



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4 Estudio de Mercado.

4.1 Evaluación del sitio.

La evaluación del sitio se llevo a cabo inicialmente, por medio de la investigación del clima de la zona. Por medio de la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, con la colaboración directa de la correspondiente Delegación Regional de Turismo en Barra de Navidad, se pudo obtener las temperaturas medias mensuales, las cuáles reflejan el clima tropical de la zona.

Tabla 4.1 Temperaturas y Precipitaciones Mensuales Promedio de la zona.

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
° C	23.3°	22.2°	22.6°	24.5°	26.2°	28.5°	28.8°	28.9°	28.5°	28°	26.3°	24.5°
mm	10	7	0	2	5	94	163	198	244	107	36	29

Fuente: Secretaría de Turismo Jalisco (SETUJAL).

Al leer la tabla, se puede generalizar que la zona presenta clima cálido todo él año. Cuenta con una temperatura promedio anual de 26 grados centígrados. Esto también representa que mantiene una temperatura arriba de los 22 grados centígrados durante todo



Análisis de Resultados

el año, con una oscilación anual de las temperaturas mensuales de entre 5° y 7° C. Siendo en general, los meses de julio y agosto los más cálidos (Temp. Máx. 33 grados apróx.)

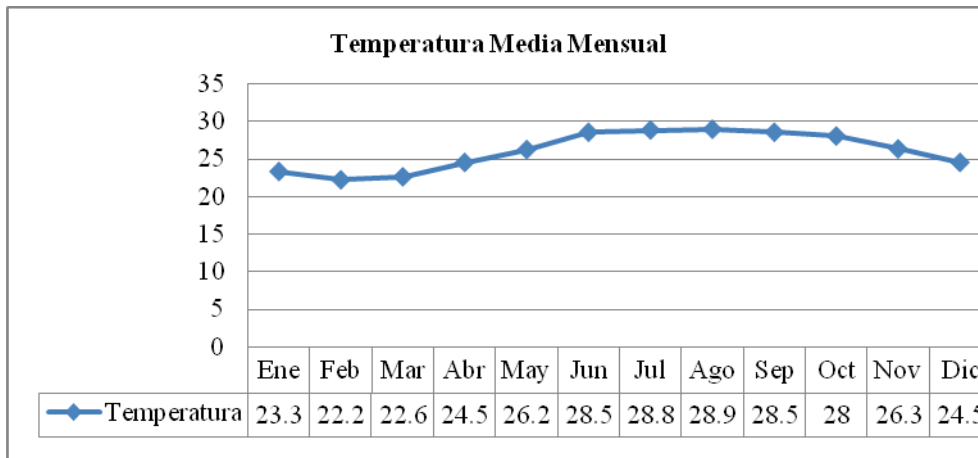


Figura 4.1 Temperatura Media Mensual (°C).

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de la delegación de Turismo de Barra de Navidad.

La variación de la temperatura media entre los diferentes meses del año, se mantiene dentro del rango 20 a 30 grados centígrados. Manifestando así que la zona puede ser visitada en cualquier época del año, sin pasar nunca por frío ni por calor insoportable.

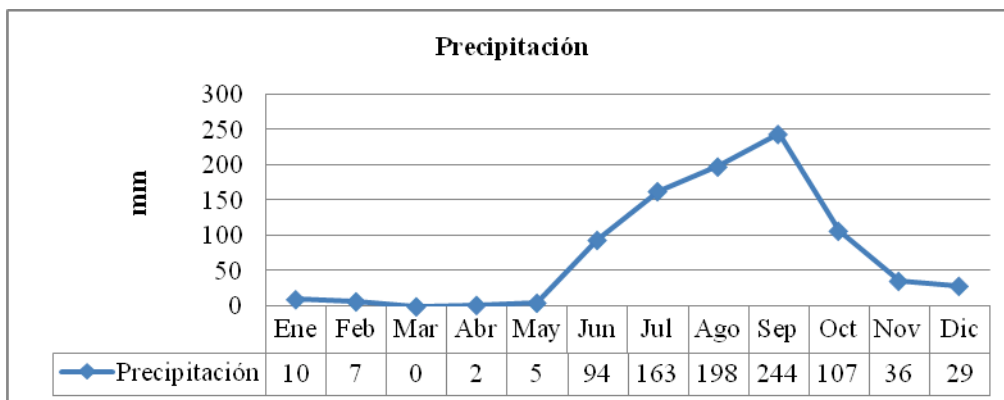




Figura 4.2 Precipitación Media Mensual (mm).

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de la delegación de Turismo de Barra de Navidad.

La precipitación total por año muestra que no es uniforme como la temperatura. Aquí existe un cambio drástico entre meses, es decir, los únicos meses con lluvia del año son entre julio y octubre que es durante el temporal de verano (solo llueve esta época del año), manifestándose como meses más lluviosos agosto y septiembre. Los demás meses duran casi secos, pero la vegetación permanece verde desde inicios del verano (primera lluvia) hasta inicios de diciembre. Y la época seca es de enero a junio.

Con respecto a las vías de comunicación se encontró que la población tiene diferentes vías y medios, por los cuáles se puede llegar. Barra de Navidad se encuentra al norte de la ciudad de Manzanillo y al sur de Puerto Vallarta.

Tabla 4.2 Distancias entre Barra De Navidad y Ciudades Clave.

Ciudad	Km.
Manzanillo	45
Colima	146
Puerto Vallarta	212
Guadalajara	343
Ciudad de México	849



Análisis de Resultados

Fuente: investigación y elaboración propia.

Al leer la tabla anterior se puede apreciar de manera contable la distancia que tiene la población desde diferentes ciudades clave.

