

CAPÍTULO 3

3. Metodología

3.1 Etapas de la metodología para la investigación de mercados

Para el estudio de mercado se tomará en cuenta la metodología basada en el autor Malhotra (2004); la cual consta de 6 etapas, las cuales se desarrollarán a continuación y una de ellas no se aplicará para este proyecto; esta es la etapa número dos.

3.1.1 Etapa 1. Definición del problema

La primera etapa de cualquier proyecto de investigación de mercados es la definición del problema. En esta etapa es necesario conocer el problema del proyecto; el cual es, identificar el perfil del consumidor, pronosticar la demanda de acuerdo a la afluencia turística, conocer a la competencia, la razón principal por la que viajan, identificar el número de personas y la procedencia de éstas mismas con el fin de saber a qué tipo de mercado dirigirse.

3.1.2 Etapa 2. Elaboración de un método para resolver el problema

En esta etapa se realiza un método para el problema que incluye la formulación de un marco teórico u objetivo; modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis. En este proyecto no se llevará a cabo esta etapa debido a que no es necesario el realizar una hipótesis.

3.1.2.1 Objetivos de investigación

- Identificar el perfil del consumidor
- Pronosticar la demanda de la afluencia turística de la ciudad de Oaxaca
- Definir a la competencia
- Conocer la razón principal por la cual el turista viaja a la ciudad de Oaxaca
- Identificar el número de personas que viajan a la ciudad de Oaxaca por su lugar de origen
- Identificar las facilidades de acceso

- Identificar el medio por el cual supo de la ciudad
- Identificar las principales actividades o atracciones que visitan los turistas
- Identificar las temporadas altas y bajas de la ciudad
- Conocer el número de cuartos disponibles en la ciudad
- Conocer el porcentaje anual de ocupación
- Identificar la procedencia del turismo nacional y extranjero

3.1.3 Etapa 3. Elaboración del diseño de la investigación

Dentro de este paso es necesario tomar en cuenta; la formulación de preguntas así como determinar las posibles respuestas a las preguntas de investigación para que éstas puedan producir información necesaria para la toma de decisiones.

Para elaborar el diseño de la investigación se tomarán en cuenta los siguientes pasos:

3.1.3.1 Análisis de datos secundarios

Fuente	Datos
SECTUR	Número de turistas en la ciudad de Oaxaca, tanto nacionales como extranjeros
SECTUR	Total de habitaciones en la ciudad y número de habitaciones ocupadas al año
SECTUR	Clasificación de hoteles
SECTUR	Temporadas altas y bajas en la ciudad
SECTUR	Razón principal del viaje

SECTUR	Medio de transporte por el cual llegó
SECTUR	Procedencia del turismo nacional
SECTUR	Procedencia del turismo extranjero

3.1.3.2 Investigación cualitativa

La investigación cualitativa será de tipo exploratorio en donde se realizarán entrevistas a expertos. Estas se realizarán 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, lugares de procedencia tanto nacionales como extranjeros, total de ocupación de cuartos, número de hoteles y clasificación de éstos, entre otras.

Se considerará para realizar las entrevistas a expertos a personas que conozcan el área que se requiere investigar.

3.1.3.3 Métodos para el acopio de datos cuantitativos

Se realizará a través de la investigación conclusiva, basándose en el diseño de información descriptiva usando como estudio la observación, la cual será; personal, no estructurada, encubierta y de entorno natural.

Los objetivos de esta investigación son: identificar los servicios que ofrecen, tarifas, número de habitaciones y las instalaciones.

Se selecciona a 4 hoteles que se encuentran alrededor del hotel, tomándose como competencia directa.

Así también se hará el análisis de datos secundarios con el fin de conocer acerca del comportamiento de los turistas. Además de obtener datos estadísticos

como: medio de transporte que utilizan para llegar a la ciudad, razón principal del viaje, tipo de reservación que realizan, atracciones más visitadas, entre otras.

Los datos secundarios se obtienen en la Secretaría de Turismo de la ciudad de Oaxaca en el departamento de informática y estadística.

3.1.3.4 Procedimientos de medición y preparación de escalas

Para la observación se trabajará con preguntas cerradas, dicotómicas y estructuradas y para las entrevista con expertos se tomarán en cuenta preguntas abiertas.

