

ESTIMACIÓN DEL VALOR ECONÓMICO MÁS VEROSÍMIL DEL GASTO DE HOSPEDAJE EN HOTELERÍA DE 3 A 5 ESTRELLAS DE PUERTO VALLARTA, TOMANDO COMO AÑO BASE 2015

ESTIMATION OF THE MOST RELIABLE ECONOMIC VALUE ON LODGING IN 3 TO 5 STARS HOTELS IN PUERTO VALLARTA, BASED ON 2015 BASE YEAR

IRIS ADELINA SANTOS HERNÁNDEZ ¹

CARLOS GAUNA RUIZ DE LEÓN ²

Recebido em 14.03.2018

Aprovado em 23.06.2018

Resumen

La información acerca del turismo, sus actores y efectos es crucial para cualquier destino turístico, en el caso de Puerto Vallarta, que se encuentra en la etapa madura es urgente comenzar por conocer cuál es el valor económico que generan los hoteles, uno de los actores que cubre una de las necesidades básicas de los turistas: el hospedaje. A pesar de su importancia, esta información no se genera por las instancias gubernamentales o empresariales y hasta el momento ha sido difícil estimarlo porque los datos con los que se cuenta son agregados a niveles macroeconómicos y datos estadísticos descriptivos del turismo. El objetivo del trabajo es estimar el valor económico más verosímil del hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas de Puerto Vallarta, tomando como variables la afluencia, estancia, porcentaje de ocupación, habitaciones disponibles y de la tarifa promedio mediante el uso de dos modelos determinísticos de regresión lineal y dos modelos de control. Los resultados arrojaron que la estimación del gasto en hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta en el año 2015 mediante el Modelo Uno fue de \$ 7,099,640,636.95 pesos, y mediante el Modelo Dos fue de \$ 3,705,078,535.35 pesos.

Palabras clave: Gasto en hospedaje. Hoteles. Modelos determinísticos.

Abstract

Information on tourism, its actors and effects is crucial for any touristic destination, in the case of Puerto Vallarta, which is in the mature stage is urgent to start with what the economic value generated by hotels is, which is one of the actors that covers one of the basic necessities of the tourists: the lodging. Despite its importance, this information is not generated by government and business entities and it has so far

¹ Egresada como becaria de la Maestría en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo, Universidad de Guadalajara, posgrado reconocido por Programa Nacional de Posgrados de Calidad de CONACyT. México. E-mail: irismanzana@gmail.com

² Profesor de tiempo completo Titular "C" Cucosta, Universidad de Guadalajara, miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I. México. E-mail: carlosgaunar@hotmail.com

been difficult to estimate because the data with which they are recorded are aggregated at macroeconomic levels and other sources provide descriptive statistical data of tourism. The aim of the work is to estimate the most reliable economic value on lodging in 3 to 5 stars hotels in Puerto Vallarta, taking as variables the influx, stay, percentage of occupancy, available rooms and the average rate through the use of two deterministic models of linear regression and two control models. The results showed that the estimation of spending in hotels of 3 to 5 stars in Puerto Vallarta in the year 2015 through the Model One was of \$ 7,099,640,636.95 pesos, and through Model Two was \$ 3,705,078,535.35 pesos.

Key words: Expenditure on lodging. Hotels. Deterministic models.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo y la hotelería ha cobrado una importancia cada vez mayor en la economía y se prevé que continúe así. En 2016, Organización Mundial del Turismo, (2016) reportó que el turismo produce el 10% del Producto Interno Bruto Mundial, generó 1 de cada 11 empleos, representó el 7% del comercio internacional y 30 % de las exportaciones de servicios.

En México, de acuerdo con la Secretaria de Turismo, en 2015, ocupó el noveno lugar a nivel mundial por la llegada de 31 millones de turistas internacionales y el lugar 16 por ingreso de divisas de 17,734 millones de dólares por turistas internacionales. En Puerto Vallarta, en 2015, se contaba con 11,503 cuartos de hotel, se tuvo una afluencia de turistas hospedados de 2 374 588 y una ocupación hotelera de 57.76% (Secretaria de Turismo, 2015).

Queda claro que el turismo es importante para Puerto Vallarta. El hospedaje es uno de los principales servicios que debe ofrecer cualquier destino, es considerado de consumo turístico, debido a que prácticamente solo los turistas lo usan y por lo tanto los impactos que el hotel genera a partir del gasto en hospedaje (empleo, renta, etc.) provienen del turismo. Es necesario cuantificar el gasto en hospedaje para poder saber la importancia económica que tienen los hoteles en el subsistema turístico.

El gasto en hospedaje se ve afectado por la manera en que operan los establecimientos hoteleros; las vinculaciones que tienen con otros actores del sistema turístico ya sea con cadenas hoteleras, consorcios, líneas aéreas o

touroperadoras, además, por los planes con que operan como “todo incluido”, se ven reflejados en la tarifa hotelera y a su vez generan efectos diferenciados en el destino.

Aunque se reconoce la necesidad de dar respuesta a los cuestionamientos sobre los impactos positivos o negativos que producen los hoteles, en este trabajo no se plantea ese objetivo, debido a que no se cuenta con la información necesaria, en cambio se propone generar la información que sirva de base a futuras investigaciones que sí cuantifiquen impactos económicos hoteleros.

Una condición adicional en la construcción de este trabajo es que no existe información oficial suficiente y validada que permita tener cabal conocimiento de la situación de la actividad turística, lo que llevo a trabajar con estimaciones para identificar información que se considera relevante, como la cuantificación del valor del hospedaje en el destino, que sirva de base para la toma de decisiones.

En México, las características de la información existente sobre el turismo son: agregada, no presenta notas metodológicas, faltan criterios homogéneos entre las fuentes impidiendo hacer comparaciones, falta de continuidad en la presentación de los datos. Existe información a escala nacional que no es aplicable a escala regional o local. Por ello, es necesario recurrir a otras metodologías para determinar los valores económicos.