La red de carreteras se divide de la siguiente manera dependiendo del origen o la procedencia. De Guadalajara se puede tomar la Carretera Federal México 80 vía estado de Jalisco con un total de 290 kilómetros en distancia y cuatro horas en recorrido aproximadamente, la otra opción partiendo igualmente de Guadalajara, es vía Colima por la Autopista 54 (Guadalajara → Manzanillo) con un total de 343 kilómetros en un tiempo aproximado de tres horas y media. De Manzanillo a Barra de Navidad se toma la Carretera Federal México 200 misma que lleva hasta Puerto Vallarta, el recorrido en tiempo es Manzanillo - Barra de Navidad 45 minutos y Barra de Navidad – Puerto Vallarta en dos horas y cuarenta minutos aproximadamente.

Un aspecto importante referente a las carreteras, es que desde hace dos años existe una nueva ampliación y mejoramiento en la carretera que va desde Manzanillo hasta poco más de Barra de Navidad, dicha ampliación reduce el tiempo de manejo y proporciona más seguridad para los viajeros. De igual forma se puede comentar que el mejoramiento está directamente representado en la zona de Barra de Navidad donde de igual forma los caminos circunvecinos han sido actualizados y notablemente mejorados.



Figura 4.3 Mapa de la Zona.

Fuente: www.barradenavidad.com

En la figura anterior se puede observar la localización de Barra de Navidad respecto a la región y sus alrededores.

Por vía aérea Barra de Navidad tiene la ventaja de contar con el Aeropuerto Internacional Playa de Oro a sólo 23 kilómetros de distancia vía Manzanillo. Después seguiría en orden de cercanía el Aeropuerto Nacional de Colima y después los Aeropuertos Internacionales de Puerto Vallarta y de Guadalajara.



Análisis de Resultados

Ahora si se habla de los servicios con los que cuenta la población se encontró que Barra de Navidad tiene disponibilidad de servicios de transporte terrestre como los son los autobuses y los taxis. Se cuenta con dos terminales de autobuses y dos bases fijas de taxis. De igual forma la población está provista de servicios médicos particulares además de contar con servicios hospitalarios de carácter público. Cuenta con bancos en dos poblaciones aledañas (Melaque a 2 kilómetros y Cihuatlán a 17 kilómetros) y un cajero automático Banamex directamente en la población además de ciertas casas de cambio.

La población tiene servicios gubernamentales básicos como una delegación municipal, una delegación regional de turismo y una capitanía de Puerto. Además de contar con el Ministerio Público, Protección Civil del gobierno del estado, Policía Federal Preventiva entre otras entidades federales. Además y como punto final de los servicios con los que cuenta Barra de Navidad se puede agregar algunos otros servicios como la renta de autos, las agencias de viajes y las casetas telefónicas, mismas que se pueden encontrar en el pueblo.

De la misma manera que se evalúa un sitio físicamente, también es oportuno evaluar a sus habitantes para conocer y demostrar sus opiniones sobre el tema del proyecto, en este caso en particular la aplicación de una encuesta concisa aplicada a 25 residentes locales demostró lo siguiente.



Tabla 4.3 Resultados de la Encuesta aplicada a Habitantes Locales de Barra de Navidad.

Preguntas	SI	NO	NO SABE	TOTAL
¿Está usted de acuerdo en la protección ambiental?	96%	0%	4%	100%
¿Le gustaría que en Barra de Navidad existieran proyectos ecológicos?	100%	0%	0%	100%
¿Estaría usted de acuerdo si en Barra se estableciera un hotel ecológico?	92%	0%	8%	100%
¿Cree usted que este tipo de hoteles benefician a la población ecológicamente hablando?	84%	4%	12%	100%
¿Cree que el ecoturismo en Barra es una opción que debe de fomentarse más?	100%	0%	0%	100%

Fuente: Investigación y elaboración propia.

La tabla 4.3 fue elaborada una vez que se entrevistaron a 50 habitantes locales y se obtuvieron los resultados. Esta pequeña encuesta solo demuestra de una manera sencilla el conocimiento e interés sobre el tema ecológico. Cabe aclarar que esta encuesta se realizó por pura curiosidad del investigador sin que los resultados positivos o negativos sirvan de punto de partida para realizar el proyecto.

A continuación se presenta una serie de tablas con contenidos estadísticos de la zona, dichas tablas muestran datos que permiten saber la situación actual del sitio evaluado, es decir da a conocer cifras importantes para el estudio, como las siguientes.



Análisis de Resultados

Tabla 4.4 Principales Lugares Visitados por el Turismo en el Sur de Costalegre en el año 2006.

Lugares Visitados:	Nacionales (%)	Extranjeros (%)	Total /%
Barra de Navidad	97.79	94.83	97.50
Chamela	0.74	1.72	0.83
Cihuatlán	0.00	6.90	0.67
Colimilla	3.68	0.00	3.33
Laguna Barra de Navidad	2.39	0.00	2.16
Melaque	46.41	67.24	48.42
Playa Boca de Iguanas	1.47	3.45	1.66
Playa Careyes	0.37	3.45	0.67
Playa Cuastecomate	10.87	12.07	10.98
Playa El Tamarindo	0.18	0.00	0.17
Playa El Tecuán	0.00	1.72	0.17
Playa La Manzanilla	25.05	43.10	26.79
Playa Pérula	0.18	6.90	0.83
Tenacatita	26.52	46.55	28.45
Otros Municipios	0.18	6.90	0.83

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de la delegación de Turismo de Barra de Navidad.

Con los resultados anteriores se puede proponer que todo aquel visitante que viaja a Costalegre visita Barra de Navidad, aspecto favorable para el proyecto.



Análisis de Resultados

Tabla 4.5 Afluencia de Turistas en la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

Destino	Turismo Hospedado			Turismo en Tránsito			Afluencia Total		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Sur de Costalegre	276,861	35,727	312,588	46,176	3,627	49,803	323,037	39,354	362,391

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.

En la tabla 4.5 lo más remarcable es sobre todo, la afluencia del turismo hospedado que es el que realmente podría contar como significativo para el estudio.

Tabla 4.6 Derrama Económica por Turismo en la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (Pesos).