3.1.3.5 Redacción del cuestionario

Para la realización de la observación se usarán alrededor de 16 preguntas, las cuales serán cerradas, estructuradas y dicotómicas. Para las entrevistas a expertos se harán alrededor de 17 preguntas abiertas y conforme vaya avanzando la entrevista surgirán otras más.

3.1.3.6 Muestreo y tamaño de la muestra

Para realizar este proyecto es necesario tomar en cuenta la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia.

Las entrevistas a expertos: se le harán aproximadamente a 5 jefes y directivos de la Secretaría de Turismo.

Entrevistas de expertos	Funcionarios públicos de SECTUR.
-------------------------	----------------------------------

Para la observación se tomarán en cuenta los cuatro hoteles, ubicados a dos, cuatro y cinco calles alrededor del Hotel, éstos se toman como competencia directa ya que ofrecen servicios similares y por la cercanía al hotel.

Hotel	Datos
Hotel Veracruz Hotel Suites colibrí Hotel Anturios Hotel Oaxaca Inn	Servicios que ofrece, número de habitaciones, tarifas, clasificación de estrellas, tipo de mercado, calidad del servicio.

Se toma en cuenta a hombres y mujeres de la ciudad de Oaxaca, como; gerentes, directivos, recepcionistas de los 4 Hoteles, la edad indistinta y a partir del 31 de enero al 20 de febrero. El marco de Muestreo es la zona centro de la ciudad de Oaxaca, la Colonia Reforma y las oficinas SECTUR.

3.1.3.7 Plan para el análisis de datos

La investigación cualitativa será redactada de acuerdo a los resultados obtenidos, de las entrevistas a expertos.

Para ver claramente los resultados cuantitativos se realizará un cuadro comparativo con las diferentes observaciones obtenidas. Los datos secundarios como los reportes estadísticos de SECTUR estarán en el apartado de anexos, para su consulta.

3.1.4 Etapa 4. Trabajo de campo o acopio de datos

El acopio de datos se realizará en la ciudad de Oaxaca, en las diferentes oficinas de gobierno y de los hoteles tomando en cuenta a los gerentes y jefes. En este proyecto no se buscará un equipo para el trabajo de campo; se realizará por los que participan en este proyecto de inversión. Reduciendo el porcentaje de error en los datos.

3.1.5 Etapa 5. Preparación y análisis de datos

Para la preparación y análisis de datos es necesario revisar, codificar, transcribir y verificar. Cada cuestionario o forma de observación se examina, revisa y, si es

necesario se corrige. Los datos de observación se transcriben o capturan directamente en la computadora.

3.1.6 Etapa 6. Preparación y presentación del informe

En esta parte se plasmará un informe escrito en el que se aborden las preguntas de la investigación y se describan el método y el diseño, así como los procedimientos de acopio y análisis de datos que se hayan adoptado; además, se expondrán los resultados y los principales descubrimientos.

Al finalizar la investigación de mercados se procederá a analizar la parte financiera del proyecto que consta de las siguientes partes.

3.2 Metodología financiera

La metodología financiera que a continuación se presenta, está basada en diferentes autores, tales como; Ross, Moyer, Westerfield, Jaffe, entre otros.

3.2.1 Estado financieros proforma

Son los estados financieros que proyectan los resultados de cierto suceso supuesto y no de un suceso real.

3.2.1.1 Balance general proforma

Es la declaración financiera que enumera los activos, pasivos y participación en el capital de los accionistas de una empresa en determinado momento en el tiempo.

3.2.1.2 Estado de resultados proforma

Indica el desempeño de una empresa durante un año determinado.

3.2.1.3 Flujos de efectivo de operación

Es la cantidad real de efectivo que una empresa cobra y paga. La fórmula para sacar el flujo de efectivo es:

Utilidad Neta

+Depreciación

3.2.1.3.1 Capital de Trabajo Neto

Es la diferencia entre los activos y pasivos circulantes de una empresa.

3.2.1.3.2 Gastos de Capital

Dinero o recursos empleados en una operación.

3.2.1.3.3 Flujos de efectivos de activos

El flujo de activos esta conformado por el FEO menos el capital de trabajo neto menos el gasto de capital, esto para el año 0 y para los siguientes años.

