aclarar la información que suministren los estados anteriores.

A la información anterior se agregará el informe de los comisarios a que se refiere la fracción IV del artículo 166.

## SECCION SEXTA

De las asambleas de accionistas

Artículo 178.- La Asamblea General de Accionistas es el Organismo Supremo de la Sociedad; podrá acordar y ratificar todos los actos y operaciones de ésta y sus resoluciones serán cumplidas por la persona que ella misma designe, o a falta de designación, por el Administrador o por el Consejo de Administración.

En los estatutos se podrá prever que las resoluciones tomadas fuera de asamblea, por unanimidad de los accionistas que representen la totalidad de las acciones con derecho a voto o de la categoría especial de acciones de que se trate, en su caso, tendrán, para todos los efectos legales, la misma validez que si hubieren sido adoptadas reunidos en asamblea general o especial, respectivamente, siempre que se confirmen por escrito. En lo no previsto en los estatutos serán aplicables en lo conducente, las disposiciones de esta ley.

Artículo 179.- Las Asambleas Generales de Accionistas son ordinarias y extraordinarias. Unas y otras se reunirán en el domicilio social, y sin este requisito serán nulas, salvo caso fortuito o de fuerza mayor.

#### **3.4.5 Conclusiones estudio técnico**

En este estudio se describió tanto la estructura física del hotel, como organizacional así como los aspectos legales más importantes, de acuerdo a la consulta de las leyes, visitas a las dependencias públicas del Municipio y visita física al terreno por el arquitecto no hay ningún impedimento en cuanto construcción del hotel, constitución de la sociedad y contratación del personal para poner en marcha la empresa.

#### **3.5 Estudio económico**

El objetivo de éste estudio, es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación financiera.

### 3.5.1 Determinación de los ingresos

A partir de lo revisado en el estudio de mercado en cuanto porcentaje de ocupación y determinación de los precios, los ingresos serían los siguientes:

**Tabla 11. Ingresos**

Año	Personas por año	% ocupación	Hospedaje		Restaurante			Excursiones		
			Precio promedio	Ingreso anuales	% de uso del servicio	Consumo promedio	Ingresos anuales	% de uso del servicio	Precio Promedio	Ingresos anuales
1	4,880	28%	1,200	1,464,000	71%	180	623,700	67%	100	328,700
2	5,000	29%	1,200	1,500,000	71%	180	639,000	67%	100	336,800
3	5,588	32%	1,200	1,676,400	71%	180	714,060	67%	100	376,400
4	6,096	35%	1,200	1,828,800	71%	180	779,040	67%	100	410,600
5	6,096	35%	1,200	1,828,800	71%	180	779,040	67%	100	410,600
6	6,096	35%	1,200	1,828,800	71%	180	779,040	67%	100	410,600
				10,126,800			4,313,880			2,273,700

En la tabla 11 proyectamos los ingresos de los primeros 6 años tanto del hospedaje, del restaurante como los de las excursiones.

### 3.5.2 Determinación de la inversión inicial en activos tangibles

El terreno es parte de la aportación inicial de los socios fundadores:

**Tabla 12. Terreno**

Aportación Terreno	
Costo Terreno 2005	114,776
Indice de Actualización	1.4762
Costo Terreno Actualizado	169,432

Fuente: Elaboración propia

El terreno fue adquirido en enero 2005 por lo que se actualizó de acuerdo a la tabla de índices de precios al consumidor publicado por Banco de México, dividiendo el índice de octubre 2014 entre el índice de enero 2005 obteniendo el factor de 1.4762. No se tomó el valor del mercado el cual es de 900 mil pesos para no causar una carga fiscal al socio que lo va a aportar.

De acuerdo a las características señaladas en el estudio técnico, el costo de la edificación es la siguiente:

**Tabla 13. Cotización Edificación**

Inversión en Planta	
Estructura y obra negra	1,737,746
Primeros acabados	875,090
Acabados finales	846,594
Instalaciones Hidraulicas y sanitarias	694,270
Instalaciones eléctricas y telefonicas	445,576
Instalaciones mecanicas	579,767
Estudios y proyecto	25,398
Pago de licencias y derechos	21,165
<b>Total Edificios</b>	<b>5,225,606</b>

**Fuente: Elaborado por Arq. Joel Duarte Gutiérrez**

La cotización mostrada en la tabla 13 se realizó por un arquitecto que visitó el terreno, analizó las condiciones de urbanización, los servicios con los que cuenta, la ubicación, aspectos ambientales y climáticos, en base a esto nos dio dicha cotización de acuerdo a los costos promedios que él utiliza en su constructora con la salvedad que este estimado puede variar dependiendo de los estudios técnicos que se realicen, los cuales no se llevaron a cabo debido al tiempo y costo que equivalía a aproximadamente a 35 mil pesos.

La inversión por los estudios técnicos, diseño y presentación del proyecto el arquitecto lo valorizo por un 3% sobre el valor de la edificación, y de acuerdo a su experiencia el costo por pago de licencias y derechos varía de acuerdo al municipio en que se desarrolle nos dio un estimado de un 2.5%.

Se realizaron cotizaciones del mobiliario y equipo, y otros insumos para oficinas, recepción, habitaciones, restaurantes y zonas comunes, que como inversión inicial tendrían un costo de:

**Tabla 14. Inversión Mobiliario y Equipo**

Concepto	Mobiliario y equipo
Habitaciones	189,132.00
Restaurante	174,970.00
Oficinas	79,773.00
Recepción	6,105.00
Total inversión	449,980.00

**Fuente: Elaborado propia en base a cotizaciones realizadas**

El mobiliario y equipo como son sillas, mesas, alacenas, escritorios, lámparas y algunos artículos que por cuestiones de costo se consideraron como inventarios como los servilleteros, cristalería, que se cotizaron son de materiales reciclados (tarimas, botellas de vidrio, empaques de discos compactos), además la mayoría de proveedores que se consideraron son locales por cuestiones de logística y sustentabilidad, el detalle de las cotizaciones se muestra en el anexo 2.

### 3.5.3 Costos directos y gastos indirectos

De acuerdo a lo descrito en el estudio técnico en la parte organizacional, la plantilla de personal tendría los siguientes costos:

**Tabla 15. Sueldos y prestaciones anuales**

Numero de puestos	Puesto	Sueldo
1	Administrador	108,000
1	Recepcionista	60,000
1	Recepcionista	60,000
1	Maletero	36,821
1	Maletero semana reducida	21,600
1	Mesero semana reducida	21,600
1	Mesero semana reducida	21,600
1	Recamarera tiempo completo	36,821
1	Recamarera Semana reducida	21,600
1	Cocinera semana reducida	25,920
10	Total Nomina	413,962
	10% de prestaciones	41,396
	Total Nomina	455,358

**Fuente: Elaboración propia**

Debido al giro del negocio y tomando en cuenta que los días de mayor afluencia de visitantes son de viernes a domingo se decidió optar por contratar a algunos de los colaboradores por semana reducida lo cual está contemplado por las leyes mexicanas, se está considerando un 10% de prestaciones que incluyen las aportaciones y pagos al (Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT), al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), pago de aguinaldo, prima vacacional, días de descanso obligatorio, y debido a que los

colaboradores deben trabajar los domingos, se incluye también la prima dominical. Con base a la tabla 16 y cotizaciones realizadas, los costos directos serán:

**Tabla 16. Costos Directos**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<b>% Ocupación</b>	28%	29%	32%	35%	35%	35%
<b>Concepto</b>						
Nomina hospedaje	68,223	68,223	68,223	68,223	68,223	68,223
Costo amenidades	24,400	25,000	27,940	30,480	30,480	30,480
Total costo habitaciones	92,623	93,223	96,163	98,703	98,703	98,703
Nomina Alimentos	88,704	88,704	88,704	88,704	88,704	88,704
Insumos	311,850	319,500	357,030	389,520	389,520	389,520
Total costo alimentos	400,554	408,204	445,734	478,224	478,224	478,224
Honorarios guía turístico	262,960	269,440	301,120	328,480	328,480	328,480
Total costos directos	756,137	770,867	843,017	905,407	905,407	905,407

**Fuente: Elaboración propia**

Los costos variables directos (amenidades, insumos y honorarios) se calcularon tomando en cuenta el porcentaje de ocupación. Los honorarios del guía turístico serán del 80% con respecto a los ingresos por esta actividad, debido a que él será quien absorba los gastos de traslado de los turistas y otros que deriven de dicha actividad, además será quien dé los talleres y campañas de reforestación, la organización lo apoyará con cursos de capacitación.