A partir de información sobre el gasto en hospedaje hotelero, es posible cuantificar sus impactos económicos, se puede vislumbrar hacia donde se dirige Puerto Vallarta como destino turístico porque es posible elaborar un indicador de competitividad, reconocer el peso de los actores del sistema turístico, elaborar estrategias de desarrollo, emprender acciones de gestión del destino y la hotelería, planificar, tomar medidas que contrarresten los efectos negativos, realizar evaluaciones costo beneficio y abrir otras líneas de investigación.

El objetivo de este trabajo es estimar el valor económico más verosímil del hospedaje en hotelería de 3 a 5 estrellas de Puerto Vallarta, mediante el uso modelos determinísticos con la información existente. Una vez obtenido el modelo para estimar el gasto, se puede aplicar para los años anteriores o posteriores.

En la metodología, se describe brevemente el proceso de la investigación y cómo se elaboraron los modelos propuestos. En el enfoque teórico se abordará la

Teoría de General de Sistemas en el Turismo, la globalización y algunos conceptos claves para este trabajo, entre ellos la herramienta Revenue Management empleada en la hotelería para fijar tarifas hoteleras en la búsqueda de la rentabilidad.

Se presentan los resultados de los dos modelos propuestos y su contraste con dos modelos de control. Después la discusión, donde se coteja lo revisado con las evidencias encontradas en Puerto Vallarta para finalmente cerrar con las conclusiones y recomendaciones.

2. METODOLOGÍA

El tipo de investigación realizada es cuantitativa, transversal, de enfoque no experimental, la clase de la muestra es exhaustiva por conveniencia, con análisis bivariante. El alcance de la investigación es predictivo.

Proceso muestral. La población total de establecimientos hoteleros de categorías de 1 a 5 estrellas de Puerto Vallarta, en 2015 fueron 107, un total de 11,503 unidades rentables. En la muestra se tomaron todos hoteles de categorías de 3 a 5 estrellas, 85 hoteles con 10,781 unidades rentables (Secretaría de Turismo, 2015). El método de muestreo es no probabilístico, la selección se realizó por conveniencia en función de la disponibilidad de los datos, específicamente sobre tarifa promedio.

Los datos se obtuvieron de fuentes secundarios, de entidades públicas y privadas, los datos son temporales, corte transversal. La investigación se llevó a cabo con información de Puerto Vallarta. Las fuentes fueron documentales, estadísticas oficiales, documentos publicados o proporcionados por los responsables en dichas entidades, bibliográficas, hemerográficas, internet. Entre las principales la Asociación de hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, Anuarios Estadísticos del Estado de Jalisco, Fideicomiso de Puerto Vallarta, Cuenta Satélite de Turismo, Censos Económicos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística.

La variable resultado (dependiente): gasto en hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta y las variables independientes: tarifa, afluencia, estancia, porcentaje de ocupación y habitaciones disponibles. Todas las variables tomaron valores continuos (Ver Anexo).

El procedimiento principal consistió en calcular el gasto en hospedaje a partir de la creación de modelos, se realizó un análisis de regresión lineal con el programa de análisis estadístico SPSS a los datos de las variables afluencia, estancia, porcentaje de ocupación y habitaciones disponibles para obtener para cada variable su coeficiente de correlación y una constante. El ajuste de cada modelo se obtuvo mediante el R cuadrada, con arreglo a la siguiente fórmula:

$$Y = \alpha \cdot X + K + \varepsilon$$

Siendo Y la variable explicada, X la explicativa, α el coeficiente de correlación entre ambas, K la constante inicial del modelo (lo que vale Y cuando X es 0), y ε el error del ajuste. Posteriormente, se plantearon los modelos donde se integraron las formulas anteriores, por medio de cada uno de ellos se puede llegar a obtener una estimación del gasto en hospedaje de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta.

Los modelos propuestos son dos:

1. Modelo Uno, estimación a partir de la tarifa promedio, afluencia y estancia. Cuya fórmula es la siguiente:

$$Y = T' \cdot f \cdot Z + \varepsilon$$

Dónde: Y = Gasto en hospedaje de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta, T' = Tarifa promedio desinflacionada, X = Variable año, f = Afluencia, Z = Estancia y ε = Error

2. Modelo Dos, estimación a partir de la tarifa promedio, porcentaje de ocupación por habitaciones disponibles Cuya fórmula es la siguiente:

$$Y = \bar{T}' \cdot W \cdot h \cdot 365 + \varepsilon$$

Dónde: Y = Gasto en hospedaje de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta, T' = Tarifa promedio desinflacionada, X = Variable año, W = Porcentaje de ocupación, h = Habitaciones disponibles y ε = Error

Se proponen dos modelos de control para verificación de los resultados:

3. Comparar los resultados de los modelos anteriores con el cálculo del gasto en hospedaje a partir del impuesto sobre hospedaje recaudado (3%).
4. Comparar los resultados de los modelos con el cálculo del gasto en hospedaje de a partir de la derrama económica en hospedaje respecto de la derrama económica total.

Modelo Uno: tarifa, afluencia, estancia

Se parte del supuesto de que la tarifa es el precio del hospedaje por noche en una habitación con ocupación doble sin incluir ningún tipo de servicio adicional como alimentación, bebidas, transporte u otros.

Los datos sobre la tarifa provienen de la Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, mismos que se comenzaron a generar en el año 2015. Sin embargo, no se presentaron los datos de la tarifa promedio de los meses de enero, febrero, marzo y abril de ese año por ello, se complementa con los datos de la tarifa promedio de 2016, que presentó la misma Asociación en el Barómetro Turístico de enero 2016, como se muestra en la siguiente tabla (Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A. C., 2015; Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A. C., 2016).

