

CAPÍTULO 5

5. Análisis de Mercado y Financiero

El análisis de mercados y financieros se hacen con el fin de conocer información revelante para la mejor toma de decisión.

5.1 Análisis de mercados

5.1.1 Investigación cualitativa

5.1.1.1 Entrevistas a expertos

Para realizar las entrevistas se consideraron a personas expertas en el área de la industria hotelera. Estas entrevistas se realizaron en la Secretaria de Turismo de la ciudad de Oaxaca, con el fin de conocer acerca del comportamiento de los turistas en dicha ciudad, además de obtener datos estadísticos, como: la razón principal del viaje, número de turistas en los últimos cinco años, lugar de procedencia tanto extranjeros como nacionales, ocupación de cuartos, número de hoteles y clasificación de éstos, entre otras. (Anexo 1)

Los resultados obtenidos de las entrevistas fueron:

Aspectos	Hallazgos
Afluencia turística	Entrevistada Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas. <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento turístico en la ciudad de Oaxaca en los últimos 5 años. • Proporcionó estadísticas realizadas por gente de SECTUR.
Afluencia turística	Entrevistado Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Platicó ampliamente sobre el turismo en Oaxaca. • Punto clave que están esperando, en donde podrán medir el comportamiento de los turistas, va

	<p>hacer la fiesta de la Guelaguetza del año en curso.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comentó acerca de las temporadas altas y bajas que hay en la ciudad.
Afluencia turística	<p>Entrevistada</p> <p>Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la ciudad de Oaxaca para tener afluencia turística.

Aspectos	Hallazgos
Razón principal por la cual el turista viaja a la ciudad de Oaxaca.	<p>Entrevistada</p> <p>Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listado de estadísticas, encuesta: perfil y grado de satisfacción del turista. • Oaxaca en un futuro
Razón principal por la cual el turista viaja a la ciudad de Oaxaca.	<p>Entrevistado</p> <p>Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • La razón principal de los turistas al viajar a Oaxaca es de tipo cultural o de visitar a familiares. • Los turistas buscan hospedarse en un hotel de 4 o 5 estrellas. • Oaxaca es una ciudad llena de atractivos, que es necesario tener una estancia de una semana para conocer las diferentes actividades tanto culturales, recreativas como ecoturísticas.
	<p>Entrevistada</p> <p>Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia</p> <ul style="list-style-type: none"> • No comentó nada al respecto.

Aspectos	Hallazgos
<p>Número de personas que viajan a la ciudad de Oaxaca tanto extranjeros como nacionales.</p>	<p>Entrevistada Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de datos secundarios. • La mayoría de los extranjeros son provenientes de Europa. • Ha ido creciendo el número de visitantes tanto nacionales como extranjeros a partir de 1999.
	<p>Entrevistado Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turismo Europeo es un importante porcentaje que visita la ciudad.
	<p>Entrevistada Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionó revistas de diferentes partes del mundo, donde se ven las diferentes actividades que hay en Oaxaca.

Aspectos	Hallazgos
<p>Perfil del consumidor</p>	<p>Entrevistada Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estadísticas para definir el tipo de Hotel. • Estadísticas de los servicios requeridos.
<p>Perfil del consumidor</p>	<p>Entrevistado Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de hoteles que no son adecuados para la ciudad, por su administración e infraestructura.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural, de placer, y visitar a la familia. • Los turistas buscan hospedarse en un hotel de 4 o 5 estrellas y que en Oaxaca no hay muchos de éstos. • En el 2005 había 134 hoteles de 1 a 3 estrellas y un total de 50 hoteles de 4 y 5 estrellas. • Servicio de Calidad
	<p>Entrevistada</p> <p>Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia</p> <ul style="list-style-type: none"> • No comento nada al respecto.

Aspectos	Hallazgos
Alianzas	<p>Entrevistada</p> <p>Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas.</p> <p>No comento nada al respecto.</p>
	<p>Entrevistado</p> <p>Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada empresa puede definir a qué segmento de mercado dirigirse y enfocarse a él. • Ayuda a través de una operadora, convenios con aerolíneas o transportes, o de agencias de viajes con el fin de asegurar un 40% ó 60% de ocupación. • Tipos de promociones y descuentos.
	<p>Entrevistada</p> <p>Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia</p> <p>No comento nada al respecto.</p>

Otras de las cosas que comentaron los jefes entrevistados, de las diferentes áreas;

Lic. Fabiola Vásquez Rodríguez, jefa de la unidad de informática y estadísticas.

Habló acerca del comportamiento turístico en la ciudad de Oaxaca en los últimos 5 años, las consecuencias por los problemas suscitados por la APPO el año pasado y por último el como ve a Oaxaca en un futuro.

Además brindó información de datos secundarios, como; las estadísticas realizadas por gente de SECTUR, en esa ciudad. Gracias a estas estadísticas, se pudo definir el tipo de hotel, servicios, que se pueden brindar, así como identificar la oferta y demanda, porque ya se conoce el número de hoteles, cuartos, total de ocupación, temporadas altas y bajas, además de la razón principal del viaje.

Lic. Miguel Gutiérrez Teáhulos jefe de proyectos turísticos

Fue quien platicó ampliamente sobre el turismo en Oaxaca.

Se le preguntó, que si es una buena opción el abrir o no, un Hotel tipo negocios o convenciones pero dijo; que este tipo de hoteles no son adecuados para la ciudad, ya que en Oaxaca no se realizan muchas convenciones o congresos debido a la falta de infraestructura, transporte, y a que la vida no es barata, además de que la razón principal de los turistas al viajar a Oaxaca es de tipo cultural o de visita a familiares.

Es por eso que en este proyecto se decide trabajar con un tipo de hotel para turistas que suelen visitar a familiares y les gustan los viajes de placer, cultural y con atractivos turísticos.

También comento que la ciudad de Oaxaca se vio sumamente afectada por el conflicto de la APPO ya que no hubo turistas, por lo que la ciudad perdió su imagen de seguridad, tranquilidad y que para recuperarse a como se encontraba, se tardará dos años aproximadamente. Un punto clave que están esperando para medir el comportamiento de los turistas, como se mencionó anteriormente es la fiesta de la Guelaguetza del año en curso.

Aunque afirmó que el conflicto, no es un factor para no invertir en

Oaxaca, ya que cada empresa puede definir a qué segmento de mercado dirigirse y enfocarse a él, ayudándose de una operadora, convenios con aerolíneas o transportes, o de agencias de viajes con el fin de asegurar un 40% ó 60% de ocupación. Además comentó que muchos de los hoteles de Oaxaca, son familiares, pequeños y no tienen un mercado definido, al cual dirigirse sino que abren esperando a que la gente llegue repentinamente sin hacerle publicidad y mucho menos promoción, por lo que muchas veces se ven en problemas económicos para mantenerse en el mercado.

El trabajar con una operadora puede llegar a ser difícil ya que ésta puede cobrar una comisión alta, lo que hace que se obtengan menos ganancias, como hotelero.

Otros de los puntos que comentó el licenciado Gutiérrez, para atraer a clientes a los hoteles; es el de ofrecer diferentes tipos de promociones y descuentos.

También dijo que los turistas buscan hospedarse en un hotel de 4 o 5 estrellas, y que en Oaxaca no hay muchos de éstos. Ya que en el 2005 había 134 hoteles de 1 a 3 estrellas y un total de 50 hoteles de 4 y 5 estrellas. (Unidad informática y estadísticas, 2005)

Dijo que el turismo Europeo ocupa un gran porcentaje de visitantes a Oaxaca nombrando los principales países como Italia, Francia, etc.