**Tabla 17. Depreciaciones**

Descripción	MOI	% Depreciación						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
Equipo de computo	33,328	30%	9,999	9,999	9,999	3,333		
Mobiliario y Equipo de oficina	40,704	10%	4,070	4,070	4,070	4,070	4,070	4,070
Mobiliario y Equipo Restaurante	150,836	10%	15,084	15,084	15,084	15,084	15,084	15,084
Mobiliario y equipo de Habitaciones	206,148	10%	20,615	20,615	20,615	20,615	20,615	20,615
Edificios	5,225,606	5%	261,280	261,280	261,280	261,280	261,280	261,280
Total depreciaciones	5,656,623		311,048	311,048	311,048	304,382	301,049	301,049

**Fuente: Elaboración propia**

Para el cálculo de las depreciaciones consideramos los porcentajes del sector que son similares a las leyes fiscales en México.

Los gastos indirectos anuales que se calcularon son los siguientes:

**Tabla 18. Gastos Indirectos**

Tipo de Gasto	CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 5
Gastos de Administración	Gastos de mantenimiento	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Gastos de Administración	Articulos limpieza	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Gastos de Administración	Cable	22,620	22,620	22,620	22,620	22,620	22,620
Gastos de Administración	Telefono e internet	8,100	8,100	8,100	8,100	8,100	8,100
Gastos de Administración	Electricidad	15,444	15,824	17,685	19,292	19,292	19,767
Gastos de Administración	Gas	26,880	27,541	30,780	33,578	33,578	34,404
Gastos de Administración	Honorarios Contador	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
Gastos de Administración	Agua	20,100	20,594	23,016	25,109	25,109	25,726
Gastos de Administración	Certificaciones		25,000	25,000			
Gastos de Administración	Papelera y utiles	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600	3,600
Gastos de Administración	Vigilante (Agencia)	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000
Gastos de Administración	Capacitación	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Gastos de Administración	Arboles	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
Gastos de Administración	PTU	24,164	24,758	27,669	30,184	30,184	0
Gastos de Administración	Depreciaciones	311,048	311,048	311,048	304,382	301,049	301,049
Gastos de Venta	Publicidad	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
Gastos de Venta	Pagina WEB	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
Total gastos indirectos		553,156	580,285	590,717	568,065	564,733	536,466

**Fuente: Elaboración propia**

Los gastos mostrados en el tabla 18 se determinaron en algunos casos, como son los consumibles y certificaciones, mediante cotizaciones, para los energéticos y gastos de comunicación nos basamos en el gasto promedio que un hotel de similar tamaño y con ubicación en el primer cuadro de la Ciudad de Zacatlán, Puebla nos compartió, por cuestiones de confidencialidad le llamaremos “Hotel Amigo”; y la PTU (participación de los trabajadores en las utilidades) se calculó sobre 1% sobre los ingresos totales, de las depreciaciones el detalle se mostró en la tabla 17.

### 3.5.4 Determinación de Costo Integral de Financiamiento

Se solicitara un préstamo bancario con una tasa de interés del 15%, la cual es el promedio que las instituciones bancarias que cobran en México.

**Tabla 19. Condiciones del Crédito**

Condiciones del crédito	
Monto del crédito	2,000,000
Tasa de interes	15.000%
Tasa Diaria	0.042%
Plazo en meses	60
Periodo de gracia	12
Total amortizaciones	48

**Fuente: Elaboración propia con base a las condiciones publicadas por instituciones bancarias (sitios web de Banamex, Bancomer y HSBC, 2014)**

El pago de amortizaciones será en base al esquema de saldos insolutos.

**Tabla 20. Condiciones del Crédito**

TABLA DE AMORTIZACION DE CREDITO			
Año	Interes	Amortización	Saldo
1	278,333	-	2,000,000
2	275,069	458,333	1,541,667
3	199,566	500,000	1,041,667
4	123,524	500,000	541,667
5	47,483	500,000	41,667
6	538	41,667	-
Total	646,181	2,000,000	-

**Fuente: Elaboración propia**

En el primer mes del sexto año se terminará de pagar la deuda al banco.

### 3.5.5 Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables, siendo técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos (Baca, 2010).

La utilidad general que se le da es que es posible calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto (Ídem)

**Tabla 21. Punto de equilibrio**

Determinación Margen Contribución Variable con una ocupación del 28%						Punto de equilibrio		
Servicio	Unidades	Precio Unitario	Costo variable unitario	Margen contribución	Margen contribución Total	Factor ponderación	Unidades	Margen de contribucion Total
Hospedaje	1,220	1,200	20	1,180	1,439,600	0.3775	461	543,393
Restaurante	3,465	180	90	90	311,850	0.3775	1,308	117,711
Excursiones	3,287	100	80	20	65,740	0.3775	1,241	24,814
					1,817,190			685,919

Costos fijos	Importe
Directos	156,927
Indirectos	528,992
Totales	685,919

Determinacion de factor de ponderación	
$PE_{us} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de contribución variable}}$	$PE_{us} = \frac{685,919}{1,817,190}$
	$PE_{us} = 0.3775$
**PEus= Punto de equilibrio en unidades	

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos y costos variables y fijo que se tomaron en cuenta para el cálculo fueron los resultantes de aplicar una ocupación del 28%, en el caso de las unidades de hospedaje son habitaciones ocupadas y para restaurante y excursiones son número de personas, al componerse los ingresos de diferentes servicios es necesario determinar un factor de ponderación el cual es el resultado de dividir los costos fijos entre el total del margen de contribución variable, y este factor se multiplica por la unidades, en este caso, resultantes de la ocupación del 28% y es como se obtiene las unidades por cada uno de los diferentes servicios para estar en punto de equilibrio.

### 3.5.6 Estado de resultados proyectado

La finalidad del análisis del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.