CATEGORIA	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	PROMEDIO
GRAN TURISMO	2,067	2,119	1,692	1,629	1,468	1,499	1,435	1,667	2169	2199	2405	2400	1,896
5 ESTRELLAS	2,002	2,037	1,638	2,056	2,053	1,719	2,224	3,148	2744	2524	2761	2691	2,300
4 ESTRELLAS	1,114	1,054	1,232	770	708	841	910	1,067	1001	1121	1531	1323	1,056
3 ESTRELLAS	421	632	808	916	784	782	824	1,128	463	377	997	721	738
2 ESTRELLAS	N/D		N/D	N/D	N/D								
TOTALES	1,401	1,461	1,342	1,343	1,253	1,210	1,348	1,752	1594	1555	1924	1784	1,497

Fuente: Elaboración propia con información de Asociación de hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A.C. & Conventions Vistors Bureau of Puerto Vallarta, Barómetro, turístico Resumen Puerto Vallarta 2015 y enero 2016

La estadía o permanencia (hoteles y similares) “Resulta de dividir el total de turistas noche entre el número de llegadas de turistas al mes. El resultado obtenido

expresa el número de días de estancia del turista” (Secretaria de Turismo, 2017). Estos datos provienen de los Anuarios Estadísticos del Estado de Jalisco (Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco, 2015).

La afluencia es la llegada de turistas a Puerto Vallarta, en este caso solo se considera al turismo hospedado. Estos datos también provienen de los Anuarios Estadísticos del Estado de Jalisco (Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco, 2015).

Afluencia

$$f = \alpha \cdot X + K + \varepsilon$$

$$f = 43817.8 \cdot X + -85952008.7 + \varepsilon$$

R cuadrada= .921

Estancia

$$z = \alpha \cdot X + K + \varepsilon$$

$$z = -.008 \cdot X + 20.172 + \varepsilon$$

R cuadrada= .036

Para despejar:

$$Y = T' \cdot X \cdot f2 \cdot Z$$

Sustituyendo las variables por sus respectivas ecuaciones queda:

$$Y = T' \cdot [43817.82 X - 85952008.72 + \varepsilon] \cdot 2 X \cdot [-.008 \cdot X + 20.172 + \varepsilon] + \varepsilon$$

$$Y = T' \cdot [-175.2712 X^2 + 785754.4 X - 866911960 + \varepsilon]$$

Modelo Dos: tarifa, porcentaje de ocupación, habitaciones disponibles.

Cuartos disponibles “Es el número de cuartos o habitaciones que se encuentran en servicio. No contabiliza las habitaciones que por reparación o alguna otra causa estén fuera de servicio” (Secretaria de Turismo, 2017).

Porcentaje de ocupación:

Indica la proporción de ocupación que registra el establecimiento, y se obtiene dividiendo el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al período de interés. Al final se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentaje (Secretaria de Turismo, 2017).

Ocupación:

$$w = \alpha \cdot X + K + \varepsilon$$

$$w = -.002 \cdot X + 4.633 + \varepsilon$$

R cuadrada= .110

Habitaciones disponibles:

$$h = \alpha \cdot X + K + \varepsilon$$

$$h = 215.262 \cdot X - 421246.330 + \varepsilon$$

R cuadrada= .911

Para despejar:

$$Y = T' \cdot X \cdot W \cdot h \cdot 365$$

Sustituyendo las variables por sus respectivas ecuaciones queda:

$$Y = T' \cdot 365 \cdot -.002 X + 4.633 + \varepsilon \cdot 215.262 X - 421246.330 + \varepsilon + \varepsilon$$

$$Y = T' \cdot 365 \cdot -0.4369186 X^2 + 1852.359249 X - 1951478.386 + \varepsilon$$

Modelo 3, de proporción: Impuesto sobre hospedaje recaudado 3%

El 21 de enero de 2016, en el Acta de la CCXXIX de la Sesión Ordinaria del Comité Técnico, del Fideicomiso de Turismo Puerto Vallarta, se reportó que recaudó la cantidad de \$81'607,039.49 pesos de impuestos del 3% sobre Hospedaje, en el periodo que comprende de 01 de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2015 (“Acta de la CCXXIX Sesión Ordinaria del Comité Técnico Fideicomiso de Puerto Vallarta”, 2016).

Para esclarecer como se recauda y a quién aplica el impuesto sobre hospedaje, la Ley de Hacienda del Estado de Jalisco establece en el Capítulo Sexto, Del impuesto sobre hospedaje, el artículo 47:

Es objeto de este impuesto, el ingreso por la prestación de servicios de hospedaje en las edificaciones regidas por la modalidad de uso en tiempo compartido, hoteles, moteles, campamentos y paraderos de casas rodantes, en inmuebles ubicados en el estado de Jalisco.

Asimismo, para efectos de este impuesto, se entiende por prestación de servicios de hospedaje, el otorgamiento de albergue a cambio de una contraprestación, sea cual fuere la denominación que ésta tenga (Ley de Hacienda del Estado de Jalisco, s/f).

Artículo 50:

La base para el cálculo de este impuesto se integra con el valor total de la contraprestación del servicio de hospedaje y, en el caso de los tiempos compartidos, por el monto de la contraprestación que hace el usuario del servicio cada vez que haga uso de sus derechos convenidos sobre un bien o parte del mismo.

Los servicios prestados bajo el sistema “todo incluido” por el cual el pago de la contraprestación contemple servicios adicionales al de hospedaje tales como alimentación, bebidas, transportación y otros similares, considerarán como base gravable únicamente el importe correspondiente al albergue, en caso de que no se desglosen y demuestren la prestación de los servicios accesorios, se entenderá que el valor de la contraprestación respectiva corresponde a servicios de hospedaje.