3.2.2 En base al flujo de efectivo y la inversión inicial se aplican los siguientes métodos:

3.2.2.1 Valor presente neto

Es el valor presente de los rendimientos futuros de efectivo, descontado a la tasa de interés de mercado apropiada, menos el valor presente del costo de la inversión.

3.2.2.1.1 Perfil del valor presente neto

Presenta el valor del comportamiento del valor presente neto con distintos niveles de rendimientos.

3.2.2.2 Tasa interna de rendimiento

Tasa de descuento a la cual el valor presente neto de una inversión es igual a cero. La tasa interna de rendimiento es el método que se sigue para evaluar las propuestas de los gastos de capital.

3.2.2.3 Periodo de recuperación ordinaria

Este método tiene como fin, conocer en cuánto tiempo una inversión generará fondos suficientes para igualar al total de dicha inversión sin tomar en cuenta el costo de capital.

3.2.2.4 Periodo de recuperación descontado

Consiste en el número de periodos que se requieren para recuperar una inversión a partir de los flujos netos de efectivo descontados.

3.2.3 Métodos secundarios

3.2.3.1 Índice de rentabilidad

Se usa para evaluar proyectos. Razón del valor presente de los flujos de efectivo esperados a futuro, provenientes de la inversión inicial, divididos entre dicha inversión.

3.2.3.2 Rendimiento contable promedio

Promedio de las utilidades de un proyecto después de impuestos y depreciación, dividido entre el valor promedio en libros de la inversión durante su vida.

3.2.4 Análisis vertical y horizontal

El análisis vertical consiste en relacionar cada cuenta del estado de resultados con el total de ingresos operacionales o ventas netas, con el fin de expresar qué porcentaje representa del mismo para interpretar su participación en los resultados de la operación del periodo. Así como relacionar cada una de las cuentas del balance general.

El análisis horizontal consiste en determinar para dos o más períodos contables consecutivos, las tendencias de cada una de las cuentas que conforman los estados financieros. Su importancia radica en el control que puede hacer la empresa de cada una de sus partidas. Las tendencias se presentan en tanto en valores relativos (porcentajes).

3.2.5 Pronósticos de riesgo

3.2.5.1 Análisis de escenarios

Se investigan los cambios en las estimaciones del VPN. Existe un cierto número de escenarios posibles que podemos considerar. Un buen punto para empezar es el del peor caso o caso pesimista. Éste indicará el VPN mínimo del proyecto. Si este valor resulta ser positivo, se estará en “buena forma”. Prosiguiendo con el análisis de mejor caso o caso optimista. Este enfoque establece el límite superior del VPN.

Se da un determinado valor al límite superior y al límite inferior, de las diferentes variables que tenga.

3.2.5.2 Análisis de sensibilidad

Mediante el análisis de sensibilidad se desea conocer los efectos de un error en la estimación de los flujos generados por un proyecto o en su vida económica, y de ahí establecer la conveniencia de llevar a cabo o no determinado proyecto.

La idea básica es congelar todas las variables excepto una y analizar posteriormente qué tan sensibles son nuestras estimaciones del VPN ante los cambios de esa variable

3.2.6 Razones financieras

3.2.6.1 Razones de rentabilidad

Tiene como finalidad medir la eficiencia de la empresa para usar sus activos y administrar sus operaciones en este concepto, el foco de atención es sólo la utilidad neta.

3.2.6.1.1 Razón margen utilidad neta

Mide lo rentable que son las ventas de una empresa después de deducir todos los gastos, incluidos los impuestos e intereses. Es decir, es la utilidad después de impuestos entre las ventas.

3.2.6.1.2 ROI

Mide la utilidad neta de una empresa en relación con la inversión medida como el total de activos. $UDI / \text{total activos}$

3.2.6.1.3 ROE

Mide la tasa de rendimiento que obtiene una empresa sobre el capital de los accionistas. $UDI / \text{capital contable}$

3.2.6.2 Razones de apalancamiento**3.2.6.2.1 Razón deuda**

Son los pasivos a corto plazo divididos entre los activos totales.

3.2.6.2.2 Razón deuda capital

Es una técnica para expresar la medida en la cual una empresa usa pasivos. Es decir la deuda total entre el capital contable total. (Ross, 2005)

3.2.6.2.3 Razón cobertura del interés

Son las utilidades antes de intereses e impuestos divididas entre los gastos por intereses. Se usa con el fin de medir la capacidad para el pago de intereses de una empresa.