También mencionó que muchos de los hoteles de Oaxaca sobreviven porque tienen bien definido a qué mercado dirigirse como es el caso del Hotel Camino Real y Casa Oaxaca que son hoteles que la mayoría del tiempo tienen una ocupación del 30% al 60% en el caso de Hotel Casa Oaxaca es necesario hacer reservación con tres meses de anticipación.

Por último comentó que Oaxaca es una ciudad llena de atractivos, que es necesario tener una estancia de por lo menos una semana para conocer las diferentes atracciones y las actividades tanto culturales, recreativas como ecoturísticas, ya que ahora le están dando mucha importancia.

Ing. Sylvia Santiago Hernández jefe de Mercadotecnia
--

Comentó el cómo se maneja la promoción de la ciudad de Oaxaca y el de las otras regiones de ésta misma. Proporcionó revistas de diferentes partes del mundo, donde se promociona las diferentes actividades que hay la ciudad. En muchos de los anuncios sólo aparece la promoción “Visita Oaxaca, México” y en otros aparece las tarifas de diferentes hoteles.
--

El hotel contará con 21 habitaciones lo que lo diferencia de otros hoteles de su tipo. Los hoteles familiares cuentan con 4 a 10 habitaciones en promedio, esto le da un plus a nuestro proyecto porque se puede trabajar con grupos grandes.

La Secretaría de Turismo de Oaxaca, proporciona a todos los hoteleros un espacio en su página de Internet, donde puede haber un acceso directo a la página principal de cada hotel, en el caso que tuviesen. El costo por este servicio es de \$100.00 anuales. También la Secretaría de Turismo se encarga de llevar folletos de cada hotel a las ferias de turismo.

5.1.2 Investigación cuantitativa

5.1.2.1 Observación

5.1.2.1.1 Análisis de la competencia

Se hizo un estudio basado en la observación, primero se identificó a la competencia directa en donde se encontró que existen 4 hoteles alrededor del hotel, los cuales son: Hotel Oaxaca Inn, Hotel Anturios, Suites Colibrí y Hotel Veracruz. A estos hoteles se les observó durante un tiempo, para ver las instalaciones que tiene y ver el tipo de huésped. Además de que se les preguntó a cada recepcionista acerca de los servicios que ofrecen, tarifas, número de habitaciones. También se observó los alrededores del Hotel. (Anexo 2)

Los resultados obtenidos fueron:

Aspectos	Hallazgos
Capacidad de Hospedaje	<p>Hotel Oaxaca Inn</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene 50 habitaciones estándar y 6 suites
	<p>Hotel Suites Colibrí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene 22 Suites
	<p>Hotel Anturios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene 32 habitaciones
	<p>Hotel Veracruz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene 55 habitaciones

Aspectos	Hallazgos
Servicios que ofrecen	<p>Hotel Oaxaca Inn</p> <ul style="list-style-type: none"> • TV por cable, línea telefónica con acceso a fax o modem, estacionamiento y restaurante.
	<p>Hotel Suites Colibrí</p> <ul style="list-style-type: none"> • TV con cable, aire acondicionado, caja de seguridad, servi- bar, baño con tina, secadora de cabello, conexión a Internet, servicio de fax, estacionamiento.
	<p>Hotel Anturios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono, TV, seguridad, limpieza, estacionamiento, restaurante que solo atiende en el horario de 7am a 12 a.m para servir desayunos, servicio de tour.
	<p>Hotel Veracruz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono, estacionamiento, TV, restaurante de 7am a 11p.m,

Aspectos	Hallazgos
Tarifas	Hotel Oaxaca Inn <ul style="list-style-type: none"> • Sencilla \$570.00 • Doble \$670.00 • Triple \$770.00 • Suite \$1050.00 • Persona Extra \$100.00 Incluye impuestos
	Hotel Suites Colibrí <ul style="list-style-type: none"> • Sencilla \$1,020.00 • Doble \$1,160.00 • Triple \$1,430.00 • Cuádruple \$1,815.00 • Quíntuple \$2,000.00 Incluye impuestos
	Hotel Anturios <ul style="list-style-type: none"> • Sencilla \$550.00 • Doble \$700.00 • Triple \$750.00 Incluye impuestos
	Hotel Veracruz <ul style="list-style-type: none"> • Sencilla \$540.00 • Doble \$640.00 • Triple \$690.00 Incluye impuestos

Aspectos	Hallazgos
Calidad del servicio	Hotel Oaxaca Inn <ul style="list-style-type: none"> • El aspecto de sus instalaciones son sucias

	<p>Hotel Suites Colibrí</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aspecto de sus instalaciones son muy limpias
	<p>Hotel Anturios</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aspecto de sus instalaciones son limpias
	<p>Hotel Veracruz</p> <ul style="list-style-type: none"> • El aspecto de sus instalaciones son sucias, tienen un olor desagradable

Al realizar la observación se descubrió que el hotel esta muy bien ubicado; ya que está zona transitada, rodeado de lugares de interés como: el mercadito de la colonia Reforma, en donde se puede encontrar comida de la región así como artesanías, también se encuentran varios restaurantes tales como; Pizza Rústica, Taquería los Combinados, Restaurante Argentino el “Che”, Marisquera la Red, Taquería Mixtacos, Restaurante Orgánico, Restaurante el Regio, etc. Además, que sólo se encuentra a 4 cuadras y media del ADO central camionera de Oaxaca. Y a 6 minutos en automóvil del centro histórico de Oaxaca.

Al estar rodeado de restaurantes no se cree conveniente tener el servicio de restaurante todo el día, por lo tanto al inicio, sólo se tendrá un pequeño restaurante dentro del Hotel, para ofrecer el servicio de desayuno incluido a los huéspedes, así como brindar este servicio al público en general con un horario de 7 a.m. a 12 a.m. Ya que los turistas tienen demasiadas opciones para ir a comer y cenar, pero posteriormente si los huéspedes piden que el servicio sea de comidas y cenas éste se abrirá.

En la parte de Anexos se encuentra un croquis de localización y los diferentes restaurantes que lo rodean. El posible hotel se encuentra ubicado en la calle de Emilio Carranza #604 en la colonia Reforma de la ciudad de Oaxaca, Oaxaca. (Anexo 3)

Se planea que el hotel se abra al público en el mes de abril del año 2008, porque actualmente el edificio se encuentra arrendado por la CNA (Comisión Nacional del Agua). El contrato de arrendamiento del edificio vence el 31 diciembre del año en curso y posteriormente se ocuparán 3 meses para la remodelación y equipamiento del mismo.

5.1.2.2 Análisis de datos secundarios

Los datos secundarios se obtuvieron en la Secretaría de Turismo de la ciudad de Oaxaca en el departamento de informática y estadística de las personas encuestadas del 1 de enero del 2006 al 6 de noviembre del 2006.

Estas se investigaron con el fin de conocer acerca del comportamiento de los turistas en dicha ciudad, además de obtener datos estadísticos como: ¿cuál fue el medio de transporte que utilizó?, ¿cuál fue la razón principal de su viaje?, ¿qué tipo de reservación realizó?, ¿en donde se hospedó durante su estancia?, ¿cuándo buscó información para este viaje?, ¿consultó algún medio? , ¿qué fue lo que más le gustó del destino?, el lugar de procedencia, afluencia de visitantes, ocupación de cuartos, números de hoteles y clasificación de éstos, temporadas altas y bajas entre otras.