El contribuyente podrá optar por estimar el importe relativo al servicio de hospedaje dentro del sistema “todo incluido”; sin que ningún caso puede ser inferior al 40% del monto total de los servicios comprendidos bajo este sistema” (Ley de Hacienda del Estado de Jalisco, s/f)

Con respecto a la cuota la Ley de Ingresos del Estado de Jalisco 2015 en la Sección Cuarta, Del Impuesto Sobre Hospedaje en el artículo 13 estipula que “este impuesto se determinará aplicando la tasa del 3% a la base que se refiere la Ley de Hacienda del Estado de Jalisco” (Ley de Ingresos del Estado de Jalisco para el ejercicio fiscal del año 2015, 2014)

Modelo 4, de proporción: gasto en hospedaje respecto de la derrama total.

Derrama “es el resultado de la afluencia multiplicada por la estancia y el gasto promedio” (Virgen Aguilar, 2014 p. 102).

3. ENFOQUE TEÓRICO

Existe una preocupación por estudiar al turismo de manera científica, aunque no haya consenso sobre la conceptualización del turismo (Castillo Nechar, Marcelino y Panosso Netto, 2010), (Panosso Netto & Lohmann, 2012), (Molina E., 2006), (Ascanio, 2012), (Jafari, 2005) en este trabajo se emplea la Teoría General de Sistemas para conceptualizar el turismo. Sin embargo, para los efectos estadísticos del presente trabajo, la siguiente definición de turismo es útil.

el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (Organización Mundial del Turismo, 2017).

Jiménez Martínez, (n.d., 2005) presenta el sistema básico de turismo a partir de una adaptación de Neil Leiper. Este se compone 3 ámbitos: una región de origen de los turistas (ámbito emisor/ externo), una ruta de tránsito (salida y retorno, ámbito de vinculación de actores, la industria turística) y una región destino (ámbito receptor/interno/local). Estos no existen en el vacío, sino que son influidos por el medio ambiente físico, tecnológico, social, cultural, económico y político. Se trata de sistema es abierto puesto que intercambia energía con el exterior o con el contexto. Debido a la condición isomórfica del subsistema turístico, cada subsistema turístico debe contener los mismos elementos arriba descritos.

El proceso de entrada es representado por el viaje que realiza el turista en el que intervienen los factores de empuje en la decisión del viaje. El proceso de conversión es resultado por el de entrada, en él interviene la industria turística que fabrica los productos turísticos. El proceso de salida son los resultados, los impactos, que se efectúan en el destino. Aquí el turista compara sus expectativas con su experiencia en el destino. La retroalimentación representa una nueva acción en el sistema como respuesta al resultado de la acción anterior. El proceso homeostático es la adaptación que tienen los actores del sistema ante condiciones cambiantes.

La globalización y el sistema económico capitalista constituyen el contexto donde funciona el sistema turístico, allí se dan las interrelaciones entre los actores, no solo económicas, sino sociales, políticas y culturales, donde se producen procesos de intercambio comercial (comunicación, transporte, mercancías, ideas, marcas y turistas).

En este contexto surge lo que Castells, (2006) llama empresa red, que está constituida de compañías segmentos de compañías o la fragmentación interna de compañías que se vinculan para realizar determinados proyectos y reconfiguran su cooperación en diferentes redes como nuevos proyectos, pero con un mismo fin, la tasa de ganancia. En las empresas red las actividades productivas de valor están en los puestos de mando del proyecto de producción (investigación y desarrollo, innovación, diseño, marketing, gestión y producción flexible). Ejemplos de empresas red en el turismo son las grandes cadenas hoteleras y de transporte.

Como lo expresa Gof y Piner, 1995 citados en (Castillo & Quintero, 2013) para el caso de la industria hotelera se establecen cuatro motores de la globalización: el coste (economías de escala y diferencias de costes entre países); el mercado (necesidades de los consumidores, consumidores globales y canales de distribución globales); la competitividad (competidores globales con estrategias globales y nuevas tecnologías e innovación) y; lo gubernamental (estándares técnicos, políticas comerciales favorables y regulaciones comunes).

La manera en que se desarrolla el turismo y sus efectos positivos o negativos en el destino entonces son reflejo de la gestión, de las políticas internacionales, nacionales y locales, que proporcionan el marco de acción en donde se interactúan los diversos actores y establecen vinculaciones entre ellos.

Jiménez Martínez, (2008, 2010) afirma que los criterios para la evaluación de las empresas turísticas para su instalación en sitios, rutas y centros son: rentabilidad, estabilidad política, infraestructura de apoyo además de incentivos gubernamentales como: excepción de impuestos por importación de equipos, créditos baratos, permiso para personal expatriado, condiciones favorables de control de cambios de divisas y facilidades para repatriación de utilidades.

Suárez, (2007) clasifica a las empresas hoteleras en dos tipos: empresas inmobiliarias y operadoras hoteleras. Las empresas inmobiliarias, se dedican a actividades de promoción y/o inversión. La promoción, inicia con la selección de la ubicación y compra del suelo o edificio, diseño o remodelación, construcción y venta del inmueble. En la inversión, el negocio está en la propiedad del inmueble por lo que es necesario que el inversor haga una buena gestión de cartera de activos y la gestión individual del inmueble.

Las operadoras hoteleras por su parte se dedican a actividades de explotación y/o gestión y/o franquicias. El negocio de la explotación es la operación hotelera. El explotador tiene a su cargo la actividad y resultados del hotel; todos los ingresos y gastos del hotel incluidos honorarios del gestor y franquiciador en caso de que los tenga contratados y además sea por separado. Gestor es la empresa que se encarga de realizar las tareas día a día del hotel, regularmente proporciona un gerente, a cambio, el gestor cobra honorarios por sus servicios. Franquicia cobra por el uso de una marca, sus servicios pueden incluir la central de reservas y

asesoramiento. Las empresas hoteleras pueden asumir más de uno o incluso todos los negocios.

En el caso de las cadenas hoteleras son empresas heterogéneas en su constitución y con distintos tipos de negocios. Pueden ser empresas constituidas: a partir de empresas tenedoras, (holding) de negocios o cadenas (o marcas) donde las decisiones de estrategia general están centralizadas; que se constituyen con la finalidad de operar exclusivamente hoteles propios; para operar hoteles propios, pero que franquician una o más marcas hoteleras; empresas que, además de los propios, operan hoteles donde no son propietarios totales; empresas que adicionalmente a los hoteles propios y en los que tienen inversión parcial, eventualmente operan hoteles de terceras personas; empresas constituidas ex profeso para la operación de hoteles (Jiménez Martínez, 2008).