Destino	Turismo Hospedado			Turismo en Tránsito			Afluencia Total		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Sur de Costalegre	355,307,471	122,980,416	478,287,887	7,975,021	649,029	8,624,050	363,282,492	12,362,944	486,911,937

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.

De igual forma la derrama económica que puede ser relevante para el estudio es la que representa el turismo hospedado el cuál, es el mercado que busca atraer principalmente este proyecto, claramente sin dejar de lado el turismo potencial en tránsito.



Análisis de Resultados

Tabla 4.7 Afluencia de Turistas Mensuales a la Zona sur de Costalegre en el año 2006.

Mes	Turismo Hospedado			Turismo en Tránsito			Afluencia Total		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Ene.	18,461	5,056	23,517	2,870	494	3,364	21,331	5,550	26,881
Feb.	15,641	6,913	22,554	2,364	406	2,770	18,005	7,319	25,324
Mar.	19,831	6,262	26,093	5,279	1,006	6,285	25,110	7,268	32,378
Abr.	28,369	2,135	30,504	6,518	416	6,934	34,887	2,551	37,438
May.	20,797	1,164	21,961	3,525	117	3,641	24,322	1,281	25,603
Jun.	17,311	1,132	18,443	2,235	96	2,331	19,546	1,228	20,774
Jul.	38,020	1,448	39,468	4,037	149	4,186	42,057	1,597	43,654
Ago.	36,440	1,400	37,840	7,651	357	8,008	44,091	1,757	45,848
Sep.	12,836	630	13,467	3,062	133	3,196	15,898	763	16,661
Oct.	13,785	2,185	15,970	4,024	205	4,228	17,809	2,390	20,199
Nov.	20,123	3,044	23,167	1,548	76	1,624	21,671	3,120	24,791
Dic.	35,248	4,356	39,604	3,063	173	3,236	38,311	4,529	42,840
Total	276,861	35,727	312,588	46,176	3,627	49,803	323,037	39,354	362,391

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.

La tabla 4.7 sirve como indicador de la afluencia mensual del turismo, la cuál a simple vista demuestra que los meses con mayor demanda son los meses del verano julio y agosto y la temporada vacacional de invierno en diciembre. Además de darse a conocer de igual manera el mes más bajo representado por septiembre.



Tabla 4.8 Capacidad de Hospedaje en la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

Categoría	Región Costa Sur	
	Establecimientos	Habitaciones
5 estrellas	5	304
4 estrellas	7	359
3 estrellas	23	472
2 estrellas	30	481
1 estrellas	27	381
C/Económica	27	267
Apartamentos	1	5
Bungalows	30	233
Cabañas	1	46
Campings	2	152
Tráiler Parks	4	68
Total	157	2,768

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.

Con los resultados anteriores, se puede sugerir que la zona cuenta con un cierto número de unidades rentables ofrecidas al público. Sin embargo, dentro de lo que se piensa obtener como competencia se encuentran los establecimientos de entre 3 y 4 estrellas, los cuáles suman 831 unidades en toda la zona.

Tabla 4.9 Establecimientos de Alimentos y Bebidas en el Sur de la Costalegre en el año 2006.



Análisis de Resultados

Giro:	Número de Establecimientos
Restaurante	104
Restaurante-Bar	25
Cafeterías	
Bar	14
Centro Nocturno y Discos	3
Loncherías y Fondas	9
Total	155

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.

La tabla que muestra los establecimientos de alimentos y bebidas de la zona, sirve como mera referencia de los servicios y productos ofrecidos en la zona.

Tabla 4.10 Capacidad de Hospedaje del Municipio de Cihuatlán en el año 2006 (por número de establecimientos).

	5 *	4*	3*	2*	1*	Otras Categorías	Total
Municipio	1	6	21	24	24	46	122
Cihuatlán					2		2
Barra de Navidad		3	9	7	5	7	31
Cuastecomate		1		1			2
Jaluco					1		1
Melaque	1	2	12	16	16	39	86

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las delegaciones de Turismo.



Análisis de Resultados

Hotel		6.51	3.72	18.60	13.02	2.33			44.19
Motel			0.93						0.93
Bungalows			0.93	30.23	10.23		9.30		50.70
Departamento									0.00
Casa de Huéspedes						4.19			4.19
Suites									0.00
Tráiler Park / Campamento									0.00
Total	0.00	6.51	5.58	48.84	23.26	6.51	9.30	0.00	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Tabla 4.13 Categoría de Hospedaje utilizada por los Visitantes Extranjeros de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

EXTRANJEROS									
Giro	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella	Categoría/ económica	N/S/C	Sin clasificación	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Hotel		4.44	8.89	17.78	11.11				42.22
Casa de Huéspedes						4.44			4.44
Bungalows			8.89		11.11		6.67		26.67
Departamentos							11.11		11.11
Tráiler Park / Campamento							15.56		15.56
Total	0.00	4.44	17.78	17.78	22.22	4.44	33.33	0.00	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.



Análisis de Resultados

Las dos tablas que muestran la categoría de establecimiento utilizado por los turistas nacionales y extranjeros, demuestran que la mayoría de la gente prefiere las categorías bajas en los hoteles. Sin embargo para resultados de este proyecto se pretende proporcionar un concepto innovador que atraiga ese porcentaje y en medidas posibles aumentarlo.

Tabla 4.14 Distribución por Edades de los Visitantes Nacionales de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

TURISMO NACIONAL (%)	
Edad	%
00 - 15	27.63
16 - 25	14.27
26 - 35	22.62
36 - 50	25.51
51 o Mas	9.97
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

La tabla de la distribución de edades de los visitantes nacionales propone que la mayoría son adultos de entre 26 y 50 años, punto importante para la demanda esperada dentro del proyecto.

Tabla 4.15 Distribución por Edades de los Visitantes Extranjeros de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.