**Tabla 22. Estado de resultados proyectado**

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		Año 6	
	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%	Importe	%
Ingresos Hospedaje	1,464,000		1,500,000		1,676,400		1,828,800		1,828,800		1,828,800	
Ingresos Alimentos y bebidas	623,700		639,000		714,060		779,040		779,040		779,040	
Ingresos excursiones	328,700		336,800		376,400		410,600		410,600		410,600	
<b>Ingresos</b>	<b>2,416,400</b>	<b>100%</b>	<b>2,475,800</b>	<b>100%</b>	<b>2,766,860</b>	<b>100%</b>	<b>3,018,440</b>	<b>100%</b>	<b>3,018,440</b>	<b>100%</b>	<b>3,018,440</b>	<b>100%</b>
Costos Directos Hospedaje	92,623.20	4%	93,223.20	4%	96,163.20	3%	98,703.20	3%	98,703.20	3%	98,703.20	3%
Costos Directos Alimentos y Bebidas	400,554.00	17%	408,204.00	16%	445,734.00	16%	478,224.00	16%	478,224.00	16%	478,224.00	16%
Costos Directos Excursiones	262,960.00	11%	269,440.00	11%	301,120.00	11%	328,480.00	11%	328,480.00	11%	328,480.00	11%
<b>Costos Directos</b>	<b>756,137.20</b>	<b>31%</b>	<b>770,867.20</b>	<b>31%</b>	<b>843,017.20</b>	<b>30%</b>	<b>905,407.20</b>	<b>30%</b>	<b>905,407.20</b>	<b>30%</b>	<b>905,407.20</b>	<b>30%</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,660,262.80</b>	<b>69%</b>	<b>1,704,932.80</b>	<b>69%</b>	<b>1,923,842.80</b>	<b>70%</b>	<b>2,113,032.80</b>	<b>70%</b>	<b>2,113,032.80</b>	<b>70%</b>	<b>2,113,032.80</b>	<b>70%</b>
Gastos de Administración	541,756	22%	568,885	23%	579,317	21%	556,665	18%	553,333	18%	553,333	18%
Gastos de Venta	11,400	0%	11,400	0%	11,400	0%	11,400	0%	11,400	0%	11,400	0%
<b>Gastos indirectos</b>	<b>553,155.70</b>	<b>23%</b>	<b>580,284.70</b>	<b>23%</b>	<b>590,717.30</b>	<b>21%</b>	<b>568,065.41</b>	<b>19%</b>	<b>564,732.56</b>	<b>19%</b>	<b>564,732.56</b>	<b>19%</b>
<b>Utilidad de operación</b>	<b>1,107,107.11</b>	<b>46%</b>	<b>1,124,648.11</b>	<b>45%</b>	<b>1,333,125.51</b>	<b>48%</b>	<b>1,544,967.40</b>	<b>51%</b>	<b>1,548,300.24</b>	<b>51%</b>	<b>1,548,300.24</b>	<b>51%</b>
Resultado Integral de financiamiento												
Intereses bancarios	278,333.33	12%	275,069.44	11%	199,565.97	7%	123,524.31	4%	47,482.64	2%	538.19	0%
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>828,773.77</b>	<b>34%</b>	<b>849,578.66</b>	<b>34%</b>	<b>1,133,559.53</b>	<b>41%</b>	<b>1,421,443.09</b>	<b>47%</b>	<b>1,500,817.60</b>	<b>50%</b>	<b>1,547,762.05</b>	<b>51%</b>
Impuesto a la utilidad	248,632.13	10%	254,873.60	10%	340,067.86	12%	426,432.93	14%	450,245.28	15%	464,328.61	15%
<b>Utilidad Neta</b>	<b>580,141.64</b>	<b>24%</b>	<b>594,705.06</b>	<b>24%</b>	<b>793,491.67</b>	<b>29%</b>	<b>995,010.16</b>	<b>33%</b>	<b>1,050,572.32</b>	<b>35%</b>	<b>1,083,433.43</b>	<b>36%</b>

Fuente: Elaboración propia

## **CAPÍTULO 4. EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UN HOTEL ECOLÓGICO EN ZACATLÁN, PUEBLA.**

Baca Urbina (2010) nos dice que el estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia del análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto. De acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

Por lo que para determinar si el proyecto es viable en términos económicos, utilizamos los siguientes indicadores:

### **4.1 Valor presente neto (VPN)**

El dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, el VPN toma en cuenta este cambio de valor real del dinero a través del tiempo y resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para determinar este valor es necesario fijar una tasa de rendimiento mínima aceptable (TMAR), la cual es:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de inflación} + \text{Premio al riesgo}$$

Para nuestro proyecto la TMAR será del 18%, considerando que la inflación ha estado en niveles del 4% según datos del Banco de México (2014), se está contemplando un premio al riesgo para los inversionistas de un 14%, el cual es más alto que actualmente otorgan los bancos por lo que hace al proyecto atractivo

Como analizamos en el estudio económico, la inversión inicial en activos tangibles es de:

**Tabla 23. Resumen Inversión inicial de Activos Tangibles**

Descripción	Importe
Terreno	169,432
Edificación	5,225,606
Mobiliario y equipo	499,980
Total Inversión	5,895,018

**Fuente: Elaboración propia**

Esta inversión no toma en cuenta el capital de trabajo porque la naturaleza de este último es mu líquida y tanto el VPN y la tasa interna de rendimiento toman en cuenta el capital comprometido a largo plazo (Baca, 2010)

Como se mencionó en el capítulo 3, una parte de la inversión se financiará mediante un crédito bancario de 2 millones de pesos, por lo que el monto de la inversión de los socios será de 3 millones 900 mil pesos.

**Tabla 24. Flujos Netos para cálculo del valor presente neto y tasa interna de retorno**

FLUJOS NETOS PARA CALCULO DE LA TIR Y V.P.N.							
CONCEPTO	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Inversión	- 3,900,000						
Resultado del Ejercicio		580,142	594,705	793,492	995,010	1,050,572	1,083,433
Gastos Virtuales		311,048	311,048	311,048	304,382	301,049	301,049
Suma		891,189	905,753	1,104,539	1,299,392	1,351,621	1,384,483
Pagos de Crédito		-	- 458,333	- 500,000	- 500,000	- 500,000	- 41,667
Recuperación de la inversión							4,055,395
Flujos Netos	- 3,900,000	891,189	447,419	604,539	799,392	851,621	5,398,211

**Fuente: Elaboración propia**

De acuerdo a estos flujos netos y aplicando la fórmula del VPN:

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

$FNE_n$  – Flujo neto de efectivo del año  $n$ , que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año  $n$ .

$P$  - Inversión inicial en el año cero.

$i$  - Tasa de referencia, corresponde a la TMAR.

Para nuestro proyecto el resultado es:

$$\text{VPN} = \$ 328,752$$

Los criterios para tomar una decisión con el VPN son:

- Si  $\text{VPN} > 0$ , es conveniente aceptar la inversión, ya que se estaría ganando más del rendimiento solicitado.
- Si  $\text{VPN} < 0$ , se debe rechazar la inversión porque no se estaría ganando el rendimiento mínimo solicitado.

Considerando estos criterios el proyecto es viable de acuerdo a este indicador

#### **4.2 Tasa interna de retorno (TIR):**

Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente neto, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos.

Se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión (Baca, 2010).

La fórmula para su determinación es:

$$VPN = 0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$FNE_n$  – Flujo neto de efectivo del año  $n$ , que corresponde a la ganancia neta después de impuestos en el año  $n$ .

$P$  - Inversión inicial en el año cero.

$i$  - Tasa de rendimiento

Para el proyecto en cuestión, aplicando la formula anterior el resultado es:

**TIR = 20.28%**

El criterio de decisión para aceptar o rechazar una propuesta de inversión utilizando el método de la TIR es el siguiente:

**TIR  $\geq$  TMAR** Acepté la inversión.

**TIR  $<$  TMAR** Rechacé la inversión

Al ser mayor la TIR de 20.28% que la TMAR del 18%, el proyecto es aceptable económicamente considerando este indicado

### 4.3 Tiempo de recuperación de la inversión (TRI):

El TRI es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, es decir, en cuanto tiempo una inversión generará los fondos suficientes para igualar al total de dicha inversión.