Por lo anterior, se puede decir que no hay una forma única en que se conforman los establecimientos hoteleros, sino que pueden centrar su modelo de negocios en distintos aspectos, vincularse con otros actores hasta diversificar sus fuentes de ingreso. Y dentro de lo operativo, pueden ofrecer planes diversos como el todo incluido, plan europeo u otros que conjunto, todos estos elementos tengan efectos diferentes en el destino.

Las operadoras hoteleras son las que se plantean la fijación de la tarifa para lo que se ha creado un herramienta Revenue Management, que permite a los hoteles asignar a cada cliente lo que le es adecuado y maximizar la rentabilidad, para ello, los factores que se consideran son la competencia, la capacidad del hotel, la demanda, canales de distribución, tipo de clientes, temporalidades, el entorno, etc. Chávez Miranda, Ruiz Jiménez, Domingo Carrillo, y Ruiz Orcaray, (2008) se refieren al Yield Management y al Revenue Management indistintamente y lo definen como:

el conjunto de estrategias, técnicas, políticas, procedimientos y, [...] filosofía de trabajo que permite asignar el producto correcto, al precio correcto y al cliente que solicita el servicio, en el momento en que se realiza la petición de forma que maximice el beneficio obtenido y/o ingreso.

En la revisión de la literatura se puede notar el interés por realizar trabajos sobre los hoteles, su desempeño económico e impactos económicos, los trabajos revisados no corresponden a estudios de México, sino de otros países donde se cuenta con la información necesaria (Claver Cortés, Pereira Moliner, & Molina Azorín, 2007), (Kapiki, Mou, & Fu, 2014), (Martín Samper y Moreno Rojas, 2014), (Lagunas Puls et al., 2016) y (González-Limón, 2010). Otra de las vertientes son relativos a la inversión extranjera y sus impactos en el turismo (Estrada González, 2011), (Morales, 2010), (Pérez, 2011), sobre las estrategias de las empresas del turismo que impactan en los destinos turísticos en recaudación de impuestos (Ambrosie, 2015), asimismo, acerca de modelos de valoración de empresas hoteleras (Casanovas I Ramon y Santandreu I Gracia, 2009), modelos para cuantificar impactos económicos (Pulido Fernández, 2015), y los impactos de la hotelería en Puerto Vallarta (Calderon Prado, 2008).

Todo ello nos lleva a entender la importancia del tema y la inexistencia de trabajos y de información sistemática en México, que se requiere para evaluar de mejor manera al sistema turístico, en especial la cuantificación de los impactos económicos.

4. RESULTADOS

Los modelos que resultantes son los siguientes:

1. Modelo de tarifa, afluencia, estancia

$$Y = T' \cdot -175.2712 X^2 + 785754.4 X - 866911960 + \varepsilon$$

2. Modelo tarifa, porcentaje de ocupación, habitaciones disponibles

$$Y = T' \cdot 365 \cdot -0.4369186 X^2 + 1852.359249 X - 1951478.386 + \varepsilon$$

Con cada uno de ellos se puede llegar a obtener una estimación del gasto en hospedaje de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta solo hace falta sustituir el valor de la tarifa, partiendo del supuesto de que las tarifas de los hoteles solamente varían sus tarifas en función del Índice de Precios al Consumidor (Banco Mundial, 2017). Y

también, substituir el valor de X por el año correspondiente. La siguiente tabla muestra de las tarifas promedio anual desinflacionadas del año 2000 al 2015:

TABLA 2. TARIFA PROMEDIO DESINFLACIONADA DE HOTELES DE 3 A 5 ESTRELLAS EN PUERTO VALLARTA DEL AÑO 2000 AL 2015	
AÑO	TARIFA
2010	1284
2011	1326
2012	1364
2013	1413
2014	1457
2015	1497

Fuente: Elaboración propia

Discusión

La estimación del gasto en hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta en el año 2015 mediante el Modelo Uno fue de \$ 7,099,640,636.95 pesos, y mediante el Modelo Dos fue de \$ 3,705,078,535.35 pesos. La amplitud que arrojaron los resultados se puede ajustar en la medida en que se generen mejor los datos de las variables utilizadas.

El Modelos de control sobre la proporción del Impuesto del 3% sobre hospedaje que fue recaudado en 2015, arrojó mediante una regla de 3 que, si el 3% representa \$81'607,039.49 pesos, entonces el valor económico del gasto en hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas fue de \$ 2,723,547,333 pesos.

Considerando que el ISH contempla hospedaje hotelero y extrahotelero no se explica la marcada diferencia entre el resultado de este modelo de control y los resultados del Modelo Uno y Dos. La razón presumible por la cual se considera que el valor que arroja este modelo de control es más bajo que los Modelos Uno y Dos es porque no se recauda el impuesto adecuadamente.

El Modelo de control sobre la proporción de la derrama económica del turismo hospedado en 2015, arrojó también mediante una regla de 3 que, si la derrama total (100%) representa según la Secretaría de Turismo, 2015, \$ 11,222,875,217 pesos y el porcentaje de gasto en hospedaje es de 39.58% entonces el gasto en hospedaje en hoteles de 3 a 5 estrellas en 2015 en Puerto

Vallarta fue de \$ 4,442,014,011 pesos. Los resultados de este Modelo de control están dentro del rango de valores estimados mediante los Modelos Uno y Dos.

Retomando la forma cómo funciona el sistema turístico es posible constatar que los efectos económicos del turismo en Puerto Vallarta están ligados a lo que ocurre en otros destinos turísticos y a las interacciones que se dan entre los actores, que atraviesan las escalas local, regional, nacional e internacional también se hacen patentes.