Análisis de Resultados

TURISMO EXTRANJERO (%)	
Edad	
00 - 15	4.05
16 - 25	8.78
26 - 35	25.68
36 - 50	18.24
51 o Mas	43.24
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Por otra parte la tabla 4.16 demuestra que la gran mayoría de los turistas extranjeros que visitan la zona son adultos mayores de 51 años, esto es un resultado esperado pues en la zona se caracteriza por la llegada de muchas parejas extranjeras retiradas, que procuran pasar el invierno en las playas de Costalegre.

Tabla 4.16 Promedio General de la Distribución por Edades de los Visitantes de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

PROMEDIO GENERAL (%)	
Edad	
00 - 15	26.36
16 - 25	13.98
26 - 35	22.79
36 - 50	25.12
51 o Mas	11.76
Total	100.00



Análisis de Resultados

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Tratándose ahora del promedio general, se pueden observar resultados que muestran que los turistas que vienen a vacacionar a esta zona se encuentran distribuidos proporcionalmente en edades. Cabe sobre todo mencionar que la mayoría o son jóvenes de entre 25 y 50 años, mencionando además que el aumento entre los niños/jóvenes de 0 a 15 años vendrían lógicamente siempre con familia. Así entonces, el concepto del proyecto puede aplicar de manera directa a este segmento de edades presentadas en las tablas anteriores.

Tabla 4.17 Distribución por Sexo de los Visitantes Nacionales de la Zona Sur de Costalegre en el Año 2006.

TURISMO NACIONAL (%)	
Sexo	
Femenino	53.44
Masculino	46.56
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Los resultados de la tabla 4.18 muestran que existe una pequeña diferencia entre la distribución del sexo entre los visitantes nacionales de la zona. Es decir, existe un 7 % menos de hombres que visitan la zona, con respecto a las mujeres.



Tabla 4.18 Distribución por Sexo de los Visitantes Extranjeros de la Zona Sur de Costalegre en el Año 2006.

TURISMO EXTRANJERO (%)	
Sexo	
Femenino	54.05
Masculino	45.95
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Con la tabla de la distribución de sexos de los visitantes extranjeros, ocurre que existe un ligero 1% mayor a los resultados de los visitantes nacionales. Es decir, permanece un 8% mayor en el número de mujeres sobre los hombres.

Tabla 4.19 Promedio General de la Distribución por Sexo de los Visitantes de la Zona Sur de Costalegre en el Año 2006.

PROMEDIO GENERAL (%)	
Sexo	
Femenino	53.48
Masculino	46.52
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.



Análisis de Resultados

Los resultados sobre el promedio general del sexo que predomina en los visitantes están distribuidos de manera que son más mujeres las que visitan la zona, por lo menos en un 7 % más.

Tabla 4.20 Estado Civil de los Visitantes Nacionales de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

TURISMO NACIONAL (%)	
Edad	
Soltero	6.81
Casado	89.69
Unión Libre	2.03
Viudo	0.74
Divorciado	0.74
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Al revisar la tabla 4.21 se observa claramente la distribución del estado civil de los visitantes nacionales, donde se ve de manera firme que casi el 90% de los visitantes son casados y solo un escaso 6.81% son solteros.

Tabla 4.21 Estado Civil de los Visitantes Extranjeros de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

TURISMO EXTRANJERO (%)



Análisis de Resultados

Edad	
Soltero	31.03
Casado	65.52
Unión Libre	0.00
Viudo	0.00
Divorciado	3.45
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

De igual forma, al leer la tabla de los estados civiles de los extranjeros, se puede observar que dentro de su población existe un 65.52% que son casados, pero también existe un porcentaje importante para los solteros, los cuales representan un 31.03% y finalmente un pequeño porcentaje que representa a los divorciados con 3.45%.

Tabla 4.22 Promedio General del Estado Civil de los Visitantes de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006.

PROMEDIO GENERAL (%)	
Edad	
Soltero	9.15
Casado	87.35
Unión Libre	1.83
Viudo	0.67
Divorciado	1.00
Total	100.00



Análisis de Resultados

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Ahora bien, observando el promedio general del estado civil, puede servir de mucho para el enfoque del proyecto, pues los resultados anteriores demuestran que la mayoría en promedio son casados, lo cual normalmente se puede sugerir como mayor poder adquisitivo y menos jóvenes solteros que también se puede sugerir buscan otro tipo de alojamiento.

Tabla 4.23 Grado de Escolaridad del Turismo Nacional que visitó la Zona sur de Costalegre en el año 2006.

TURISMO NACIONAL (%)	
Grado de Escolaridad	
Ninguno	1.29
Primaria	10.50
Secundaria	15.29
Técnica/Comercial	12.71
Preparatoria	12.71
Universidad	30.39
Universidad y más	17.13
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.



Análisis de Resultados

La tabla 4.24 representa el grado de escolaridad de los visitantes nacionales, cuyos resultados indican que por lo menos un 30% á logrado el grado universitario y otro 17% a obtenido incluso mayores estudios. Aspecto que

Tabla 4.24 Grado de Escolaridad del Turismo Extranjero que visitó la Zona sur de Costalegre en el año 2006.

TURISMO EXTRANJERO (%)	
Grado de Escolaridad	
Ninguno	0.00
Primaria	0.00
Secundaria	5.17
Técnica/Comercial	13.79
Preparatoria	20.69
Universidad	55.17
Universidad y más	5.17
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Al revisar la tabla anterior se puede observar también que alrededor del 60% de los extranjeros que visitan la zona tienen por lo menos el grado universitario.

Tabla 4.25 Promedio General del Grado de Escolaridad del Turismo que visitó la Zona sur de Costalegre en el año 2006.