3.2.6.2.4 Multiplicador de capital

Es el número de veces que el capital contable total cubre los activos de la empresa. $\text{Total de los activos} / \text{total del capital contable}$.

3.2.6.2.5 Razón cobertura de efectivo

Es el número de veces que cubre el efectivo para pagar los intereses. Es la utilidad antes de impuestos e intereses más la depreciación entre los intereses.

3.2.6.2.6 Razón deuda total

La razón de deuda total toma en cuenta todas las deudas de todos los vencimientos para todos los acreedores.

3.2.6.2.7 Razón de deuda a largo plazo

Los analistas financieros se interesan más en la deuda a largo plazo que en la deuda a corto plazo ya que esta última cambiara constantemente.

3.2.6.3 Razones de Liquidez

3.2.6.3.1 Razón circulante

Es la razón total de los activos circulantes divididos entre el total de los pasivos circulantes. Además se usa para medir la solvencia a corto plazo.

3.2.6.3.2 Prueba ácida

Activos realizables (activos circulantes menos inventario) divididos entre los pasivos circulantes totales. Se usa para medir la solvencia a corto plazo de una empresa.

3.2.6.3.3 Razón efectivo

Es el número de veces que el efectivo cubre los pasivos circulantes.

3.2.6.3.4 Capital de trabajo neto a activos totales

Se considera como la cantidad de liquidez a corto plazo que tiene una empresa.

3.2.6.4 Razones de rendimiento de activos

Las razones financieras de administración de activos indican cuánto ha invertido una empresa en un determinado tipo de activo, o grupo de activos, en relación con el ingreso que produce.

3.2.6.4.1 Razón de activos totales

Esta razón indica la eficacia con la que una empresa utiliza todos sus recursos para generar ventas y es un indicador conciso en el que influye cada una de las razones financieras de la administración de activos.

3.2.6.4.2 Días de ventas en inventario

El inventario permanece detenido

3.2.6.4.3 Razón de Inventarios

Mientras que el costo de ventas suele aparecer en el estado de resultados de una empresa, es necesario calcular el inventario promedio. Si la empresa experimenta un ritmo de crecimiento significativo y continuo en las ventas, el inventario promedio podría calcularse sumando las cifras inicial y final del inventario durante el año, dividiendo el producto entre dos. Sin embargo, si las ventas son de temporada o, en todo caso, están sujetas a fluctuaciones amplias, sería mejor sumar los saldos de inventario de fin de mes para todo el año y dividirlos entre doce. (Moyer, 2004)

3.2.6.4.4 Rotación del capital de trabajo neto

Mide cuanto trabajo se obtiene del capital de trabajo.

3.2.6.4.5 Rotación de activos fijos

Con esta razón se explica que por cada peso que se tenga en activos fijos cuanto se genera en ventas.

3.2.7 Punto de equilibrio

Se necesita analizar el punto de equilibrio, en donde es necesario sumar los costos fijos y los flujos de efectivo para después dividirlos con el precio menos la venta. Además sirve para analizar la relación que existe entre el volumen de ventas y la rentabilidad.

3.2.7.1 Contable

Este ocurre cuando el nivel de ventas que genera una utilidad neta es cero en un proyecto.

$$Q = \frac{CF + D}{P - V}$$

3.2.7.2 Efectivo

Mide el volumen de ventas (unidades) necesario para cubrir los desembolsos monetarios fijos de operación de la empresa, como salarios en la dirección, arrendamiento y pago de servicios públicos.

Para calcular el punto de equilibrio efectivo es necesario conocer los costos fijos menos la depreciación, entre el precio menos la venta. (Moyer, 2004)

3.2.8 Preparación y Análisis de los datos

En la preparación de los datos se hace una revisión, codificación, transcripción y verificación de ellos. Cada herramienta aplicada se examinará, revisará y, si es necesario, se corregirá.

3.2.9 Preparación y presentación del informe

El proyecto se debe plasmar en un informe escrito en el que se aborden los objetivos de la investigación y se describan el método y el diseño. También se deben de poner los procedimientos utilizados para la recolección y análisis de datos que se hayan adoptado; además, se publican los resultados y las principales recomendaciones. Los resultados se deben presentar en un formato comprensible para la facilitación de la toma de decisión.