**Tabla 25. Tiempo de recuperación de la inversión**

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Resultado del ejercicio	580,142	594,705	793,492	995,010	1,050,572	1,083,433	1,083,972	1,083,972	1,083,972	1,083,972	1,083,972	1,083,972
Factor de actualización = $(1+i)^n$	1.180	1.392	1.643	1.939	2.288	2.700	3.185	3.759	4.435	5.234	6.176	7.288
Utilidad Neta Actualizada	491,645	427,108	482,944	513,215	459,215	401,338	340,286	288,378	244,388	207,108	175,516	148,742
Inversión Inicial menos Utilidad Neta Actualizada	- 3,408,355	- 2,981,247	- 2,498,303	- 1,985,088	- 1,525,873	- 1,124,535	- 784,249	- 495,872	- 251,484	- 44,375	131,141	279,883

Fuente: Elaboración propia

La tabla 25 nos indica que en el año 11 la diferencia de la inversión inicial menos la utilidad neta actualizada es positiva, lo que significa que:

**TRI = 10 años 3 meses**

#### 4.4 Factor costo - beneficio:

Este indicador demuestra los beneficios (ingresos) que se generan a partir de la erogación de ciertos costos y gastos. Se calcula dividiendo los ingresos proyectados entre los egresos proyectados, ambos a valor presente.

Ingresos actualizados	9,504,265	= 1.4125
Egresos actualizados	6,728,800	

Los datos se obtuvieron de las siguientes cédulas:

**Tabla 26. Ingresos Actualizados**

Año	1	2	3	4	5	6	Total
Ingresos	2,416,400	2,475,800	2,766,860	3,018,440	3,018,440	3,018,440	16,714,380
Factor de actualización = $(1+i)^n$	1.1800	1.3924	1.6430	1.9388	2.2878	2.6996	
Ingresos Actualizados	2,047,797	1,778,081	1,683,996	1,556,878	1,319,388	1,118,125	9,504,265

**Fuente: Elaboración propia**

El factor que se utilizó para actualizar tanto los ingresos como los egresos con base a la TMAR.

**Tabla 27. Egresos Actualizados**

Año	1	2	3	4	5	6	Total
Egresos	1,836,258	1,881,095	1,973,368	2,023,430	1,967,868	1,935,007	11,617,026
Factor de actualización = $(1+i)^n$	1.1800	1.3924	1.6430	1.9388	2.2878	2.6996	
Egresos Actualizados	1,556,151	1,350,973	1,201,053	1,043,663	860,173	716,787	6,728,800

**Fuente: Elaboración propia**

Tomando en cuenta las tablas 26 y 27 nos da el siguiente factor:

El resultado significa que por cada peso que se eroga tenemos como beneficio 1.4125 pesos, es decir que lo que gastamos nos genera el 41.25% más de ingresos.

#### **4.5 Valor Económico Agregado (EVA, por sus siglas en Ingles):**

El EVA es un concepto utilizado en las finanzas modernas, Se trata de una de las formas de medir el valor agregado que genera un negocio aplicando el costo promedio del capital. Con este indicador los inversionistas, propietarios o particulares podrán evaluar el desempeño de la empresa en función de la creación de riqueza, por encima del cubrimiento de las necesidades básicas para su subsistencia. Su utilización se hace cada vez más frecuente entre los inversionistas quienes buscan siempre elementos fundamentales de medición sobre el futuro desempeño de una firma y con esta, el de su acción.

Para calcular es este indicador financiero la fórmula es:

$$\text{EVA} = \text{ANF (ROIC-CPPC)}$$

En donde

ANF= Activos Netos Financiados

ROIC= Rendimiento Sobre el Capital Invertido

CPPC= Tasa del Costo Promedio Ponderado del Capital

Los Activos Netos Financiados (ANF) se calculan de la siguiente manera:

$$\text{ANF} = \text{Financiamiento} + \text{Acciones Comunes}$$

Para nuestro proyecto son el préstamo bancario y las aportaciones de los socios.

**Tabla 28. Activos Netos Financiados**

Concepto	Importe
Financiamiento Bancario	2,000,000
acciones preferentes	-
Acciones Comunes	3,900,000
Activo Netos Financiados	5,900,000

**Fuente: Elaboración propia**

Rendimiento Sobre el Capital Invertido (ROIC) se realiza con la siguiente fórmula:

$$\text{ROIC} = \text{UAIDI} / \text{ANF}$$

Dónde:

UAIDI= Utilidad antes de intereses después de impuestos (Utilidad antes de intereses menos el impuesto a la utilidad).

**Tabla 29. Rendimiento sobre el Capital Invertido**

Concepto \ Año	1	2	3	4	5	6
Ingresos	2,416,400	2,475,800	2,766,860	3,018,440	3,018,440	3,018,440
Costos Directos Hospedaje	92,623	93,223	96,163	98,703	98,703	98,703
Costos Directos Alimentos y Bebidas	400,554	408,204	445,734	478,224	478,224	478,224
Costos Directos Excursiones	262,960	269,440	301,120	328,480	328,480	328,480
Costos Directos	756,137	770,867	843,017	905,407	905,407	905,407
Utilidad Bruta	1,660,263	1,704,933	1,923,843	2,113,033	2,113,033	2,113,033
Gastos de Administración	541,756	568,885	579,317	556,665	553,333	553,333
Gastos de Venta	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400	11,400
Gastos indirectos	553,156	580,285	590,717	568,065	564,733	564,733
Utilidad de operación (Utilidad antes de intereses)	1,107,107	1,124,648	1,333,126	1,544,967	1,548,300	1,548,300
Impuesto a la utilidad	248,632	254,874	340,068	426,433	450,245	464,329
Utilidad antes de intereses y despues de impuestos	858,475	869,775	993,058	1,118,534	1,098,055	1,083,972
Activos netos Financiados	5,900,000	5,900,000	5,900,000	5,900,000	5,900,000	5,900,000
ROIC	14.55%	14.74%	16.83%	18.96%	18.61%	18.37%

**Fuente: Elaboración propia**

La Tasa del costo promedio ponderado del Capital (C.P.PC), nos indica cuanto le cuesta a la compañía financiarse en términos globales:

Para calcularlo debemos de considerar todas y cada una de las fuentes de financiamiento de la empresa, tanto internas como externas, y se determina una tasa ponderada.

**Tabla 30. Tasa de Costo Promedio Ponderado de Capital**

Concepto	Importe	Tasa	Tasa Neta	Estructura	C.P.P.C.
Financiamiento Bancario	2,000,000	15%	11%	34%	4%
Acciones preferentes	-			0%	0%
Acciones Comunes	3,900,000	18%	18%	66%	12%
Activo Netos Financiados	5,900,000			100%	15%

**Fuente: Elaboración propia**

La tabla 30 nos muestra las fuentes y tasas de financiamiento del proyecto, la determinación de la tasa neta, la cual resulta de aplicar la tasa de impuesto a la tasa a los financiamiento que cuyos intereses se pueden deducir, también nos ayuda a visualizar como está estructurado el financiamiento, donde el 34% está financiado por el banco y el 66% por las aportaciones de los socios dando como promedio de ambos financiamientos un tasa ponderada de costo de capital del 15%.

Aplicando por año la fórmula del EVA que son activos netos financiados por la diferencia entre la tasa de rendimiento sobre el capital invertido menos la tasa de costo promedio ponderado tenemos los siguientes datos.