PROMEDIO GENERAL (%)



Análisis de Resultados

Grado de Escolaridad	
Ninguno	1.16
Primaria	9.48
Secundaria	14.31
Técnica/Comercial	12.81
Preparatoria	13.48
Universidad	32.78
Universidad y más	15.97
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Al observar el promedio general del grado de escolaridad de los visitantes de la zona, se puede rescatar un punto muy importante y atractivo para el proyecto; ya que la propuesta principal del hotel es un tema que se sugiere, toda persona con un grado de escolaridad mayor al de preparatoria puede recibirlo bien y apoyarlo. Es decir, en este sentido, el promedio de los visitantes es de alrededor del 48% del total, con estudios universitarios y/o superiores, aspecto que permite de un manera más fácil la fijación del tema ecológico y la concientización directa de los turistas.

Tabla 4.26 Estancia Promedio de los Visitantes de la Zona Sur de la Costalegre 2006 (Días).

DIAS PROMEDIO HOSPEDADOS EN HOTEL		
Costalegre	Nacionales	Extranjeros
	2.83	6.50



Análisis de Resultados

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Los resultados de la estancia promedio varían un poco más, entre mexicanos y extranjeros. Esto de alguna manera es lógico, debido a que la mayoría de los turistas mexicanos utilizan el fin de semana para viajar. Situación que para los turistas extranjeros es muy diferente, ya que ellos vienen por temporadas más largas independientemente de los fines de semana.

Tabla 4.27 Gasto Promedio Diario de los Visitantes de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (Pesos).

GASTO REALIZADO POR PERSONAS HOSPEDADAS		
Costalegre	Nacionales	Extranjeros
	\$453.43	\$529.52

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

La variación entre el gasto promedio diario de mexicanos y extranjeros, no varía mucho, pensando vagamente en que los extranjeros tienen más posibilidades por el poder de su moneda con respecto al peso. Sin embargo, el gasto de los mexicanos es de igual importancia para la zona. Cabe aclarar que el gasto es independiente del hospedaje.



Tabla 4.28 Distribución Porcentual del Gasto Realizado por los Visitantes de la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

Concepto	HOSPEDAJE TURÍSTICO			PROMEDIO		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Hospedaje	42.75	58.64	51.90	26.16	50.74	38.20
Alimentos	40.66	31.00	35.09	49.18	36.94	43.19
Transporte Local	0.13	0.54	0.37	0.14	0.69	0.41
Diversiones	0.00	0.31	0.18	0.20	0.81	0.50
Compras	13.90	9.52	11.38	19.42	10.47	15.03
Otros	2.56	0.00	1.09	4.89	0.35	2.67
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Los datos obtenidos de acuerdo a la distribución porcentual de el gasto diario, demuestra que al menos el 40 % del gasto diario lo utilizan en hospedaje, aspecto favorable para el estudio.

Tabla 4.29 Grado de Satisfacción del Turista Nacional que visitó la zona sur de Costalegre en el año 2006 (%).



Análisis de Resultados

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	Total
Alimentos	29.85	67.54	2.43	0.00	0.19	100.00
Bares	2.65	56.08	35.45	4.76	1.06	100.00
Centros Deportivos	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
Diversiones	18.75	50.00	31.25	0.00	0.00	100.00
Hospedaje	22.82	66.99	7.28	1.94	0.97	100.00
Información Turística	23.22	65.17	10.11	1.31	0.19	100.00
Parques	0.00	66.67	33.33	0.00	0.00	100.00
Precio	1.52	60.27	28.14	10.08	0.00	100.00
Recorridos	2.33	51.16	41.09	5.43	0.00	100.00
Servicio en Atractivos	4.51	76.69	15.79	1.50	1.50	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Aquí a simple vista se puede decir que la mayoría, casi el 90 % califico como bueno y excelente el grado de su satisfacción en el hospedaje. Esto sirve como parámetro para que dentro del proyecto se pretenda dar un servicio de igual o mejor calidad, que el ofrecido en la zona.

Tabla 4.30 Grado de Satisfacción del Turista Extranjero que visitó la zona sur de Costalegre en el año 2006 (%).

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	TOTAL
Alimentos	33.33	59.26	7.41	0.00	0.00	100.00
Bares	11.11	55.56	22.22	11.11	0.00	100.00
Centros Deportivos	0.00	33.33	16.67	50.00	0.00	100.00



Análisis de Resultados

Diversiones	14.29	52.38	33.33	0.00	0.00	100.00
Hospedaje	28.89	62.22	8.89	0.00	0.00	100.00
Información Turística	15.22	58.70	19.57	4.35	2.17	100.00
Parques	0.00	14.29	57.14	28.57	0.00	100.00
Precio	23.53	64.71	9.80	1.96	0.00	100.00
Recorridos	0.00	40.00	60.00	0.00	0.00	100.00
Servicio en Atractivos	4.76	57.14	38.10	0.00	0.00	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Para el turista extranjero fue aún mejor el resultado rebasando el 90 % de satisfacción buena y excelente, habiendo una ventaja en calificación excelente sobre los turistas nacionales.

Tabla 4.31 Aspectos que les Gustaron Más a los Turistas Nacionales que visitaron la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

COSTALEGRE	%
Playas	28.60
La Comida	6.36
Tranquilidad	7.77
Paisaje	10.65
Naturaleza	7.03
Clima	6.16
Limpieza	7.57
La Gente	5.69



Análisis de Resultados

Recorrido	0.67
Melaque	0.60
Artesanías	0.20
Hotel	0.74
Laguna de Barra de Navidad	16.21
Servicios	0.80
Seguridad	0.20
Otros	0.74
	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

La tabla anterior demuestra 3 puntos principales que más gustaron a los turistas nacionales, los tres son puntos que favorecen el concepto del proyecto. Ya que los 3 puntos se refieren a aspectos naturales de la zona. Estos son las playas, el paisaje y la laguna de Barra de Navidad. Es decir son puntos indispensables para poder generar un hotel del tipo planteado. Pues además se puede sugerir que un punto importante para el desarrollo del proyecto, es la motivación para cuidar esos 3 puntos favoritos de los visitantes.