Aspectos	Hallazgos
Medio de transporte	Avión, autobús, automóvil, y otros. (Anexo 4)
Razón principal de su viaje	Visita a familiares, congreso, convención, exposición, Luna de miel, negocios Individuales, sol y playa, cultura, compras, ecoturismo/aventura, estudios/académico, religión/ peregrinación, otra. (Anexo 4)
Tipo de reservación	Paquete, servicio por separado, ninguno. (Anexo 4)
Medio de información	www.visitmexico.com , www.aoaxaca.com , folletos

para el viaje	con el logo Oaxaca, folletos con el logo CPTM, 0180044 México, 0080011112266, ninguno de los anteriores. (Anexo 4)
¿Dónde se hospedó durante su estancia?	Hotel, hotel todo incluido, campamento, con familiares y amigos, casa/depto.propio, casa/depto. rentado, hostel, otro. (Anexo 4)
¿Qué fue lo que más le gustó del destino?	Actividades y eventos, ambiente, arqueología, artesanías, atractivos turísticos, clima, costumbres y tradiciones, cultura, folklore, gastronomía, gente, hospitalidad, nada, naturaleza, servicios, todo, arquitectura. (Anexo 4)
Ciudad de Origen	Oaxaca, Aguascalientes, Baja California Norte, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán, Zacatecas, México, Canada, Estados Unidos de América, Haiti, Guatemala, Argentina, Colombia, Chile, Guyana, Paraguay, Uruguay, Alemania, Bélgica, Francia, Inglaterra, Irlanda, Italia, Suiza, Australia, España. (Anexo 4)
Principales visitantes a Oaxaca. Nacionales y Extranjeros	Nacionales: Edo. de México, Distrito Federal , Puebla, Veracruz, Tabasco, Jalisco, Nuevo León, Morelos, Campeche, Guanajuato, Sinaloa. Extranjeros: E.E.U.U(California, Texas, Florida, Nueva York, Washington, Arizona, Llincis) Francia,

	Italia, Alemania, España, Inglaterra, Corea. (Anexo 5)
Oferta de Servicios Turísticos (Hoteles).	1*,2*,3*,4*,5*. Estrellas. (Anexo 5)
Número de cuartos	1*,2*,3*,4*,5*. Estrellas. (Anexo 5)
Temporadas Altas y Bajas	Semana Santa 21 al 27 de Marzo Guelaguetza 15 al 25 de Julio Todos Santos 30 de oct. al 02 de noviembre Decembrina 17 al 31 de Diciembre Temporadas bajas los demás días del año (Anexo 6)

5.1.3 Licencias, permisos y requisitos para establecer un hotel en la ciudad

Los pasos que se deben hacer para poder abrir un establecimiento tipo Hotel, son los siguientes:

5.1.3.1 Licencias

Para tener la licencia de un Hotel es necesario cumplir con los siguientes pasos:

1. Comprar el formato Único en las Oficinas del Municipio de Oaxaca, ubicado en la plaza de la danza.
2. Llenar el formato Único, sacarle dos copias y entregar en Murguía #800.
3. Identificación oficial del propietario del lugar
4. Copia de comprobante de domicilio en su propiedad (copia del pago Predial vigente o contrato de arrendamiento si el local es rentado).
5. Cuatro fotografías del local comercial (2 interiores y 2 exteriores)
6. Licencia del uso expedida por la dirección general de Desarrollo Urbano y Ecología. Ubicada en Murguía #800.

7. Croquis de localización original y cuatro copias
8. Si se trata de una persona moral, su representante legal o apoderado, testimonio o copia certificada de la escritura constitutiva y en su caso del acta que acredite su personalidad.

5.1.3.2 Licencia para uso de suelo e inicio de operaciones

Ir a la dirección de desarrollo urbano y ecología localizado en Murguía #800 y comprar en ventanilla el formato para uso de suelo, pero como el edificio ya está construido esto ya se hizo anteriormente por lo tanto ya no es necesario hacer este trámite. Debido a que se le van hacer pequeñas modificaciones al edificio, no es necesario volver a pedir el permiso de uso de suelo, sólo en caso de que el edificio requiera mayores modificaciones y cambie totalmente su estructura. Su costo es de acuerdo a las modificaciones que éste necesite. Por lo tanto sólo se necesita un formato de inicio de operaciones, el cual debe contener los datos de la persona física así como un mapa y fotos del mismo antes de iniciar operaciones. El costo del permiso depende de lo que se vaya hacer.

.

5.1.3.3 Registro federal de contribuyentes (RFC)

Otro requisito que se necesita para abrir un hotel es la solicitud de inscripción en el Registro federal de contribuyentes (RFC) de la empresa, el cual se puede adquirir en las oficinas de Hacienda sin ningún costo, tomando en cuenta los siguientes requisitos:

Para personas físicas:

- 1.- Copia certificada y fotocopia simple del acta de nacimiento expedida por el registro civil o carta de naturalización o copia y/o (original) de la constancia de la CURP expedida por gobernación y original de identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el gobierno federal, estatal o municipal que contenga la CURP . Tratándose de extranjeros original y fotocopia del documento migratorio vigente con la autorización para realizar los actos o actividades que manifieste en el aviso de inscripción.

2.-Comprobante de domicilio original y copia fotostática cuya vigencia no exceda 4 meses (entre otros, comprobantes de pago de agua, luz, teléfono domiciliario, que pueden estar a nombre de un tercero) y de dos meses en caso de estado de cuenta bancario a nombre del contribuyente. Dicho comprobante debe contar como mínimo con lo siguiente: nombre de la calle, número exterior e interior, colonia o localidad.

3.-Identificación original y copia fotostática (IFE, cartilla, pasaporte, cédula profesional o cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por gobierno federal, estatal o municipal en caso de que dicha identificación contenga CURP ya no se anexa acta o constancia CURP). Tratándose de extranjeros documento migratorio vigente.

4.- En caso de representante legal, copia certificada y copia fotostática del poder notarial, tratándose de residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México. Deberán acompañar original del documento notarial con el que se haya designado el representante legal para efectos fiscales.

5.1.4 Clasificación de hoteles

En la Secretaría de Turismo se obtuvo la clasificación de hoteles de acuerdo al número de estrellas, en Oaxaca no está reglamentado todavía, ya que cada empresario le asigna el número de estrellas de acuerdo a lo que él piensa. Solamente los hoteles de cadena tienen un estándar para sus hoteles.

Existen tres asociaciones de hoteles, las cuales tampoco regulan este factor solamente los hoteleros se pueden asociar a ellos ya teniendo el número de estrellas.

Solamente en la Secretaría de Turismo cuentan con una empresa llamada CALMECAC (Calidad Mexicana Certificada) que se dedica a determinar la clasificación certificada de la calidad de las instalaciones (estrellas) y de los servicios y operación (diamantes) de los establecimientos de hospedaje a nivel nacional e internacional. Pero esta clasificación se puede obtener de manera

opcional haciendo un proyecto con CALMECAC y la empresa hotelera paga este estudio, pero no es obligatorio.