La globalización y el capitalismo tienen en el sistema turístico una de las mejores expresiones de su funcionamiento, pues permiten la expansión de empresas hoteleras segmentando los modelos de negocios, con el objetivo de maximizar las ganancias, de concentrar y expandir en los territorios, según sean los intereses en lo que se mueve el sistema, por tanto el turismo es un claro reflejo del funcionamiento del sistema global.

Los actores como las grandes empresas hoteleras y empresas de transporte se vinculan entre sí para hacer negocios en conjunto, dejando un margen de maniobra reducido para establecimientos hoteleros independientes. Estos actores pueden llegar a tener suficiente poder como para fijar precios en las tarifas de hospedaje, que al ser el hospedaje un eslabón primario de contacto del turista con el destino repercute en el conjunto su economía.

Las empresas hoteleras y otras del transporte ayudadas por la herramienta Revenue Management les permite para maximizar sus ganancias, por medio de variables para determinar la demanda, utiliza software especializados para asignación de tarifas y emplea indicadores de rentabilidad para guiar la toma de decisiones de asignaciones de tarifas.

Los efectos del turismo y la hotelería en Puerto Vallarta ha sido documentada por diversos autores mostrando la preocupación existente sobre el tema y la importancia de generar información.

De acuerdo con la Agenda de Competitividad Turística, Puerto Vallarta es un destino maduro de sol y playa que se encuentra en declive en cuanto a la afluencia de visitantes y derrama económica. Ha perdido competitividad frente a otros destinos debido a la excesiva especialización en el producto de sol y playa y a la falta de diversificación y segmentación en la oferta, además del surgimiento de

Nuevo Vallarta como competidor en el estado de Nayarit con el cual comparte algunas vías de acceso como son el aeropuerto y la carretera 200. También destacan que ha habido cambios en el tipo cliente, que es de un perfil socio económico de más bajo poder adquisitivo (Gómez Nieves, 2015).

Según Fonatur (2002), citado por (Marín Guardado, 2009) en la Bahía de Banderas el turismo de sol y playa comprende el 85% mientras que el 15% restante corresponde a otros segmentos. Los segmentos que ha incorporado son la industria de cruceros, el turismo de elite, el turismo de actividades naturalistas, galerías de arte, turismo de negocios y actividades especiales y turismo gay, los cuales representan alternativas de diversificación de la actividad turística que requiere el destino.

Respecto a las perspectivas del sector hotelero según la Agenda, muchas de las instalaciones se han vuelto obsoletas y que no están a la vanguardia de las nuevas demandas y necesidades del cliente, señalan también que en los últimos años no se han realizado inversiones para ampliar o mejorar la infraestructura. Solamente en establecimientos de categoría Business Class, y la inauguración de los hoteles Secrets y Now Amber de Am Resorts, Hilton en la zona hotelera norte (Gómez Nieves, 2015).

La situación actual de la hotelería se caracteriza por la diversidad de modelos de negocios y vinculaciones con otros actores del sistema turístico, según estimaciones de los propios hoteleros, en la actualidad cuando menos tres cuartas partes de la hotelería siguen siendo propiedad parcial de inversionistas mexicanos, algunos de los cuales sobreviven atendiendo nichos de mercado especializado, mientras que otros optan por las franquicias, ceden los derechos de administración de sus propios negocios, o simplemente se sujetan a la completa dependencia de los mayoristas, quienes imponen reglas y tarifas para llenar de turistas sus hoteles (Marín Guardado, 2009 p. 236).

Puerto Vallarta se encuentra dominado por los touroperadores y venta “todo incluido” que de acuerdo con Fonatur (2002) citado por (Marín Guardado, 2009) se comprueba por el aumento de vuelos chárter, que en 1990 eran 8% y para el año 2000 fueron de 22.6%.

Por otra parte, la apertura de nuevos hoteles complica aún más la situación porque para mantener la ocupación del destino se requiere de mayor afluencia. La existencia de una serie de condiciones tales como: el incremento en la inversión hotelera local que crea dependencia de mayor afluencia y falta de gestión estatal y empresarios locales para atraer turistas originan que algunos de los hoteleros locales acepten tarifas bajas por contratos de alojamiento de touroperadoras. Mientras otros reciben tanto turistas en paquete como turistas relativamente autónomos para equilibrar sus ingresos (Marín Guardado, 2009).

Por otra parte, se le atribuyen problemas al sistema “todo incluido”: “facilitó en el año 2005 la desviación de aproximadamente 50 millones de dólares, utilidades que de otra forma hubieran podido recibir prestadores de servicio de la localidad” (“Vallarta Opina”, Milenio, 20 de enero de 2006 citado en Marín Guardado, 2009, p. 238). Además, se le responsabiliza por acaparar los beneficios del gasto del turista e impedir la derrama hacia los otros prestadores de servicios del destino Pérez García, (2015) afirma:

no contamos en esta ciudad con elementos fehacientes que demuestren que la crisis económica por la que viene pasando el pequeño comercio y en especial la restaurantera, se deba al hecho de que los huéspedes de los hoteles prefieren quedarse enclaustrados a salir a la ciudad y derramar los beneficios de su estancia [...].

Los síntomas, sin embargo, se imputan al sistema hotelero del todo incluido. Si antes de que este sistema se aplicara en los hoteles, los huéspedes salían por la noche por lo menos un par de veces durante su estancia, ahora no salen y si lo hacen gastan lo menos posible. No es la hotelería la que mantiene vivos a los pocos restaurantes que quedan; son los visitantes de residencias privadas y huéspedes de condominios, departamentos y residentes.