Tabla 4.32 Aspectos que les Gustaron Más a los Turistas Extranjeros que visitaron la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

COSTALEGRE	%
Playas	29.41
Clima	22.88
La Gente	22.88
Tranquilidad	9.80



Análisis de Resultados

Paisaje	2.61
Tortugas en Libertad	0.65
Pesca	0.65
Surf	2.61
La Comida	5.23
Otros	3.27
	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Con los extranjeros ocurre algo parecido pero no igual, pues ellos prefieren también sobre todo las playas, pero además y de igual valoración califican al clima y a la gente. Lo cuál para efectos del proyecto también puede ser de gran beneficio.

Tabla 4.33 Aspectos que les Disgustaron Más a los Turistas Nacionales que visitaron la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

COSTALEGRE	%
Precios	19.59
Piedras en la Playa	18.56
Basura	10.31
Carreteras	7.22
Climas	7.22
No Hay Banco	6.19
Mar	6.19
Malecón	6.19
Falta de Estacionamientos	8.25
Calles	6.19



Análisis de Resultados

Vendedores Ambulantes	4.12
	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Aquí los resultados muestran que a los turistas nacionales les preocupa sobre todo los precios. Después de eso son las piedras en la playa, que cabe aclarar por experiencia del investigador, los turistas pueden referirse a una de tantas playas que hay en la zona, pero así mismo el investigador incita que en la bahía de Navidad, más específicamente la playa no tiene piedras. Como tercer punto se seleccionó a la basura como aspecto que disgustó a los turistas. Pero aquí es donde el proyecto también sale a relucir y de manera intrínseca propone mejorar ese aspecto directamente.

Tabla 4.34 Aspectos que les Disgustaron Más a los Turistas Extranjeros que visitaron la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

COSTALEGRE	%
Basura	61.11
Vendedores Ambulantes	5.56
Control de Perros	5.56
Que la Gente los Vea como Gringos	5.56
Mosquitos	5.56
Precio de Taxi	11.11
Servicios	5.56
	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.



Análisis de Resultados

Para los extranjeros es diferente, a ellos lo que más les preocupa es la basura, aspecto que ocupa más de un 60%. Por tanto y como anteriormente se mencionó, el proyecto pretende de manera integral el mejoramiento de este aspecto.

Tabla 4.35 Principales Destinos Manifestados por el Turismo Nacional que visitó la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

COSTALEGRE	%
Autlán	0.18
Barra de Navidad	38.12
Cihuatlán	0.92
Colima	0.74
Cuastecomates	0.37
Jaluco	1.47
La Huerta	0.37
La Manzanilla	1.47
Manzanillo	31.49
Melaque	23.94
Puerto Vallarta	0.55
Tenacatita	0.18
Villa Obregón	0.18
	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

La tabla anterior da resultados totalmente favorables para el proyecto, pues demuestra que el destino principal de la zona es la población Barra de Navidad con 38.12%.



Tabla 4.36 Lugar de Residencia del turismo Extranjero que visitó la Zona Sur de Costalegre en el año 2006 (%).

REGIÓN	COSTALEGRE
Estados Unidos de América	47.17
Canadá	41.04
Centro América y Caribe	0.24
Sudamérica	1.02
Europa	10.14
Asia	0.16
África	0.00
Oceanía	0.24
Total	100.00

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Esta tabla pretende solamente dar una idea de quienes son los extranjeros que visitan la zona, los cuáles claramente se definen por estadounidenses y canadienses.

Ahora, si se habla de los atractivos turísticos que son importantes y que además representan una característica de la región, se puede hablar de la variedad de los paisajes naturales que hay y la diversidad de las actividades que en ellos se pueden realizar. Además cabe mencionar que la mayoría de las actividades son al aire libre, sin olvidar nunca el ecoturismo y la protección al medio ambiente.



Análisis de Resultados

La zona invita ante todo a unas vacaciones tranquilas alejadas de las grandes ciudades. La población de Barra ofrece tanto oleaje para la práctica del surf, del wake boarding y el skie acuático, además de contar con aguas tranquilas para disfrutar con la familia, se puede también dar un paseo en kayak, el cual puede ser un recorrido costeano las caletas y bahías. O para las personas que aprecian los peces y mamíferos se puede pasear en velero, ya que en la temporada invernal se pueden observar ballenas, delfines, tortugas marinas y peces de altura como el pez vela, marlín, dorado y el atún.

De manera terrestre, se pueden realizar paseos a caballo, excursiones en el campo, existen además rutas para bicicleta de todo terreno, observaciones de aves en la selva baja.

Además el pueblo de Barra cuenta con dos lagunas de aguas tranquilas, una llamada Laguna de Barra de Navidad y otra llamada Laguna del Tule, la cual está en propuesta para declararse parque ecológico. En ambas se puede disfrutar de la apreciación de distintas aves y peces.

Continuando con las diferentes actividades de la zona se puede mencionar que Costalegre es un litoral que propone actividades tanto dinámicas como tranquilas. Se puede pasear por la playa, realizarse extensas caminatas con diferentes niveles de dificultad, existen miradores en los que se puede apreciar el mar abierto. Se puede hacer buceo tanto con snorkel como con tanque de oxígeno, donde se pueden apreciar muchísimos peces y crustáceos. Existe una población a 15 kilómetros llamada la Manzanilla, en la cual se puede observar a cocodrilos en su hábitat natural.



Análisis de Resultados

Además se cuenta con actividades lujosas como el golf el cuál se puede practicar en dos campos de nivel mundial situados en la zona, además de tratamientos de Spas con lo último en técnicas y cabinas de masaje.

Con base en estas actividades, Costalegre brinda paisajes naturales, con flora y fauna atractiva e interesante, frondosa vegetación y selva baja, lagos, lagunas, presas y esteros que convierten a esta zona en un destino natural polifacético.