5.1.5 Inscripción en SECTUR

Una vez que el hotel este funcionando puede inscribirse en la base de datos de la Secretaría de Turismo para que éste aparezca en la página Web de SECTUR que es www.oaxaca.com y en las exposiciones que hacen para hacerle publicidad a Oaxaca, lo único que se tiene que hacer es llevar información del hotel como fotos, folletos, el nombre de la página Web del hotel, el nombre de la persona física o moral, su identificación y la dirección del hotel.

5.1.6 Estimación y pronóstico de la demanda

Para el pronóstico de la demanda, se seleccionaron alrededor de 30 hoteles con clasificación de tres y cuatro estrellas, a los cuales se les investigó el número de habitaciones sencillas, dobles y triples, así como las tarifas que ofrecen durante la temporada alta y la baja. Después de tener los precios, la cantidad y la clasificación se prosiguió al cálculo de series de tiempo suavizado para pronosticar el precio de las habitaciones. Para este cálculo se utilizó el programa de computadora VIEWS (anexo 7).

5.2. Análisis Financiero

En esta parte se encuentran todos los análisis financieros que se hicieron para conocer la factibilidad de abrir o no un hotel en la colonia reforma de la ciudad de Oaxaca. Los análisis fueron proyectados a cuatro años comenzando en el año 2008.

5.2.1 Estados financieros proforma

Los estados financieros proforma son estados que proyectan los resultados de ciertos sucesos supuestos y no de un suceso real que sucederán en un futuro. A continuación se presentarán esos análisis.

A continuación se presentarán todos los análisis realizados;

5.2.1.1 Balance general proforma

Para fines de este proyecto se elaboró el balance general del primer año de vida del Hotel. En base a este balance se obtuvo la tasa de rendimiento así como las razones financieras que después se muestran.

Balance General Al 31 de Diciembre del año...

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Efectivo	\$ 458,000.00	Proveedores	\$ 468,290.00
Banco	\$ 200,000.00	Cuentas por pagar	\$ 700,000.00
Anticipo a proveedores	\$ 160,000.00	Intereses por pagar	\$ 220,000.00
Deudores diversos	\$ 90,000.00	Acreedores diversos	\$ 265,710.00
Inventarios	\$ 900,000.00		
		Total de Pasivos Circulante	\$ 1,654,000.00
		Pasivo a Largo Plazo	
		Deuda a largo plazo	\$ 850,000.00
		Total de Pasivos	\$ 2,504,000.00
		Capital Contable	
Total Activo Circulante	\$ 1,808,000.00	Capital Social	\$ 6,054,783.87
		Utilidades del ejercicio	\$128,506.13
Terreno	\$ 2,000,000.00	Total de Capital Contable	\$ 6,183,290.00
Edificio	\$ 5,000,000.00		
Depreciación	\$ 120,710.00	Total Pasivo mas Capital Contable	\$ 8,687,290.00
Total Activos	\$ 8,687,290.00		

Fuente: elaboración propia

Tabla 5.1 Balance General

5.2.1.2 Estados de resultados proforma

En el siguiente estado de resultados, se registran las ventas anuales, los gastos de operación, los gastos financieros y los gastos de depreciación, así como los costos fijos y los intereses entre otros, éstos se capturan con el fin de conocer la

utilidad del proyecto, para así poder determinar la tasa de rendimiento, el valor presente neto, índice de rentabilidad.

Las ventas netas proyectadas para los próximos cuatro años, contemplan los ingresos provenientes de las diferentes habitaciones que ofrece el Hotel entre ellas está; las 7 habitaciones sencillas, las 10 habitaciones dobles y las 4 habitaciones triples. También se tomaron en cuenta las dos temporadas; alta y baja, ver anexo 8 para más detalle.

A cada año se le asignó un diferente porcentaje de ocupación, basado en las estadísticas de derrama económica, estancia promedio y gastos diarios de la afluencia de visitantes según la Secretaría de Turismo de Oaxaca Anexo 9. Los porcentajes que se usaron, fueron los siguientes; 35% para el primer año, 40% para el segundo año, 43% para el tercer año y 45% para el cuarto año.

Los gastos de operación incluyen; artículos de limpieza, papelería, teléfono, energía eléctrica, cuotas y suscripciones, mantenimiento del lugar, publicidad y gas, para más detalle ver anexo 10.

Los gastos de financiamiento fueron resultado de un préstamo de \$850,000 con una tasa de .015% mensual. Ver tabla de amortización anexo 11.

Los gastos de depreciación se obtuvieron a través del 10% del total del mobiliario y del 30% del total de la aparatos de tecnología. Estos porcentajes se tomaron de la tabla de depreciación de activos fijos tangibles y amortización de los intangibles, encontrada en el libro análisis y evaluación de proyectos de inversión del autor Coss Bu (1999). Para los primeros tres años es la misma cantidad, para el cuarto cambia a \$75,810.00. Anexo 12

Los costos fijos que involucra el hotel son; sueldos y salarios, aguinaldos, Internet, y T.V. por cable. Anexo 13

Se tomó en cuenta 3.5% de la tasa de inflación para los 4 años, esta se obtuvo de la publicación trimestral de Salles, Sainz- Grant Thomson, S.C. en donde dice que analistas del sector privado anticipan que en el 2007 la inflación general será de 3.5, por otra parte se prevé que para el 2008 la inflación general cierre en 3.5%.

Estado de Resultados	2008 - 2009	2009 - 2010	2010 - 2011	2011 - 2012
Hotel	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS NETAS	\$ 2,068,070.00	\$2,446,235.96	\$2,722,417.64	\$2,948,589.73
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 606,065.16	\$ 664,130.18	\$ 728,745.20	\$ 743,320.11
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 159,347.30	\$ 190,518.53	\$ 227,787.42	\$ 272,346.77
GASTOS POR DEPRECIACIÓN	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 75,810.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 1,181,947.54	\$1,470,877.25	\$1,645,175.02	\$1,857,112.85
COSTOS FIJOS	\$ 504,890.00	\$ 594,969.75	\$ 615,793.69	\$ 637,346.47
UAI	\$ 677,057.54	\$ 875,907.50	\$1,029,381.33	\$1,219,766.38
INTERESES	\$ 140,277.70	\$ 109,106.47	\$ 71,837.58	\$ 27,278.23
UTILIDAD antes de impuestos e impuestos	\$ 536,779.84	\$ 766,801.03	\$ 957,543.75	\$1,192,488.15
ISR 28%	\$ 189,576.11	\$ 245,254.10	\$ 288,226.77	\$ 341,534.59
UTILIDAD NETA	\$ 347,203.73	\$ 521,546.93	\$ 669,316.98	\$ 850,953.57

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.2 Estado de Resultados

5.2.1.3 Flujo de efectivo por operación

A continuación se muestran los resultados obtenidos de la utilidad neta más los gastos de depreciación, esta suma da como resultado los flujos de efectivo por operación los cuales representan la cantidad que el hotel cobra y paga.

FLUJO EFECTIVO TOTAL DE OPERACIÓN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
UTILIDAD NETA	\$ 347,203.73	\$ 521,546.93	\$ 669,316.98	\$ 850,953.57
AJUSTE POR DEPRECIACIÓN	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 75,810.00
FLUJO DE EFECTIVO POR OPERACIÓN	\$ 467,913.73	\$ 642,256.93	\$ 790,026.98	\$ 926,763.57

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.3 Flujo de Efectivo total por operación

5.2.1.3.1 Capital de trabajo neto

El capital de trabajo neto se obtiene, de restar los activos circulantes del balance general menos los pasivos a corto plazo; dando un total de \$154,000.00. Para los siguientes años se invertirá en CTN el 10% de las ventas anuales.