**Tabla 31. Determinación del EVA**

Descripción	1	2	3	4	5	6	TOTAL
ANF(ROIC-CPPC)	- 53,525	- 42,225	81,058	206,534	186,055	171,972	549,868
Factor de actualización = $(1+i)^n$	1.180	1.392	1.643	1.939	2.288	2.700	3.759
EVA actualizado	- 45,360	- 30,326	49,334	106,528	81,326	63,704	225,207

**Fuente: Elaboración propia**

El factor que se utilizó para actualizar tanto los ingresos como los egresos es con base a la TMAR.

El resultado del EVA es positivo, lo que nos indica que es mayor la rentabilidad que resulta del proyecto que el valor de lo que nos cuesta su financiamiento (costo de capital invertido)

#### 4.6 Rendimiento por acción

Las acciones en general representan partes alícuotas del capital, lo que significa que todas ellas tienen el mismo valor nominal y dan derecho a un voto, tratándose de acciones ordinarias, que para el proyecto solo se están considerando este tipo de acciones.

Con este indicador podemos observar la utilidad que obtiene cada acción emitida, y como el valor de dicha acción, en el caso que se reinviertan año con año dicha utilidad.

Se emitirán 3,900 acciones con un valor nominal del 1,000 pesos para darnos un total de capital aportado por los socios de 3 millones 900 mil pesos.

**Tabla 32. Rendimiento por acción por año**

Año	1	2	3	4	5	6
Valor por acción	1,000	1,149	1,301	1,505	1,760	2,029
Utilidad Neta del Ejercicio	580,142	594,705	793,492	995,010	1,050,572	1,083,433
Numero de acciones	3,900	3,900	3,900	3,900	3,900	3,900
Utilidad por accion	149	152	203	255	269	278
Rendimiento por acción	14.9%	13.3%	15.6%	17.0%	15.3%	13.7%
% Incremento del valor de la acción		14.9%	30.1%	50.5%	76.0%	102.9%

**Fuente: Elaboración propia**

En la tabla 32 podemos visualizar que el valor de la acción al terminar el sexto año se duplica, por lo que es un indicador positivo para el proyecto.

#### 4.7 Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad consiste en suponer variaciones que castiguen los flujos de efectivo, por ejemplo una disminución de cierto porcentaje en ingresos, o un aumento porcentual en los costos y/o gastos, para nuestro análisis nos basaremos en aplicar un 5% más de lo estimado para el escenario optimista y un menos 5% para el escenario pesimista.

**Tabla 33. Análisis de sensibilidad (VPN)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
Valor presente neto	578,947	328,753	78,559

**Fuente: Elaboración propia**

El valor presente neto en los 3 escenarios aun es positivo, lo que significa que bajo este indicador aun en el escenario pesimista el proyecto es viable.

**Tabla 34. Análisis de sensibilidad (TIR)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
Tasa interna de rendimiento	22.02%	20.28%	18.55%

**Fuente: Elaboración propia**

En el escenario pesimista la TIR estaría solo 0.55% arriba de TMAR que se fijó, por lo que el proyecto sería aceptable pero no sería tan atractivo para los inversionistas.

**Tabla 35. Análisis de Sensibilidad (TRI)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
Tiempo de recuperación de la inversión	7 años 9 meses	10 años 3 meses	12 años 2 meses

**Fuente: Elaboración propia.**

El TRI con el escenario optimista baja a 2 años y 6 meses y con el pesimista sube 1 año 11 meses.

**Tabla 36. Análisis de Sensibilidad (Factor Costo Beneficio)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
Factor costo-beneficio	1.44	1.41	1.39

**Fuente: Elaboración propia.**

En el factor costo beneficio la variación promedio entre los escenarios es de 2 puntos porcentuales.

**Tabla 37. Análisis de sensibilidad (EVA)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
Valor economico agregado (actualizado)	475,401	225,207	-24,988

**Fuente: Elaboración propia.**

En lo que respecta al valor económico agregado, en el escenario pesimista el indicador cambia a negativo.

**Tabla 38. Análisis de sensibilidad (Rendimiento por acción)**

Indicador	Optimista	Esperado	Pesimista
% Incremento del valor de la acción	112.2%	102.9%	93.7%

**Fuente: Elaboración propia.**

Y por último, en el incremento del valor de la acción la variación entre los escenarios es del 9.2%.

#### **4.8 Conclusiones de la evaluación económica.**

En este apartado determinaron indicadores que en base a instrumentos de evaluación financiera nos dan un panorama de si el proyecto es viable económicamente bajo las estimaciones de ocupación y costos establecidos

Los indicadores financieros del proyecto en todos los casos fueron positivos lo que nos indica que el proyecto tiene un porcentaje alto de éxito y que puede ser atractivo para posibles inversionistas, es importante considerar en la decisión de invertir el tiempo de recuperación debido que al tratarse de un proyecto de inversión en inmuebles el tiempo de recuperación es a largo plazo.

Es importante remarcar que el EVA genera valor sobre los activos netos financiados y por arriba el costo ponderado de capital.

Se puede concluir después de estos análisis y evaluación del proyecto es económicamente viable bajo los escenarios presentados.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el desarrollo de cada uno de los capítulos podemos mencionar las siguientes ventajas de invertir en un hotel ecológico en Zacatlán, Puebla:

- La tendencia del turismo sustentable va en aumento de acuerdo en organismos internacionales.
- El sector turismo y la industria hotelera en México tiene una tendencia positiva.
- Zacatlán es un destino turístico con diversos atractivos tanto naturales como culturales, además de tener una ubicación geográfica de fácil y rápido acceso para la población de grandes ciudades como son la capital del Estado de Puebla, la Ciudad de México, Tlaxcala y Pachuca. Desde que fue nombrado Pueblo Mágico la demanda de hospedaje ha incrementado de manera considerable y aunque también se ha instalado otros hoteles, es decir que también ha habido un incremento en la oferta hotelera en aquella región, no ha sido en la misma proporción, lo que resulta en una demanda no satisfecha la cual podemos acaparar.
- El estudio de mercado, de acuerdo a la encuesta realizada presenta resultados positivos para el proyecto, la aceptación del tipo de hotel, que la mayoría de huéspedes que arribaran al hotel harían uso del restaurante y excursiones, y que el hecho de tratarse de estar en un Pueblo Mágico incrementa la posibilidad de visitar el destino.

- El estudio técnico que nos ayudó a analizar las condiciones físicas y legales para su construcción y puesta en marcha, no señalo restricciones que pudieran obstaculizar la realización del proyecto.
- Dentro del estudio técnico, también se explicó la estructura organizacional con la cual se planea operar, en donde se destaca que los colaboradores que se contraten deberán ser originarios del municipio, lo que demuestra que proyecto busca además de la rentabilidad para los socios ser un generador de empleos resultado en un beneficio para dicha comunidad.
- La evaluación económica llevada a cabo de las cifras que se determinaron en el estudio económico que se deriva de los resultados de los demás estudios y que nos muestra los indicadores financieros (el 20.28% de tasa interna de rendimiento, el valor presente neto y el valor económico agregado positivos, un factor costo beneficio del 1.41% y al terminar los 6 años el valor de la acción incrementa su valor al doble con un más 102.9% de su valor inicial, que el proyecto año con año genera utilidades mayores a su costo de financiamiento), lo que nos confirman que el proyecto de acuerdo a los datos presentados es un proyecto viable económicamente.

Como desventajas lo que podría mencionar es:

- Que el tiempo de recuperación de la inversión sería de 10 años y 3 meses, sin embargo como se menciono debe considerarse que es una inversión en un bien inmueble por lo que el tiempo de recuperación por lo regular es a largo plazo.