4.2 Estimación de la demanda.

La investigación de la demanda fue realizada en la zona de Costalegre, por medio de la encuesta se pudo obtener una serie de respuestas concretas de los turistas. Uno de los resultados reflejó lo siguiente:

Tabla 4.37 Procedencia de los Turistas

Nacionales	451	93%
Extranjeros	36	7%
Total	487	100%

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla abre la oportunidad de mencionar un punto muy importante referente a la procedencia de los turistas. En el periodo en el que se aplicaron las encuestas fue la



Análisis de Resultados

temporada de verano (junio, julio y agosto) 2007. Durante esta época del año no es muy común encontrar tantos extranjeros como en la temporada de invierno.

En la segunda pregunta, se quiso saber la frecuencia de sus visitas a la zona de Costalegre. La siguiente figura muestra que los extranjeros tanto como los mexicanos tienen una tendencia similar en la frecuencia de sus visitas a la zona.

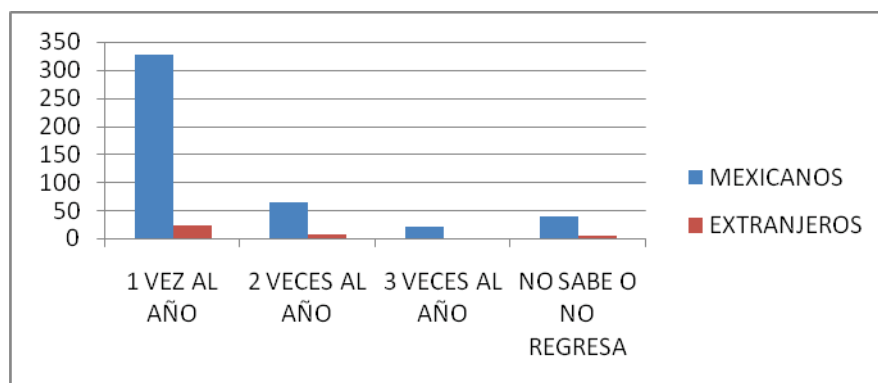


Figura 4.4 Frecuencia de Visitas a la Zona.

Fuente: Elaboración propia.

Además, se puede agregar que la gente tiende a regresar por lo menos una vez al año, añadiendo que ese grupo de personas son los que se podrían reconocer como clientes



Análisis de Resultados

asiduos de la zona, es decir son personas que repiten el destino cada año en la misma temporada.

Ahora, corresponde preguntar indispensablemente el interés del visitante por el ecoturismo, por consiguiente los resultados, aunque muy simples demuestran la primera necesidad que se cumple referente al proyecto.

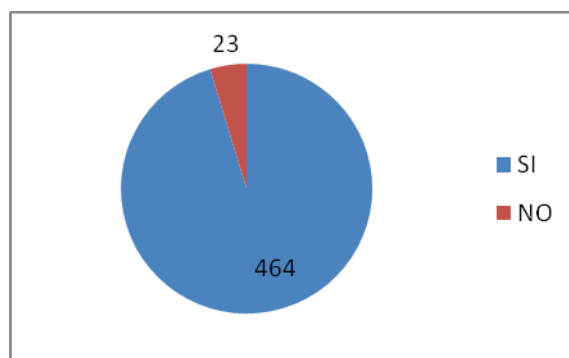


Figura 4.5 Interés por los Hoteles Ecológicos.

Fuente: Elaboración propia.

El resultado señala que el 95% de las personas encuestadas se interesan por los hoteles ecológicos, contra una minoría de 23 individuos que representan solo el 5 %. A partir de esta referencia, se puede comenzar con otro tipo de indagaciones con interés para el proyecto.



Análisis de Resultados

A parte de lo ya analizado, la encuesta revela que la gran mayoría de las personas si considerarían un hotel ecológico para sus próximas vacaciones, esto se ve de la siguiente manera:

Tabla 4.38 Personas encuestadas que considerarían la opción de hospedarse en un hotel ecológico para sus próximas vacaciones.

SI	435	89%
NO	52	11%
TOTAL	487	100%

Fuente: Elaboración propia.

La diferencia entre las personas que si tomarían en consideración un hotel ecológico para sus próximas vacaciones y las que no, exponen una diferencia marcada a favor del proyecto. Este punto parece ser el de mayor importancia respecto a esta investigación debido a que es este resultado el que de una forma clara demuestra un posible mercado potencial.

En suma con lo anterior, lo siguiente también puede ser considerado de mucha importancia para el desarrollo del proyecto. Esto se refiere, a la sección donde se pretende indagar cuál es la cantidad dispuesta a pagar por los clientes, por el servicio de hospedaje



Análisis de Resultados

ecológico incluyendo un desayuno continental, por una noche por persona. De aquí se obtuvo lo siguiente.

Tabla 4.39 Cuanto pagarían las personas encuestadas por el servicio de hotel ecológico.

Precios en pesos	Número de personas
\$300	64
\$400	139
\$500	192
\$600	79
\$700	10
\$800	3

Fuente: Elaboración propia.

Después de que se obtuvieron estos resultados, se analizaron de forma que se pudiera obtener una tarifa promedio como base. Multiplicándose cada precio por su



Análisis de Resultados

respectivo número de personas dispuestas a pagarlo, sumándose todo y dividiéndose entre el número total de encuestados, se consiguió obtener la cantidad de \$467.35 pesos como precio promedio dispuesto a pagarse. De ahí coincide en que la moda o el precio más repetido fue \$500 pesos.

En otra parte de la encuesta también fue recabada información sobre las preferencias de las personas respecto a las actividades que les gustaría practicar o realizar durante su estancia en un hotel ecológico. Los resultados permiten clasificar las actividades, de manera que se utilicen para beneficios del proyecto. En otras palabras, de este resultado podría decidirse la organización de ciertas actividades que pueden ir comprendidas en la compilación de servicios del hotel.

Un resultado que también es necesario conocerse para ayuda del proyecto, fue averiguado de igual manera por medio de la encuesta. Se trata, de la predilección de los turistas con respecto a la categoría (en estrellas) de los hoteles que visitan en sus vacaciones.