CAPITAL DE TRABAJO NETO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
CTN inicial	-\$ 154,000.00				
CAMBIO		-\$ 52,807.00	- \$ 37,816.60	- \$ 27,618.17	\$ 272,241.76
	-\$ 154,000.00	\$ 52,807.00	\$ 37,816.60	\$ 27,618.17	-\$ 272,241.76

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.4 Capital de Trabajo Neto

5.2.1.3.2 Gastos de capital

El total de la inversión será de \$ 1, 399,747.00 pesos que consisten en la remodelación del edificio, compra de mobiliario, equipos de cómputo, cocina, instalaciones de gas, teléfonos, entre otros. Anexo 14

No hay valor de salvamento, ya que el proyecto no termina su ciclo de vida en el último año.

El costo de oportunidad es de \$600, 000. 00 pesos anuales que es la renta que actualmente pagan por el edificio.

PRESUPUESTO DE CAPITAL					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
INVERSIÓN INICIAL	- 1,399,747.00				
VALOR SALVAMENTO					\$ -
COSTO OPORTUNIDAD	- 600,000.00				\$ 600,000.00
	- 1,999,747.00				\$ 600,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.5 Gastos de Capital

5.2.1.3.3 Flujos de efectivo de activos

Después de haber obtenido los flujos de operación, capital de trabajo neto y los gastos de capital, se podrá obtener los flujos de efectivo de activos, a través de los cuales se calculará el valor presente neto del proyecto.

En la siguiente tabla se muestran los FEA por los 4 años del proyecto:

FLUJO EFECTIVO DE ACTIVOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
FLUJOS DE EFECTIVO POR OPERACION		\$ 467,913.73	\$ 642,256.93	\$ 790,026.98	\$ 926,763.57
CAPITAL DE TRABAJO NETO	- 154,000.00	- 52,807.00	- 37,816.60	- 27,618.17	272,241.76
GASTOS DE CAPITAL	-\$ 1,999,747.00				\$ 600,000.00
FEA	- 2,153,747.00	\$ 415,106.73	\$ 604,440.33	\$ 762,408.81	\$ 1,799,005.33

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.6 Flujo de efectivo de activos

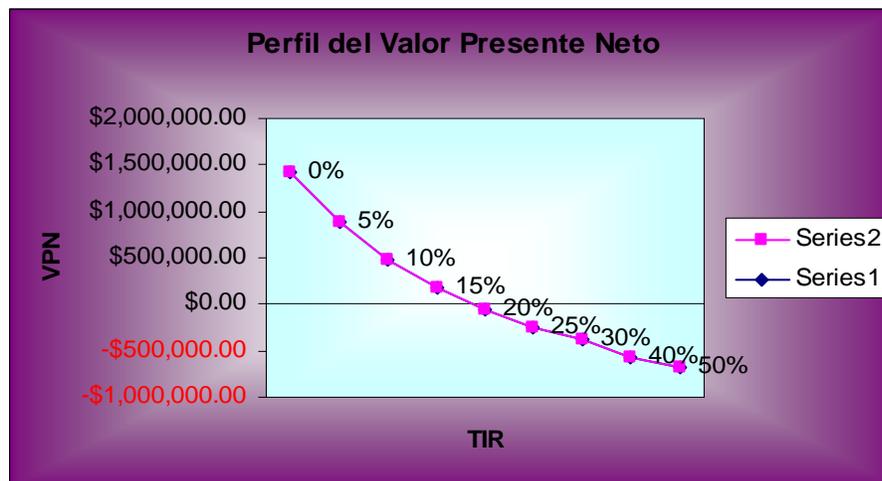
5.2.2 En base al flujo de efectivo y la inversión inicial se aplican de la siguiente manera:

5.2.2.1 Valor presente neto

El valor presente neto del Hotel es de \$128,506.13 por lo tanto es aceptable el proyecto por ser positivo. Es decir una vez recuperada la inversión inicial, se tiene una ganancia de \$128,506.13

5.2.2.1.1 Perfil del valor presente neto

La siguiente gráfica del perfil del valor presente neto, muestra el comportamiento del valor presente neto con diferentes niveles de rendimiento. En donde se demuestra que se puede tener una tasa interna de rendimiento hasta de 18.45% y si se pasa de este porcentaje, se tendrá pérdida. Anexo 15



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.1 Perfil del Valor Presente Neto

5.2.2.2 Tasa interna de rendimiento

La tasa interna de rendimiento para el proyecto es de 18.45% por lo que supera a la tasa de rendimiento requerido de la empresa que es de 15.77%, lo que quiere decir que quien financia el proyecto, puede recuperar la inversión.

5.2.2.3 Periodos de recuperación: Ordinaria y Descontada

La inversión del proyecto podrá recuperarse en 3 años 2 meses a través del periodo de recuperación ordinaria y en 3 años 6 meses por medio del método de período de recuperación descontado.

5.2.3 Métodos secundarios

5.2.3.1 Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad de este proyecto de inversión es de 1.069. Esto quiere decir que por cada peso invertido en el proyecto, se está ganando 6 centavos. Si sólo se toma en cuenta esta herramienta, el proyecto de inversión es aceptable.

5.2.3.2 Rendimiento contable promedio

Al igual que el índice de rentabilidad, éste también debe ser mayor a uno para que sea aceptado. En el caso del hotel, el rendimiento contable promedio es de 1.70 lo que quiere decir que por cada peso invertido, se gana 70 centavos. A diferencia del índice de rentabilidad, este solamente toma en cuenta las utilidades netas,

entre la inversión inicial y el índice de rendimiento toma en cuenta los flujos de efectivo.

VPN 15.77%	\$128,506.13
TIR	18.45%
IR	1.069074491
PRO	3 AÑOS 2 MESES
PRD	3 AÑOS 6 MESES
RCP	1.706752153

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.7 Resultados de Métodos Financieros

5.2.4 Análisis vertical

Para conocer los porcentajes de las operaciones del estado de resultados, es necesario dividir todas las cuentas entre las ventas netas.

De las ventas totales que representan el 100%, en el primer año; el 29.31% corresponde a los gastos de operación, el 7.71% a los gastos de financiamiento, el 5.84% a los gastos de depreciación, el 24.41% a los costos fijos, 6.78% a los interés, 9.17% a el ISR y el 16.79% a las utilidades netas, dando un total del 100%. Esto se hizo para los cuatro años siguientes como se puede ver en la siguiente tabla. Los gastos de operación fueron disminuyendo al igual que los gasto de depreciación, costos fijos, e intereses, también se puede ver que las utilidades netas van aumentando conforme pasan los años.

VENTAS NETAS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
GASTOS DE OPERACIÓN	29.31%	27.15%	26.77%	25.21%
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	7.71%	7.79%	8.37%	9.24%
GASTOS POR DEPRECIACIÓN	5.84%	4.93%	4.43%	2.57%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	57.15%	60.13%	60.43%	62.98%
COSTOS FIJOS	24.41%	24.32%	22.62%	21.62%
UAI	32.74%	35.81%	37.81%	41.37%
INTERESES	6.78%	4.46%	2.64%	0.93%
UTILIDAD antes de impuestos	25.96%	31.35%	35.17%	40.44%
ISR 28%	9.17%	10.03%	10.59%	11.58%
UTILIDAD NETA	16.79%	21.32%	24.59%	28.86%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.8 Análisis Vertical Ventas Netas

Además de hacer el análisis vertical de las cuentas del estado de resultados entre las ventas, también se hizo el análisis de los activos, pasivos, y capital contable del balance general, dividiéndolos entre los activos totales de éste mismo.