Como conclusión final de la investigación tenemos:

- Con los datos mostrados en cada uno de los estudios, se tienen elementos que permiten a los inversionistas decidir sobre la realización del proyecto, por lo que nuestra hipótesis se confirma, debido a que al desarrollar un proyecto de inversión y evaluarlo permite a los inversionistas tener los enfoques de mercado, técnico y financiero para sustentar con bases sólidas su decisión.

Figura 3. Conclusiones Finales



Fuente: Elaboración propia

Se recomiendan los siguientes puntos a los inversionistas:

- Aunque pudiera parecer que el invertir en un proyecto ecológico los costos de construcción e instalación son altos se ven reflejados en ahorros operativos en cuanto energéticos como son el gas, la electricidad y el agua, además de que comercialmente, si se difunde adecuadamente será más atractivo que un hotel convencional, y lo más importante el impacto al ambiente es menor, por lo que sugerimos que no se desechen estas características al llevar a cabo el proyecto.
- Deberán dar prioridad a la formalización de la página web, esto respondiendo a las preferencias de los encuestados de que les gustaría saber del hotel por este medio y de contar con un apartado de quejas y sugerencias, darle seguimiento ya que los clientes pueden ayudar a dar ideas para mejorar el servicio o bien para generar nuevos distintivos del hotel.
- Como se menciona dentro de los objetivos en el estudio de mercado, en el séptimo año una vez que se pague el préstamo bancario, realizar un nuevo proyecto de inversión para ampliación de las instalaciones para un nuevo piso con 12 habitaciones más, de acuerdo a la cotización realizada por el arquitecto los cimientos considerados pueden ser para otros 3 pisos.
- Es importante tomar que la evaluación económica se llevó a cabo considerando un financiamiento del 34% por parte de institución bancaria y el 66% por aportación privada de accionistas, por lo que deben de contemplar este escenario para que puedan lograr la viabilidad económica mostrada en el proyecto.

- Los inversionistas no deben olvidar que el capital de mayor importancia dentro del hotel es el capital humano, por tal motivo no deben de perder de vista la constante capacitación, motivación e incentivos que les proporcionarán a cada uno de ellos, así como conservar la política de que los colaboradores que contrates sean personas de la región para continuar con el concepto de sustentabilidad y generadores de empleos en el Municipio, además como se planteó en el estudio de mercado al ser originarios pueden transmitir con mayor entusiasmo el amor por su región, cultura y costumbres, lo que será más atractivo para nuestros huéspedes.

## IX. REFERENCIAS

### Referencias Impresas

- Baca, Gabriel (2006), Evaluación de proyectos. 5ta Edición, México: Mc Graw Hill.
- Sapag, Reinaldo, Sapag Nassir (2008), Preparación y evaluación de proyectos. 5ta. Edición, Colombia: Mc Graw Hill.
- Kirk, D (1995). Environmental Management in Hotels. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7,3-8
- Raynburn, L. (2005). Contabilidad y Administración de Costos. 6ta. Edición, México: Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Ramirez, César (2007), Hoteles, gerencia, seguridad y mantenimiento. 3ra. Edición, Editorial Trillas.
- Armstrong, Cámara y Cruz (2004), Marketing, 10ª Edición, Pearson Educación S.A,

### Referencias electrónicas:

- Secretaria de Turismo (2014), Pueblos Mágicos. Obtenido a través de internet: <http://www.sectur.gob.mx/desarrollo-turistico/programas-regionales/pueblos-magicos/> [acceso 03/09/2014]

- CNN Expansión (2014), 5 problemas de las Pymes para el éxito. Obtenido a través de internet:  
<http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/07/21/ser-exitoso-sin-morir-en-el-intento> [acceso 05/09/2014]
- Office of Energy Efficiency & Renewable Energy (2014), Ahorro de Energia, Obtenido a través de internet:  
[https://www1.eere.energy.gov/consumer/tips/pdfs/energy\\_savers\\_spanish.pdf](https://www1.eere.energy.gov/consumer/tips/pdfs/energy_savers_spanish.pdf) [acceso 06/09/2014]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), Turistas no residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje. Obtenido a través de internet: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biinegi/?ind=1011000045> [acceso 06/09/2014]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), Turistas residentes en el país que se hospedaron en establecimientos de hospedaje. Obtenido a través de internet: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biinegi/?ind=1011000045> [acceso 06/09/2014]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), Turistas que se hospedaron en establecimientos. Obtenido a través de internet: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biinegi/?ind=1011000045> [acceso 06/09/2014]
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), Cuartos registrados de hospedaje. Obtenido a través de internet: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biinegi/?ind=1011000045> [acceso 06/09/2014]

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), Establecimientos de hospedaje. Obtenido a través de internet: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/biinegi/?ind=1011000045> [acceso 06/09/2014]
- Consejo de promoción turística de México (2013), Panorama del Sector Turístico. Obtenido a través de internet: <http://www.cptm.com.mx/panorama-sector-turistico> [acceso 06/09/2014]
- Gobierno del Estado de Puebla (2011), Zacatlán es pueblo mágico. Obtenido a través de internet: [www.comunicacionsocial.puebla.gob.mx/406/noticia/zacatlan-es-“pueblo-magico”/](http://www.comunicacionsocial.puebla.gob.mx/406/noticia/zacatlan-es-“pueblo-magico”/) [acceso 07/09/2014]
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles A.C., Historia. Obtenido a través de internet: [www.hotelesmexicanos.org](http://www.hotelesmexicanos.org) [acceso 07/09/2014]
- Greenpeace México. Obtenido a través de internet: [www.greenpeace.org/mexico/es/](http://www.greenpeace.org/mexico/es/) [acceso 09/09/2014]
- Gonzalez, A. (2004), Los mesones de hoy, La Jornada. Obtenido a través de internet: <http://www.jornada.unam.mx/2004/06/20/034a1cap.php?printver=0&fly=2> [15/09/2014].
- Iriarte, R., Ramirez, C., Gutierrez, G., Gonzalez, D. (2010), Centenario de la Revolución Mexicana La evolución de la industria hotelera, Alta hotelería.

Obtenido a través de internet: <http://www.hospitalitas.com/wp-content/uploads/2012/03/10-19REP118.pdf> [15/09/14].

- Levy-Bovin, J (2003), Hotels a Brief History, Hospitalitynet. Obtenido a través de internet: <http://www.hospitalitynet.org/news/4017990.html> [20/09/14].
- Annual Report 2013 (2014), World Tourism Organization. Obtenido a través de internet:  
[http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_annual\\_report\\_2013\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf) [acceso 20/09/14]
- Sistema de Clasificación Hotelera Mexicano, Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México, Secretaria de Turismo, 2011. Obtenido a través de internet: [http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/analisismejorespracticas/2012\\_FSIDITT\\_ClasificacionHotelera\\_FactorDelta\\_VersionCorta.pdf](http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/analisismejorespracticas/2012_FSIDITT_ClasificacionHotelera_FactorDelta_VersionCorta.pdf) [acceso 20/09/14].
- Indicadores básicos de la actividad turística en Puebla año 2013, Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Puebla, 2013. Obtenido a través de internet:  
[http://www.sectur.pue.gob.mx/phocadownload/estadisticas/turisticas/indicadores\\_turisticos\\_puebla\\_2013.pdf](http://www.sectur.pue.gob.mx/phocadownload/estadisticas/turisticas/indicadores_turisticos_puebla_2013.pdf) [acceso 21/09/14].
- Tabla de índice nacional de precios al consumidor, Banco de México, 2014. Obtenido a través de internet:  
[http://www.sat.gob.mx/informacion\\_fiscal/tablas\\_indicadores/Paginas/inpc\\_2014.aspx](http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tablas_indicadores/Paginas/inpc_2014.aspx) [acceso 12/11/14]

## X. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

**Bungalow:** m. Casa pequeña de una sola planta que se suele construir en parajes destinados al descanso.

**Costo:** m. Gasto realizado para la obtención o adquisición de una cosa o de un servicio.

**Códice:** m. Libro manuscrito de cierta antigüedad.

**Demanda:** (De *demandar*). f. *Econ.* Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.

**Ecológico:** adj. Perteneciente o relativo a la ecología.

**Ecología.** (De *eco*<sup>-1</sup> y *-logía*). f. Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su entorno. f. Parte de la sociología que estudia la relación entre los grupos humanos y su ambiente, tanto físico como social.

