

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

La ciudad de Villahermosa ha ido desarrollándose en los últimos años consiguiendo que actualmente sea el lugar de mayor captación económica y turística del Estado. Esto ha logrado que grandes empresas y diversas franquicias instalen sucursales en esta ciudad motivando el flujo de turistas.

El Gobierno del Estado ha impulsado rutas turísticas de diferente tipo que se acoplan a los diferentes gustos de los turistas. Algunos de los destinos de dichas rutas se encuentran aún en desarrollo como por ejemplo los pantanos de Centla. Todas las rutas parten de la capital por lo que es forzosa la estancia de los turistas en Villahermosa. Además es una importante ciudad de paso para todo el sureste tanto para ingresar a él como para salir. La ciudad cuenta con establecimientos de hospedaje de todas las

categorías para que el turista escoja la que más se adecue a su bolsillo y a sus expectativas.

5.1 Conclusiones

El hostel que se propone se situó en la zona centro de la ciudad de Villahermosa, Tabasco. Allí se realizó la identificación de la competencia primaria y secundaria. Con la finalidad de conocer cuales establecimientos de hospedaje serían los competidores primarios, se delimito un área circular de 15 minutos en automóvil alrededor del hostel. Se tomó este tiempo ya que, de acuerdo al comportamiento de los turistas sin reservación, ellos buscan un hotel que les sea satisfactorio y al no estar familiarizados con la demanda existente solicitan a un taxista o caminan cierto tiempo no mayor al estimado para encontrar un sitio donde hospedarse. La competencia secundaria se estimó de acuerdo a la cercanía de algunos hoteles a la circunferencia establecida y a sus características tales como categoría y facilidades. Estos establecimientos de hospedaje aunque no constituyen una competencia al 100% si lo hacen en cierto porcentaje.

La investigación se limitó únicamente a considerar a los hoteles de categoría dos y tres estrellas. Esto debido a que Villahermosa no cuenta realmente con un hostel con las características propias que menciona la IYHA, es decir, contar con áreas compartidas, bajo costo, etcétera, pero sí con un hotel que lleva en su nombre esta denominación. Dicho hotel es catalogado por la Guía de Prestadores de Servicios Turísticos en la

categoría de tres estrellas mientras que en la página e-Tabasco, propiedad del Gobierno del Estado, éste se encuentra en el bloque de dos estrellas. En base a esto, se identificaron y se analizaron únicamente los servicios de hospedaje que cumplieran con estar dentro de dichas categorías y encontrarse dentro del área circular establecida o estar cercana a ella.

El instrumento de investigación fue aplicado a todos los hoteles identificados como competencia. Gracias a esto se logró conocer las características de la demanda que frecuenta esa zona. Se identificó a los segmentos de mercado y la jerarquía de cada uno de ellos. El segmento de descanso encabezó la lista seguido del segmento de negocios y por último el de descanso. Este reconocimiento del mercado permitió limitar el estudio y central el enfoque en dichos segmentos. El hostel propuesto se enfoca principalmente a los segmentos de descanso y cultura ya que las instalaciones no se adecuaron a turistas de negocios. Sin embargo, no se rechazará a ninguna persona que desee hospedarse en el hostel y pertenezca a este último segmento de mercado.

La ocupación promedio generada a partir de la competencia tanto primaria como secundaria resultó ser de 67% y la suma del número de habitaciones de los establecimientos fue de 747. Se considera que el hostel propuesto cuente con 30 habitaciones ya que una de las características de los hostales es no contar con un gran número de habitaciones además, se considera que si hubiese mayor número de habitaciones habrá mayor oferta y por lo tanto la ocupación promedio descendería. Existen tres establecimientos considerados competencia primaria que cuentan

aproximadamente con el mismo número de habitaciones los cuales tienen un promedio de ocupación del 81.66%.