En la siguiente tabla se puede ver que la mayor parte del total de los activos está conformada por el edificio que tiene un 57.56%, y que los deudores diversos conforman una mínima parte de estos activos totales. En los pasivos quien tiene el mayor porcentaje del total de los activos es la deuda a largo plazo con 9.87% y el capital contable que tiene un 69.70%.

Balance General Al 31 de diciembre del año....				
Activo Circulante			Pasivo Circulante	
Banco	2.30%		Proveedores	5.39%
Efectivo	5.27%		Cuentas por pagar	8.06%
Anticipo a proveedores	1.84%		Intereses por pagar	2.53%
Deudores diversos	1.04%		Acreedores diversos	3.06%
Inventarios	10.36%			
			Pasivo a Largo Plazo	
Terreno	23.02%		Deuda a largo plazo	9.78%
Edificio	57.56%			
Depreciación	1.39%		Capital Contable	
			Capital Social	69.70%
Total Activos	\$8,687,290.00		Total de Pasivos más capital contable	\$8,687,290.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.9 Análisis Vertical de Activos, Pasivo y Capital

5.2.5 Análisis horizontal

El análisis horizontal se hizo con el fin de conocer como se comportan las cuentas del estado de resultados del primer año con las cuentas de los otros tres años siguientes.

En la tabla que a continuación se muestra, se puede observar que todas las cuentas a excepción de los intereses y la depreciación van aumentando para los siguientes años. Para más detalle ver Anexo 16.

	Año 1	Año2	Año 3	Año 4
VENTAS NETAS	100%	18.29%	31.64%	42.58%
GASTOS DE OPERACIÓN	100%	9.58%	20.24%	22.65%
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	100%	19.56%	42.95%	70.91%
GASTOS POR DEPRECIACIÓN	100%	0.00%	0.00%	-37.20%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	100%	24.45%	39.19%	57.12%
COSTOS FIJOS	100%	17.84%	21.97%	26.23%
UAI	100%	29.37%	52.04%	80.16%
INTERESES	100%	-22.22%	-48.79%	-80.55%
UTILIDAD antes de impuestos	100%	42.85%	78.39%	122.16%
ISR 28%	100%	29.37%	52.04%	80.16%
UTILIDAD NETA	100%	50.21%	92.77%	145.09%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.10 Análisis Horizontal

5.2.6 Pronóstico de riesgo

5.2.6.1 Análisis de Escenarios

Los análisis de escenarios tiene la finalidad de investigar los cambios en las estimaciones del VPN. Para este proyecto se consideró la temporada alta y la temporada baja, teniendo como límite superior un aumento del 5% y para el límite inferior una disminución del 5%. Las unidades vendidas en los cuatro años fueron multiplicadas por el 5% al igual que los gastos de operación, precio y costos fijos.

En el caso optimista donde se multiplicó las unidades vendidas por el precio y los costos variables del límite superior y dio como resultado un VPN positivo y una tasa interna de rendimiento mayor a la tasa de rendimiento requerido. Por lo tanto es aceptable.

En el caso pesimista hubo un VPN negativo por la disminución de las ventas y los precios y el aumento de los costos.

En las siguientes tablas se muestran los resultados del caso optimista y del caso pesimista para los 4 años. Anexo 17

	CASO OPTIMISTA			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS NETAS	\$2,280,047.18	\$2,696,979.53	\$3,001,455.89	\$3,250,815.90
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 604,550.00	\$ 662,469.85	\$ 726,923.34	\$ 741,461.81
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 159,347.30	\$ 190,518.53	\$ 227,787.42	\$ 272,346.77
GASTOS POR DEPRECIACIÓN	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 75,810.00

UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$1,395,439.88	\$1,723,281.15	\$1,926,035.13	\$2,161,197.32
COSTOS FIJOS	\$ 479,645.50	\$ 565,221.26	\$ 585,004.01	\$ 605,479.15
UAI	\$ 915,794.38	\$1,158,059.89	\$1,341,031.13	\$1,555,718.17
INTERESES	\$ 140,277.70	\$ 109,106.47	\$ 71,837.58	\$ 27,278.23
UTILIDAD antes de impuestos	\$ 775,516.68	\$1,048,953.42	\$1,269,193.55	\$1,528,439.95
ISR 28%	\$ 256,422.43	\$ 324,256.77	\$ 134,103.11	\$ 435,601.09
UTILIDAD NETA	\$ 519,094.25	\$ 724,696.65	\$1,135,090.43	\$1,092,838.86

Fuente: Elaboración propia

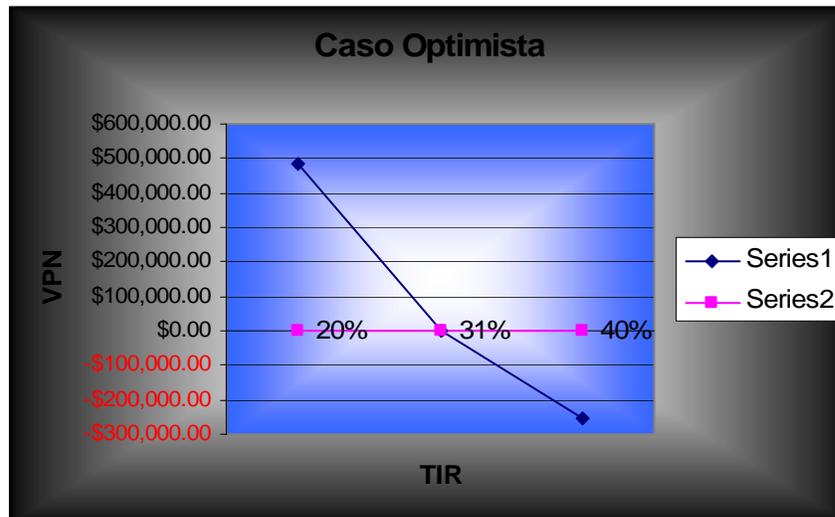
Tabla 5.11 Análisis de Escenario, Caso Optimista

VPN 15.77%	\$756,857.46
TIR	31%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.12 VPN y TIR Caso Optimista

Para una mejor comprensión del VPN y la TIR del caso optimista se presenta la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.2 VPN, TIR Caso Optimista

	CASO PESIMISTA			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS NETAS	\$1,866,433.18	\$2,207,731.55	\$2,456,974.10	\$2,661,098.73
GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 668,186.84	\$ 732,203.52	\$ 803,441.58	\$ 819,510.42
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 159,347.30	\$ 190,518.53	\$ 227,787.42	\$ 272,346.77
GASTOS POR DEPRECIACIÓN	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 120,710.00	\$ 75,810.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$ 918,189.04	\$1,164,299.49	\$1,305,035.09	\$1,493,431.54