Adicionalmente, algunos hoteles mantienen tianguis de artesanías dentro de sus instalaciones, inhibiendo así el comercio de nuestros artesanos ubicados en lugares propios para ello, como en todo el mundo. p. 275

“La hotelería entonces goza de 100% de ocupación en sus restaurantes por la razón de que los alimentos y las bebidas forman parte de la tarifa de hospedaje.” Pérez García, (2015 p. 280). En Puerto Vallarta, los hoteles Westin y Marriott compiten en calidad operan en plan europeo, es decir, sin alimentos ni bebidas incluidos y no con el plan todo incluido.

5. CONCLUSIÓN

En Puerto Vallara se han visto claramente materializadas las estrategias de vinculación entre diversos actores de sistema turístico en diversas escalas, hoteles con centrales de reservaciones o con líneas aéreas, la presencia de las tourperadoras como clientes, cadenas hoteleras.

El gasto en hospedaje hotelero o la tarifa hotelera se ve influenciado por particularidades tales como, la vinculación de los establecimientos hoteleros con cadenas hoteleras, consorcios, o con otros actores como líneas aéreas, la operación como franquicia, arrendatario etc.; los modelos de negocios ya sean operativos, inmobiliarios o ambos; la diversificación de ingresos dentro del establecimiento hotelero, el tipo de plan con que operan, el uso del Revenue Management entre otras y estos a su vez repercuten en el impacto económico del destino en conjunto.

Estimar el gasto en hospedaje no solo permite saber el impacto económico directo de los hoteles de 3 a 5 estrellas en Puerto Vallarta, si no, que es la base para futuras investigaciones sobre los impactos económicos de turismo, indicadores de rentabilidad hotelera, competitividad turística, gestión y planificación, entre otros.

Este trabajo demuestra la importancia que tiene la realización de estudios predictivos, que son de una enorme utilidad en la toma de decisiones de los destinos.

La revisión de la literatura nos da cuenta por un lado de la importancia de la información de la actividad turística, la cual permite tomar decisiones sobre la operación del destino en forma global o de una empresa turística, de esto se da cuenta en los estudios que se realizan, de forma puntual en España, donde existe información confiable pues esta validada a través de diversos estudios que se realizan ya sea desde la academia o desde las estructuras empresariales o gubernamentales.

El reto del trabajo que se presenta, parte de la falta de información validada, pero a partir de la construcción de modelos se lograron estimaciones de impactos económicos directos de la hotelería, que permiten visualizar la importancia que tienen estos trabajos. Con ello se fundamenta que los estudios que han servido de base para la realización de este trabajo presentan mecanismos metodológicos adecuados para el tratamiento de la información sobre el desempeño económico e

impactos económicos del turismo y son esenciales para poder identificar de manera adecuada la información que explique de mejor manera a la actividad turística en Puerto Vallarta.

En la medida en que se obtengan datos de mejor calidad, es decir, con una metodología homogénea, clara, consistente y lógica, se podrán obtener resultados más precisos. Los Modelos Uno y Dos que se presentan son correctos, permiten predecir de manera objetiva el desempeño de la actividad turística al estimar el valor económico más verosímil del hospedaje en hotelería de 3 a 5 estrellas de Puerto Vallarta.

BIBLIOGRAFÍA

- Acta de la CCXXIX Sesión Ordinaria del Comité Técnico Fideicomiso de Puerto Vallarta. (2016). Puerto Vallarta: Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A.C.
- Ambrosie, L. M. (2015). *Sun and sea tourism : fantasy and finance (of the all-inclusive industry)*. Cambridge Scholars Publisher.
- Ascanio, A. (2012). Teoría del turismo. *México: Trillas*.
- Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A. C. (2015). *Barómetro Turístico Puerto Vallarta Resumen 2015*. Puerto Vallarta.
- Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas A. C. (2016). *Barómetro Turístico Puerto Vallarta enero 2016*. México: Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.
- Banco Mundial. (2017). Inflación, precios al consumidor (% anual).
- Calderon Prado, M. (2008). *Evolución de la industria hotelera y su impacto económico en el desarrollo de Puerto Vallarta en la década 1997-2007*. Universidad de Guadalajara.
- Casanovas I Ramon, M., & Santandreu I Gracia, P. (2009). Metodologías para la valoración de empresas hoteleras. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 8, 153–172.
- Castells, M. (2006). Informacionalismo, Redes y Sociedad Red: Una propuesta teórica. En M. Castells (Ed.), *La sociedad red: una visión global* (pp. 27–75).

Madrid, España: Alianza Editorial.

- Castillo Nechar, Marcelino y Panosso Netto, A. (2010). Implicaciones epistemológicas en la construcción del conocimiento del turismo. En *Epistemología del turismo: estudios críticos* (p. 216). México: Trillas.
- Chávez Miranda, M. E., Ruiz Jiménez, A., Domingo Carrillo, M. Á., & Ruiz Orcaray, V. E. (2008). Yield Management/Revenue Management. *Investigaciones Turísticas*, (Una perspectiva multidisciplinar: I Jornada en Investigación en Turismo).
- Claver Cortés, E., Pereira Moliner, J., & Molina Azorín, J. F. (2007). Impacto del tamaño, el tipo de gestión y la categoría sobre el desempeño de los hoteles españoles. *Cuadernos de turismo*, 19, 27–45.
- Estrada González, A. C. (2011). El papel de la inversión extranjera directa en el turismo. En E. Meza Ramos (Ed.), *Memoria del XXI Coloquio Mexicano de Economía Matemática y Econometría* (1a ed., pp. 179–183). México.
- Gémar Castillo, G., & Jiménez Quintero, J. A. (2013). Retos estratégicos de la industria hotelera española del siglo xxi: horizonte 2020 en países emergentes. *Tourism & Management Studies*, 9, 13–20.
- Gómez Nieves, S. (2015). *Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México* (Vol. II).
- González-Limón, M. (2010). Impacto económico de los hoteles: aplicación en la ciudad de Sevilla. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 8(2), 319–338.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39–56. <https://doi.org/10.5209/POSO.24139>
- Jiménez Martínez, A. de J. (s/f). Una aproximación sistémica al turismo: implicaciones para la multi y la transdisciplinariedad. *Universidad del Caribe*, 1–17.
- Jiménez Martínez, A. de J. (2005). *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*. Universidad del Caribe, M. A. Porrúa.
- Jiménez Martínez, A. de J. (2008). Las cadenas hoteleras en el mundo y evolución de su operación en México al inicio del siglo XXI. *Innovar. Revista de ciencias*

Administrativas y Sociales, 18(32), 167–194.