**Energía:** (Del lat. *energīa*, y este del gr. *ἐνέργεια*). f. Eficacia, poder, virtud para obrar. causada por una corriente de partículas, como electrones, protones, etc.

f. *Fís.* Capacidad para realizar un trabajo. Se mide en julios. (Símb. *E*).

**Eólica:** (Del lat. *Aeolīcus*, y este der. de *Aeōlus*, Eolo, dios de los vientos y padre del pueblo eólico en la mitología clásica). adj. Producido o accionado por el viento.

**Factible:**(Del lat. *factibilis*).adj. Que se puede hacer.

**Financiamiento:** m. Acción y efecto de financiar.

**Financiar:** (Del fr. *financer*). tr. Aportar el dinero necesario para una empresa.  
tr. Sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc.

**Inversión:**(Del lat. *inversio*, *-ōnis*). Acción y efecto de invertir.

**Invertir:** (Del lat. *invertēre*). tr. Emplear, gastar, colocar un caudal.

**Mercado:** (Del lat. *mercātus*). m. Conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio. m. Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado.

**Rentable:** adj. Que produce renta suficiente o remuneradora.

**Renovable:** adj. Que puede renovarse.

**Tecnología:** (Del gr. *τεχνολογία*, de *τεχνολόγος*, de *τέχνη*, arte, y *λόγος*, tratado). 1. f. Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. f. Tratado de los términos técnicos.

**Demografía:** (De *demo-* y *-grafía*). 1. f. Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.

**Turismo:** (Del ingl. *tourism*). 1. m. Actividad o hecho de viajar por placer.

**Gubernamental:** 1. adj. Perteneciente o relativo al gobierno del Estado

**Mexica:** adj. azteca. Cultura prehispánica

**Temazcallis:** es un baño de vapor empleado en la medicina tradicional y religión de las culturas mesoamericanas y también de Norteamérica

## **XI. ANEXOS**

### **Anexos 1. Instrumento de Medición**

El objetivo de la presente encuesta es obtener información sobre las preferencias de los turistas del hospedaje en la Ciudad de Zacatlán. Las respuestas brindadas en esta encuesta serán de uso confidencial.

#### **1.- Sexo:**

Femenino \_\_\_\_\_

Masculino\_\_\_\_\_

#### **2.- Edad:**

- a) 18 a 24 años
- b) 25 a 29 años
- c) 30 a 34 Años
- d) 35 a 40 Años
- e) Mayor a 40 Años

#### **3.- Ocupación Actual:**

- a) Estudiante
- b) Empleado Sector Privado
- c) Empleado Sector Publico
- d) Negocio Propio
- e) Ninguno de los anteriores

**4.- Lugar de procedencia:**

- a) Nacional
- b) Extranjero

**5.- Ingresos mensuales:**

- a) Menos de \$3000.00
- b) De \$3000 a \$4999.00
- c) De \$5000.00 a \$9,999.00
- d) De \$10,000.00 a \$15,000.00
- e) Mayor a \$15,000.00
- f) NS/NC (No se / No contestar)

**6.- ¿Cuántas veces al año viaja por diversión o esparcimiento?**

- a) 1 vez al año
- b) 2 a 4 veces al año
- c) 5 a 8 veces al año
- d) Más de 8 veces al año
- e) No viaje

En caso de haber elegido la última opción, aquí termina la encuesta, le agradecemos su tiempo

**7.- ¿A qué tipo de destino prefiere vacacionar?**

- a) Playa o centro vacacional
- b) Ciudad

- c) Pueblo Mágico: lugar que por su alto valor histórico, religioso, cultural, tradiciones y por lo regular cuentan con pintoresca arquitectura, el Gobierno de México les ha dado este título.
- d) Rural: lugares que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, conociendo sus expresiones sociales, culturales y productivas
- e) Reserva: Contacto directo con la Naturaleza

**8.- En qué época del año prefiere viajar por esparcimiento o diversión?**

- a) Semana Santa
- b) Vacaciones escolares de verano
- c) Vacaciones escolares de invierno
- d) Fines de semana Largos "Puentes"
- e) Cualquier época del Año

**9.- ¿Ha visitado algún Pueblo Mágico en México?**

- a) 1 vez.
- b) De 2 a 3 veces.
- c) De 4 a 6 veces.
- d) Más de 6 veces.
- e) Nunca.

**10.- Cuando viaja por diversión o esparcimiento, regularmente ¿dónde se hospeda?**

- a) Con familiares/conocidos
- b) Casa alquilada
- c) Hotel
- d) Cabañas
- e) Campamentos/casa de campañas
- f) No me hospedo, estoy un solo día, de entrada por salida
- g) No he viajado

**11.- De los Sigüientes Hoteles, ¿en qué tipo prefiere hospedarse?**

- a) Boutique: son hoteles pequeños con un ambiente íntimo, su decoración es excepcional y comúnmente varia para cada una de las habitaciones. Sus servicios son personalizados ideales para el esparcimiento y relajación.
- b) Express / Negocios: Los huéspedes son personas cuyo motivo principal de viaje es el de empresa y negocios.
- c) Centro de Ciudad: se ubican en los distritos históricos de las ciudades, alrededor de plazas y jardines centrales.
- d) Hacienda: En algún momento los inmuebles fueron minas, fincas u otro tipo de centros de trabajo y ahora han sido remodelados, sin perder su esencia histórica.
- e) Carretera: Son hoteles que el turista busca para descansar por la noche y retomar su camino. Ubicados cerca de una vía terrestre primaria.
- f) Cama y Desayuno (CyD): Son para turistas que generalmente no buscan permanecer en el hotel a lo largo del día, pues su prioridad es visitar la ciudad o lugares de la región.