Se consideraron tres segmentos de mercado principales: el de descanso, el de negocios y el de cultura. A cada segmento de mercado se le proyectó un crecimiento anual para así conocer la demanda futura estimada. Además, se estimó tanto la demanda insatisfecha como la latente y se calculó su crecimiento futuro. De esta manera se estableció la captación de mercado que tendría el hostel propuesto en sus diferentes años de operación. Comenzando con un 3.67% la captación de mercado se estabiliza para el tercer año de operación en 4.10%,

La penetración en el mercado para el hostel propuesto es diferente para cada uno de los segmentos de mercado. Se consideró que el primer año de operaciones el hostel tendrá una penetración del 110, 95 y 85 en los segmentos de descanso, cultura y negocios, respectivamente. Para el cuarto año de operaciones el porcentaje de penetración se estabiliza y se mantiene en 122, 100 y 89. El estar al 100% de penetración significa que el hostel se encuentra al mismo nivel que la competencia por lo que cualquier cifra menor o mayor a eso ubica al hostel por debajo o por encima del mercado. Debido al giro del establecimiento propuesto, se considera que no alcanzará a llegar al nivel del mercado en el segmento de negocios. Sin embargo se espera captar un mayor número de turistas de descanso y lograr el nivel del mercado para el segmento de cultura.

La ocupación promedio estimada para el hostel propuesto comienza en un 64.52% sólo 2.48 puntos porcentuales del promedio de ocupación de los hoteles analizados. Debido al crecimiento de la demanda calculado la ocupación del hostel crecerá hasta un 80.24% para su quinto año de operaciones. Es importante considerar que esta ocupación no considera la inmersión al mercado de otro hotel con las mismas características en la zona ya que de lo contrario esta cifra resultará menor. Aún cuando este último porcentaje de ocupación se encuentre por encima del promedio actual total es 1.42 % menor que el promedio de los tres hoteles que cuentan con aproximadamente el mismo número de habitaciones.

5.2 Recomendaciones

En base a el análisis de datos realizados en el presente estudio, se recomienda continuar con el estudio de factibilidad para la apertura del hostel. En cuanto a la tarifa sugerida para el hostel se debe considerar un descuento en la tarifa para el primer y segundo año de operaciones. También resultará benéfico la afiliación a la Asociación Mexicana de Albergues Juveniles para así contar con una mayor captación de turistas. De igual manera, es conveniente contar con una página en internet donde se pueda realizar reservaciones ya sea en línea o a través de correo electrónico.

Tomando en cuenta los hostales existentes en la República Mexicana, se recomiendan ciertas facilidades para el hostel que se considera representan el nivel

adecuado de satisfacción para el cliente. Por tanto, se sugiere contar con aire acondicionado, duchas de agua caliente, lavandería, lockers o caja de seguridad en recepción, algunas habitaciones con televisión y una sala de televisión, cierto número de computadoras con acceso a internet y personal bilingüe.

Además, se recomienda realizar convenios con una agencia de viajes que cubra las diferentes rutas turísticas en el Estado. Esto con la finalidad de que por cada turista hospedado en el hostel que tome alguno de sus paquetes de la agencia, ésta tendrá que dar al hostel cierto porcentaje de ganancia. De la misma manera se puede realizar con un restaurante un convenio sobre un cupón de descuento que otorgará el hostel al huésped al momento de su llegada el cual será para uso individual aplicado a su nota de consumo. Esto genera una diferenciación ya que ninguno de los competidores maneja descuentos para sus clientes en otros lugares.

Debido a que el hostel propuesto no tendrá historial de ningún tipo se recomienda que en su página de internet se agregue un sitio donde los huéspedes puedan escribir sus experiencias y sus impresiones del lugar. De esta manera se reducirá el nivel de desconfianza de un nuevo cliente y generará un lazo entre el huésped y el hostel logrando tal vez una visita repetida.

El éxito del hostel propuesto se encuentra en la manera en la que los primeros huéspedes perciban el establecimiento y la manera en la que sean atendidos. El impacto en la publicidad que se maneje antes y poco después de su apertura serán determinantes

para la afluencia de huéspedes en los primeros meses. Se debe tener en cuenta que aún cuando el concepto es nuevo para algunos turistas el propósito de su viaje no cambia pero si disminuye su nivel esperado de satisfacción. El superar este nivel de satisfacción hará que el cliente recomiende el hostel.

Este estudio de mercado es la base para cualquier apertura de un nuevo negocio. Sin embargo, para conocer en su totalidad las expectativas económicas es necesario realizar un estudio de factibilidad. Aún cuando no se realizó dicho estudio en este trabajo, si constituye un punto de inicio para realizar el estudio de factibilidad en un futuro próximo. Dicho estudio deberá hacerse en un tiempo corto después de aprobada esta tesis ya que los datos utilizados pueden tener algunos cambios y por lo tanto generar resultados diferentes.