COSTOS FIJOS	\$ 530,134.50	\$ 624,718.24	\$ 646,583.37	\$ 669,213.79
UAII	\$ 388,054.54	\$ 539,581.25	\$ 658,451.72	\$ 824,217.74
INTERESES	\$ 140,277.70	\$ 109,106.47	\$ 71,837.58	\$ 27,278.23
UTILIDAD antes de impuestos	\$ 247,776.84	\$ 430,474.78	\$ 586,614.14	\$ 796,939.52
ISR 28%	\$ 108,655.27	\$ 151,082.75	\$ 184,366.48	\$ 230,780.97
UTILIDAD NETA	\$ 139,121.57	\$ 279,392.03	\$ 402,247.66	\$ 566,158.55

Fuente: Elaboración propia

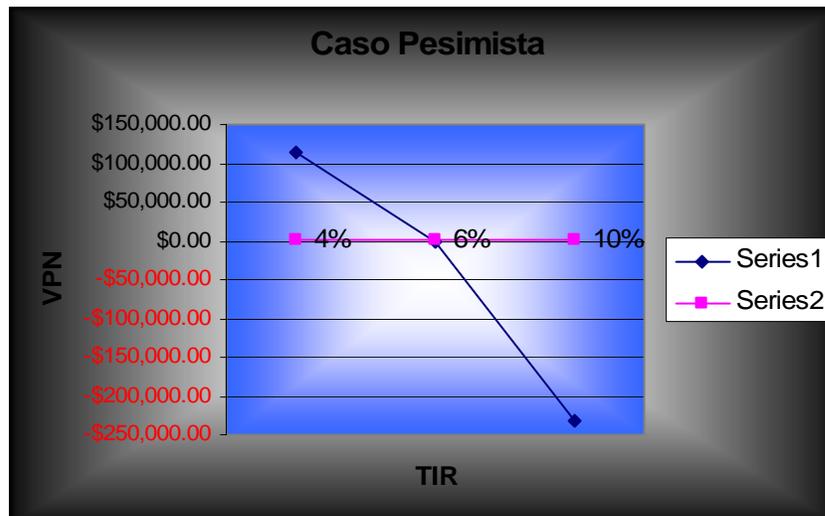
Tabla 5.13 Análisis de Escenario, Caso Pesimista

VPN 15.77%	-\$462,315.06
TIR	6%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.14 VPN y TIR Caso Pesimista

Para una mejor comprensión del VPN y la TIR del caso pesimista se presenta a continuación la siguiente gráfica:



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5.3 VPN, TIR Caso Pesimista

5.2.6.2 Análisis de Sensibilidad

Los análisis de sensibilidad tienen como fin congelar todas las variables con excepción de una, la cual se examinará para ver los cambios que pueda presentar ante el VPN.

Para este proyecto, se tomaron en cuenta las variables de precio, costos variables y cantidad de habitaciones vendidas.

Para el primer análisis se tomó en cuenta la variable precio, en donde se aumentó y disminuyó un 15% multiplicándola por la variable de cantidad, del caso base. Al jugar con estas variables se descubrió que si el precio baja un 15% habrá pérdidas, por lo que sólo se puede bajar hasta un 11%, esto se dio en el año 1. Anexo 18.

El VPN de los 4 años, donde se aumentó el 15% en el precio, dio como resultado un valor positivo.

VPN	
15.77%	\$736,338.10
TIR	30.73%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.15 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con aumento 15%

Cuando se disminuyó el 15% al precio dio un resultado del VPN negativo por lo tanto, una tasa interna de rendimiento menor a la del redimiendo requerido.

VPN	
15.77%	-\$521,513.07
TIR	4.31%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.16 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con disminución 15%

En el segundo análisis de sensibilidad, se multiplicaron los precios establecidos a las diferentes habitaciones del caso base, por el número de habitaciones de los 4 años ya aumentados y disminuidos un 12%.

Al disminuir el número de habitaciones en el primer año, dio un VPN negativo como se muestra en la siguiente tabla, lo que significa que habrá una pérdida de \$2,293.83 pesos, para que esto no ocurra es necesario mantenerse en un 11%. Anexo 19.

OPTIMISTA	
Flujo de Efectivo por Operación:	\$ 646,594.98
Valor Presente Neto:	\$ 276,274.24
Tasa Interna de Rendimiento:	22%
PESIMISTA	
Flujo de Efectivo por Operación:	\$ 289,232.48
Valor Presente Neto:	-\$ 2,293.82
Tasa Interna de Rendimiento:	16%
PESIMISTA con 11%	
Flujo de Efectivo por Operación:	\$ 304,122.59
Valor Presente Neto:	\$ 8,606.17
Tasa Interna de Rendimiento:	16%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.17 FEO, VPN y TIR Análisis de sensibilidad con disminución y aumento año 1

Al disminuir las ventas de los cuatro años, dio un VPN negativo, por lo tanto el Hotel debe mantener sus ventas como están pronosticadas en el caso base. Por lo contrario, si el hotel vende más noches podrá tener mejores ganancias.

VPN 15.77%	-\$386,930.54
TIR	7.38%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.18 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con disminución en ventas

VPN	
15.77%	\$643,936.91
TIR	28.81%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.19 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con aumento en ventas

Para el último análisis se utilizaron las variables de costos variables con un aumento del 8% y una disminución de 8% para cada año. Estas se multiplicaron por las unidades vendidas del caso base.

En el año 1, en ambos casos dio un resultado positivo de VPN, lo que significa que sí hay un aumento o disminución del 8% en los costos variables, seguiría siendo factible el proyecto.

OPTIMISTA	
Flujo de Efectivo por Operación:	\$ 444,037.16
Valor Presente Neto:	\$110,690.76
Tasa Interna de Rendimiento:	18.07%
PESIMISTA	
Flujo de Efectivo por Operación:	502,857.24
Valor Presente Neto:	\$154,579.04
Tasa Interna de Rendimiento:	19.02%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.20 FEO, VPN y TIR Análisis de sensibilidad con aumento y disminución año1

Cuando se disminuyeron los gastos de operación en los cuatro años hubo un VPN positivo. Y al aumentar estos gastos salió un valor negativo del VPN.

VPN	
15.77%	\$45,632.69
TIR	16.74%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.21 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con disminución en costos variables

VPN 15.77%	-\$145,017.25
TIR	12.63%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.22 VPN y TIR Análisis de sensibilidad con aumento en costos fijos

Al jugar con las tres variables se observó que el Hotel es muy sensible a los cambios, ya que si se bajan los precios o la cantidad de habitaciones vendidas habrá VPN negativo.

5.2.7 Razones Financieras

5.2.7.1 Razones de Rentabilidad

Su propósito es medir el grado de eficiencia con el cual la empresa utiliza sus activos y con cuánta eficiencia administra sus operaciones.

5.2.7.1.1 Margen de Utilidad Neta 16.79%

Utilidad neta / ventas

Mide la cantidad de utilidad disponible de cada peso de ventas, después de que todos los gastos han sido pagados, incluyendo los gastos de operación, generales y administrativos, la depreciación, los intereses y finalmente los impuestos. Un 16.79% de cada peso de ventas queda a disposición del inversionista

5.2.7.1.2 ROA 4%

Utilidad neta/Activos totales

El rendimiento sobre los activos mide el desempeño administrativo. Además muestra la eficiencia con la que se utilizan los activos.

5.2.7.1.3 ROE 5.62%

Utilidad neta / Capital total

El rendimiento sobre el capital es una medida de cómo le fue al accionista durante el año. En este caso por cada peso que invierte el inversionista ganará 5.62 centavos de utilidad. Además mide la verdadera línea de fondo de desempeño de la empresa. La diferencia entre el ROE y ROA radica en el apalancamiento financiero. Ejemplo si el ROE es mayor al ROA significa que tiene apalancamiento financiero. Por lo tanto con esta razón se esta demostrando de que el hotel esta apalancado.