- g) Reserva/ ecológico: Los establecimientos de este tipo se encuentran enclavados en parajes naturales. Cuentan con mecanismos para cuidar el entorno, como paneles para utilización de energía solar, plantas de tratamiento de agua y sistemas para generación de composta

**12.- Generalmente, cuando viaja por esparcimiento o diversión ¿Cuántas noches se hospeda?**

- a) De 1 noche
- b) De 2 a 3 noches
- c) De 4 a 6 noches
- d) Más de 6 noches

**13.- Cuando viaja por esparcimiento o diversión, ¿con quién acostumbra a viajar?**

- a) Solo
- b) Con pareja
- c) Con la familia
- d) En grupo

**14.- Si viaja en familia o en grupo, ¿regularmente cuantos integrantes los compone?**

- a) 2-3 personas
- b) 4-5 personas
- c) 6-7 personas
- d) Más de 7 personas

**15.- ¿Cuándo viaja en grupo que tipo de transporte usa?**

- a) Automóvil
- b) Camioneta
- c) Transporte turístico (con agencias de viaje / excursiones)
- d) Autobús
- e) Avión
- f) Otro (Por favor especifique)

**16.- Cuando viaja por esparcimiento o diversión, regularmente ¿cuánto asigna al concepto de hospedaje por noche?**

- a) Menos de \$500.00
- b) De \$500.00 a \$1000.00
- c) De \$1001.00 a \$1500.00
- d) De \$1501.00 a \$2500.00
- e) De \$2501.00 a \$5000.00
- f) Más de \$5000.00

**17.- Considerando que tuvieran los mismos servicios ¿Qué tipo de hotel preferiría?**

- a) Hotel Convencional
- b) Hotel Ecológico

**18.- Al momento de elegir el lugar de hospedaje ¿Qué considera de mayor importancia? Elija 3 opciones, en la parte inferior aparecerán las respuestas elegidas, ordenar de mayor a menor de acuerdo a su importancia**

- a) \_\_\_\_\_ Limpieza

- b) \_\_\_\_\_ Precio
- c) \_\_\_\_\_ Ubicación
- d) \_\_\_\_\_ Amigable con el medio ambiente
- e) \_\_\_\_\_ Vista
- f) \_\_\_\_\_ Contacto

**19.- ¿Qué servicios adicionales al hospedaje considera importantes?, elija 3 opciones, en la parte inferior aparecerán las respuestas elegidas, ordene de mayor a menor de acuerdo a su importancia.**

- a) \_\_\_\_\_ Restaurante
- b) \_\_\_\_\_ Red inalámbrica
- c) \_\_\_\_\_ Calefacción
- d) \_\_\_\_\_ Lavandería
- e) \_\_\_\_\_ Servicio a cuarto
- f) \_\_\_\_\_ Bar
- g) \_\_\_\_\_ Cocineta integrada/frigobar
- h) \_\_\_\_\_ Servicio de guías turísticas programadas
- i) \_\_\_\_\_ Zona de juegos infantiles
- j) \_\_\_\_\_ Actividades recreativas
- k) \_\_\_\_\_ Estacionamiento
- l) \_\_\_\_\_ Salón de usos múltiples
- m) \_\_\_\_\_ Otro(Por favor especifique)

**20.- ¿Qué tan relevante considera que el hotel cuente con Restaurante?**

- a) Muy relevante
- b) Relevante
- c) Casi no es relevante

d) No es relevante

**21.- ¿Considera que el nombramiento de "Pueblo Mágico" influye en su preferencia al elegir el destino de su viaje?**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo
- d) Totalmente en desacuerdo

**22.- ¿A cuál de los siguientes Pueblos Mágicos del Estado de Puebla, ha viajado? Marque con una X una o varias opciones**

- Chignahuapan
- Zacatlán
- Pahuatlán
- Xicotepec
- Cuetzalan
- Tlatlauquitepec
- No he viajado

**23.- Si el hotel contara con el servicios de recorridos para conocer los principales atractivos turísticos de Zacatlán, Puebla ¿Haria uso de este servicio?**

- a) siempre
- b) Casi Siempre
- c) A veces
- d) Casi Nunca
- e) Nunca

**24.- Considerando que Zacatlán, es un Pueblo Mágico y además cuenta con diversos atractivos naturales ¿Cuál de las siguientes actividades preferiría hacer? Elija una o varias opciones; en la parte inferior aparecerán las opciones elegidas, ordenar de mayor a menor de acuerdo a la que le sea más interesante.**

\_\_\_\_ Recorrido guiado por los principales atractivos de la Ciudad

\_\_\_\_ Recorrido a Cascadas (Tuliman y San Pedro)

\_\_\_\_ Recorrido a Piedras Encimadas (rocas que forman figuras de 10 a 20 metros de altura y que parecen mantenerse en un extraño equilibrio, en donde se puede recorrer el valle caminando, en caballo o bicicleta)

\_\_\_\_ Actividades extremas (escalar en montaña, tirolesa, ciclismo de montaña)

**25.- De los siguientes nombres para un hotel ecológico ¿Cuál elegiría?**

- a) EcoHotel La Manzanita
- b) EcoHotel El Caprichito
- c) EcoHotel Yamancac (amable en Nahuatl)
- d) EcoHotel Cemelle (agradable, placentero, único en Nahuatl)
- e) Otro: Sugerencia \_\_\_\_\_

**26.- ¿Cómo preferiría enterarse de promociones, paquetes y publicidad del Hotel ecológico?**

- a) Internet (redes sociales, avisos de correo)
- b) Espectaculares
- c) Radio
- d) Periódico

- e) Revistas
- f) Otro: Sugerencia\_\_\_\_\_

**27.- De los siguientes eslogan (lema publicitario) ¿por cuál se siente más atraído?**

- a) ¡Si al paraíso quieres llegar, Ecohotel (nombre del hotel) debes visitar!
- b) EcoHotel (Nombre del hotel) Comprometidos con su bienestar, descanso y con el medio ambiente.
- c) Cuidamos tu comodidad sin descuidar nuestro medio ambiente
- d) Para alejarse de la ciudad y darse un corto respiro Ecohotel (Nombre del hotel) te ayudara.
- e) Otro: Sugerencia\_\_\_\_\_

## Anexo 2. Cotizaciones

A continuación se detallan las cotizaciones que se realizaron con diversos proveedores:

Unidades	Descripción	Importe
2	Laptop HP 240 g2 14 win 8.1 em	11,953
4	Computadoras	17,238
1	Multifuncional	4,137
4	Escritorios tarimas recicladas	11,034
2	Lamparas empaque CD reciclado	983
3	Floreros Vidrio reciclado	142
2	Eco Sillon Dual Tarima	2,069
2	Eco Sillon individual	1,379
1	Eco Mesa Centro tarima con vidrio	690
1	Eco Mesa Sala de Juntas (tarima)	1,638
4	Sillas ejecutivas	4,655
6	Sillas visitas	4,500
10	Cuadros decorativos de Zacatlan	4,310
4	Telefonos	5,172
1	Lockers 10 puertas	4,131
20	Juegos de vasos Ecologicos 6 piezas	3,362
30	Servilleteros vidrio reciclado	2,069
25	Manteles	1,724
120	Juegos Cubiertos (4 piezas)	4,138
15	Eco Mesas de tarimas	25,862
60	Sillas	46,552
4	Periqueras	3,103
1	Refrigerador de Acero Inox. Sobrinox	19,259
1	Estufa Mod. Multiple Petit	15,103
1	Campanas de Extracción Tipo Pared	5,585
1	Licuadaora	4,697
1	Horno de Microondas Mod. MCS10DSE	7,971
3	Eco-alacenas	10,345
1	Cafetera Mod. 5958 SE-42	3,911
1	Utensilios Cocina (cuchillos, cucharones)	4,138

Unidades	Descripción	Importe
1	Cacerolas y ollas cocina	4,310
1	Centro de lavado	43,103
24	Cama matrimonial, eco-base tarimas	67,241
50	Sabanas	11,422
30	Sarapes	3,233
36	Cuadros decorativos	15,517
12	Eco-mesa de centro	9,310
12	Sofacama	25,862
50	Toallas de baño completas	5,388
50	Toallas para manos	1,078
50	Toallas faciales	560
50	Cobertor matrimonial	10,776
12	Pantallas Samsung 32'	48,217
12	Telefonos	12,414
1	Diseño Pagina WEB	3,017
1	Material de publicidad	3,879