Jiménez Martínez, A. de J. (2010). *Cadenas Hoteleras: Estrategias y territorio en el Caribe mexicano*. Méxco: Miguel Ángel Porrúa.

Kapiki, S. T., Mou, L., & Fu, J. (2014). Assessment of the Lodging Industry Profitability Performance : Invest in Independent or Chain Ownership ?, *18(2)*, 84–94.

Lagunas Puls, S., Boggio Vázquez, J. B., Guillén Bretón, R. L., Especiales, D., Puls, S. L., Bautista, J., ... Bretón, G. (2016). Turismo en Cancún Mexico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (25), 375–393.

Ley de Hacienda del Estado de Jalisco.

Ley de Ingresos del Estado de Jalisco para el ejercicio fiscal del año 2015, Pub. L. No. 25289/LX/14, 48 (2014). México.

Marín Guardado, G. (2009). Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 24(1), 219–247.

Martín Samper, R. del C., & Moreno Rojas, J. (2014). Una aproximación holística a la determinación y gestión de precios en las compañías hoteleras. *Innovar*, 24(51), 45–59.

Molina E., S. (2006). *El posturismo : turismo y posmodernidad*. Editorial Trillas.

Morales, J. (2010). Inversión extranjera directa y desarrollo en América Latina. *Problemas del desarrollo*, 41(163), 141–156.

Organización Mundial del Turismo. (2016). ¿Por qué el Turismo? | Organización Mundial del Turismo OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2017). Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT.

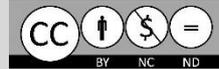
Panosso Netto, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo* (1a ed.). Méxco: Trillas Editorial.

Pérez, A. (2011). Inversión turística y desarrollo en República Dominicana. *Real Instituto Elcano and Fundación Carolina*, 18.

Pérez García, H. (2015). *Historia de hotelería y turismo en México*. México: Universidad de Guadalajara.

Pulido Fernández, J. (2015). Cadena de valor del turismo y desarrollo económico a escala local y regional. En E. Aguiló Pérez & A. S. Clave (Eds.), *20 retos para el*

- turismo en España* (1a ed., p. 384). España: Ediciones Pirámide.
- Secretaria de Turismo. (2015). Datatur3 - Compendio Estadístico.
- Secretaria de Turismo. (2017). Datatur3 - Glosario.
- Secretaria de Turismo del Estado de Jalisco. (2015). *Estadísticas del sector turístico. Anuarios Estadísticos*.
- Suárez, J. L. (2007). Los hoteles como inversión inmobiliaria. *Universidad de Navarra*, 3.
- Virgen Aguilar, C. R. (2014). *El turismo en Puerto Vallarta Pasado y Presente*. México: Universidad de Guadalajara.



ANEXO. SERIES HISTÓRICAS DE NÚMERO DE HABITACIONES HOTELERAS, AFLUENCIA TURISTICA DE TURSIMO HOSPEDADO, ESTANCIA PROMEDIO DE TURISMO HOSPEDADO, PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA EN PUERTO VALLARTA

Año	Habitaciones							
1975	2,687							
1976	2,974							
1977	3,099							
1978	3,323							
1979	3,976							
1980	4,591							
1981	4,783							
1982	5,595							
1983	5,700							
1984	6,224							
1985	6,717							
1986	6,804	Año	Afluencia					Porcentaje de Ocupación Representación Decimal
1987	6,958	1990	1,162,487					
1988	7,268	1991	1,290,918					
1990	8,805	1992	1,324,173					
1992	10,029	1993	1,283,310			Año	Ocupación %	
1994	8,943	1994	1,353,661	Año	Estancia (días)	1994	50.79	0.51
1995	8,957	1995	1,384,647	1995	4.19	1995	55.05	0.55
1996	8,424	1996	1,562,857	1996	4.47	1996	60.65	0.61
1997	8,309	1997	1,635,573	1997	4.5	1997	62.5	0.63
1998	8,558	1998	1,685,596	1998	4.54	1998	57.85	0.58
1999	9,285	1999	1,662,799	1999	4.55	1999	58.17	0.58
2000	9,516	2000	1,662,799	2000	4.56	2000	58.49	0.58
2001	10,254	2001	1,752,233	2001	4.48	2001	57.03	0.57
2002	10,240	2002	1,740,866	2002	4.48	2002	53.58	0.54
2003	10,622	2003	1,806,406	2003	4.47	2003	54.25	0.54
2004	10,622	2004	1,900,472	2004	4.5	2004	56.29	0.56
2005	11,199	2005	2,068,673	2005	4.57	2005	61.56	0.62
2006	10,709	2006	2,192,210	2006	4.61	2006	62.73	0.63
2007	10,656	2007	2,130,160	2007	4.63	2007	59.85	0.60
2008	10,722	2008	2,107,138	2008	4.65	2008	58.04	0.58
2009	10,689	2009	1,937,422	2009	4.57	2009	51.39	0.51
2010	10,798	2010	1,927,227	2010	4.6	2010	52.81	0.53
2011	10,385	2011	2,051,335	2011	4.57	2011	51.46	0.51
2012	11,283	2012	2,145,288	2012	4.52	2012	53.01	0.53
2013	11,503	2013	2,203,085	2013	4.85	2013	48.79	0.49
2014	11,503	2014	2,279,079	2014	3.88	2014	53.72	0.54
2015	11,503	2015	2,374,588	2015	3.69	2015	57.76	0.58

Fuente: Secretaría del Gobierno de Jalisco. Anuarios Estadísticos (1975 -2015)