5.2.7.2 Razones de apalancamiento

Las razones de apalancamiento miden el grado de utilización que hace una empresa del apalancamiento financiero y, como tales, son de interés para los acreedores y propietarios.

5.2.7.2.1 Razón deuda 0.19039

Pasivos/activos totales

Esta razón mide la proporción de los activos totales de una empresa que se financian con fondos de los acreedores.

Los acreedores del hotel financian 19% de los activos totales de la empresa.

5.2.7.2.2 Razón deuda capital 0.1374 veces

Deuda total / Capital contable total

Esta razón relaciona la cantidad de financiamiento por deuda de una empresa con la cantidad de financiamiento por capital. El hotel recibe de sus acreedores 0.1374 pesos de cada peso invertido por su accionista.

5.2.7.2.3 Razón cobertura de Intereses 4.82655

UAll/Gastos por intereses

Esta razón mide qué tan bien ha cubierto una compañía sus obligaciones de pago de intereses, en el caso del hotel la cuenta de intereses se cubre 4.82655 veces.

5.2.7.2.4 Multiplicador de capital 1.40496 veces

Total de activos/total de capital

Muestra cual es el total de activos que tiene una empresa por cada peso de capital del inversionista.

5.2.7.2.5 Razón cobertura de efectivo 5.6870

(UAll+Dep)/Intereses

Esta razón nos dice el número de veces que el efectivo cubre para pagar los intereses. Lo que significa que el hotel tiene 5.68 veces.

El problema de la razón anterior es que no es una medida real de efectivo disponible para pagar intereses. Es usada frecuentemente como una medida del flujo de efectivo para satisfacer obligaciones financieras.

5.2.7.2.6 Razón de deuda total 0.28823

Activos totales- capital total/activos totales

La razón de deuda total toma en cuenta todas las deudas de todos los vencimientos para todos los acreedores. Por lo tanto el hotel tiene .2883 pesos de deuda por cada peso de activos.

5.2.7.2.7 Razón de deuda a largo plazo 0.12085

Deuda a largo plazo /deuda a largo plazo + capital total

5.2.7.3 Razones de liquidez

Miden la liquidez de una empresa. Su propósito es evaluar la capacidad de la empresa para cumplir a tiempo sus obligaciones financieras. Se enfoca en los activos y pasivos circulantes. Para los acreedores es muy importantes.

Las razones de solvencia a corto plazo son un grupo cuyo propósito es proporcionar información acerca de la liquidez de una empresa. La preocupación primordial es la capacidad de la empresa de pagar sus cuentas a corto plazo sin estrés.

5.2.7.3.1 Razón circulante **1.093**

Activo circulante/pasivo circulante

Mide el número de veces que los activos circulantes de la empresa cubren sus pasivos a corto plazo. Supuestamente cuanto más alta es la razón de circulante mayor será la capacidad de la empresa para cumplir con sus pasivos a corto plazo a su vencimiento. Una razón de circulante igual a 2 es el objetivo apropiado de cualquier empresa. En este caso se podría decir que el hotel tiene 1.093 pesos en activo circulante por cada peso en pasivo circulante, o bien que el hotel tiene sus pasivos circulantes cubiertos 1.093 veces.

5.2.7.3.2 Razón rápida o prueba del ácido **0.54897**

Activos circulantes-inventarios/pasivos circulantes

Los inventarios son los activos circulantes menos líquidos. Es difícil convertirlos en efectivo de inmediato. Es una medición más estricta de la liquidez de la empresa que la razón de circulante. Se demuestra que el hotel cuenta con más del 50% del total de los activos circulantes.

5.2.7.3.3 Razón efectivo **0.27690**

Efectivo/ pasivos circulantes

Esta razón es interesante para los acreedores a corto plazo. Mide el número de veces que la empresa cubre sus pasivos circulantes con el efectivo que posee. La razón fue de .27, lo que significa que por cada en el pasivo circulante, éste se cubre .27 veces.

5.2.7.3.4 Capital de trabajo neto a activos totales 0.017727

Capital de Trabajo neto/activos totales

Al tener un nivel bajo podría indicar niveles relativamente bajos de liquidez.

5.2.7.4 Razón de rendimiento de activos

Estas indica cuanto se invirtió en una algún determinado activo o grupo de activos en relación a lo se vende.

5.2.7.4.1 Rotación de activos totales 0.23805

Ventas netas/activos totales

Esta razón indica la eficiencia con la que una empresa utiliza todos sus recursos para generar ventas y es un indicador conciso de la producción con la que la empresa utiliza sus activos. Por cada peso en activos se genera .23805 en ventas.

5.2.7.4.2 Días de venta en inventario 542.0209

365 días/rotación del inventario

El inventario permanece detenido 542 días en promedio. Lo que significa que permanece estable durante un largo periodo de tiempo.

5.2.7.4.3 Rotación de inventarios 0.67340

Costo de venta/inventarios

El hotel tiene una rotación de inventarios de 0.6734 veces al año. Mientras más alta sea es mejor.

5.2.7.4.4 Rotación del capital de trabajo neto 13.42902veces

Ventas/ capital de trabajo neto

Esta razón mide cuánto “trabajo” se obtiene del capital de trabajo por lo tanto el hotel tendrá 13.42 veces de rotación de capital de trabajo neto. Un nivel elevado es el preferido.

5.2.7.4.5 Rotación de activos fijos

0.238057 veces

Ventas/ activos fijos netos

Esta razón indica el grado en que una empresa utiliza las propiedades y equipo existentes para generar ventas. Por cada peso en activos fijos el hotel genera 0.238057 pesos en ventas.

5.2.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio contable se realizó para conocer cuántas habitaciones se pueden vender sin que haya pérdidas o ganancias en la utilidad neta.

El punto de equilibrio efectivo se hizo para determinar cuántas unidades es necesario vender para que mis flujos de efectivo se mantengan en cero.

Se tomó en cuenta los cuatro años con sus respectivas ventas de habitaciones, además de las diferentes temporadas; altas y bajas, ya que estas influyen en las utilidades. En Oaxaca aproximadamente 40 días son de temporada alta y el resto de temporada baja, lo que significa que tenemos diferentes precios para cada habitación. Anexo 5

En la siguiente tabla se muestra el punto de equilibrio de cada habitación en las dos diferentes temporadas: Anexo 20

Temporada Baja	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Punto de Equilibrio Contable	1062	1092	1061	973
Punto de Equilibrio Efectivo	837	889	869	858
Temporada Alta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Punto de Equilibrio Contable	235	228	219	163
Punto de Equilibrio Efectivo	75	81	80	79

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.23 Punto de Equilibrio

Es decir en el año 1, con temporada baja el punto de equilibrio será de 1062 habitaciones, para el año dos de 1092, para el tercero 1061 y para el último de 973. Para la temporada alta disminuye mucho, debido a que son menos días de venta; para el primer año son 235, para el segundo 228, para el tercero 219 y para el cuarto 163.

En el punto de equilibrio efectivo para la temporada baja va de 837 en el primer año hasta 858 en el cuarto año. No se ve un cambio radical, lo que significa que el punto de equilibrio para los cuatro se mantiene constante. Al igual que en la temporada alta.