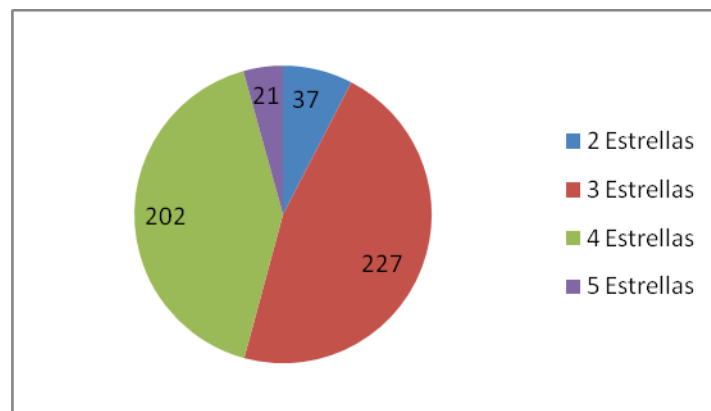




Figura 4.6 Categoría de hotel preferida por las personas encuestadas.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados anteriores pueden contribuir a consolidar las preferencias del investigador, esto es con relación al tipo de categoría que se pretende dar al hotel. Ya que, en ideas previas, se pretendía inclinar el proyecto hacia una categoría de 3 ó 4 estrellas dependiendo de los resultados. Ahora, se sabe que la favorita fue la clase de hotel con 3 estrellas. No obstante, se debe tomar en cuenta además de eso, el promedio del precio dispuesto a pagarse por el servicio. Esto, con intención de evaluar si corresponde con la categoría elegida. Aquí cabe aclarar con respecto a los datos proporcionados por SECTUR, que las encuestas fueron aplicadas directamente en hoteles de las categorías anteriormente mencionadas.

4.3 Análisis de la Competencia.

Como competencia se consideran los hoteles de 4 estrellas y/o los que tuvieran una tarifa aproximada de \$500 pesos por persona por noche en temporada alta (en ocupación doble). Ya que la mayoría de hoteles en la población son de 2 y 3 estrellas, se pueden mencionar a continuación los hoteles que fueron objeto de la evaluación.

- Cabo Blanco.
- Barra de Navidad.
- Las Villitas.
- El Márquez de Santana.



Análisis de Resultados

- Club Náutico El Dorado.
- Hacienda Melaque.

Contando además con la experiencia del investigador como residente local de la población, se pudo elegir de manera precisa estos 6 hoteles que de una forma u otra corresponden al mismo tipo de categoría que se le pretende dar al proyecto. El investigador seleccionó de acuerdo a similitudes que le permiten aislar el proyecto en una categoría donde solo estos 6 hoteles caben. Esto es, de otra manera el nivel que permite ubicar al proyecto en un rango exacto. Cabe indicar que ninguno de los hoteles mencionados maneja el concepto ecológico, y que además la mitad de ellos son hoteles con más de 10 años de establecimiento y la otra mitad alrededor de 5 años.

A continuación se muestra el compilado de los resultados de las evaluaciones. Esta presentación concreta y resumida facilita la comparación directa de cada uno de los establecimientos evaluados. Se optó por este tipo de presentación debido a la similitud en los hoteles y la poca necesidad de demostrar sus diferencias o puntos importantes.

La tabla siguiente representa sus precios en pesos mexicanos, el precio está puesto por persona en habitación doble.

Tabla 4.40 Resultados de la evaluación a la competencia

FORMATO DE EVALUACIÓN						
Nombre	Cabo Blanco	Barra de Navidad	Las Villitas	Marquez de Santana	Club Náutico El Dorado	Hacienda Melaque



Análisis de Resultados

Categoría	****	****	****	****	****	****
No. De Hab.	101	59	8	30	56	11
Salones	X			X	X	
Estacionamiento	X	X		X	X	X
Alberca	X	X		X	X	X
Restaurante	X	X			X	
Bar	X				X	
T.V. y Teléfono	X	X	X	X	X	X
A/A	X	X	X	X	X	
Ventilador	X	X	X	X	X	X
Tipos de cuartos	Cuartos y suites	Cuartos	Cuartos	Cuartos	Cuartos	Cuartos, suites y bungalows
Cocineta	X					X
Refrigerador	X					X
Cancha de Tenis	X					X
Tarifa Temporada Baja	\$550	\$410	\$580	\$480	\$500	\$450
Tarifa Temporada Alta	\$900	\$720	\$900	\$790	\$810	\$800
Otros	Marina, club de playa.	Frente a la playa, tienda.	Frente a la playa. Terrazas	Juegos infantiles, terrazas.	Room service. Frente a la playa	Cancha fut-bol y básquet bol Juegos inf.



Análisis de Resultados

Fuente: Elaboración propia.

La información recolectada, nos expone un cierto rango limitado de acuerdo a la categoría de los hoteles evaluados. Es decir, este conjunto presenta uniformidad en servicios sin remarcarse alguna diferencia que sea lo suficientemente notable. Todos ofrecen un servicio de 4 estrellas, con habitaciones de semi lujo, todas con televisión y teléfono, ventilador y aire acondicionado, a excepción de la Hacienda Melaque.

Sin embargo ya tal vez como único punto que marca una diferencia entre ellos, es la disponibilidad de algún centro de consumo, llámese restaurante o bar. Cabe comentar entonces, que dentro del proyecto está considerándose la construcción de un centro de consumo, sin que este sea la atracción principal o un factor decisivo para la implementación del proyecto. El centro de consumo, será tratado más tarde en la recomendación de facilidades.

De igual forma, se puede decir que la competencia formada por este grupo de hoteles, manifiesta que todos son competencia potencial, ya que en otras palabras este grupo ofrece habitaciones con casi los mismos servicios que el hotel en proyecto desea ofrecer; también, todos brindan la misma categoría de 4 estrellas para los turistas. Así que, es oportuno que se mencionen las diferencias que el investigador ha encontrado respecto al proyecto y la competencia.

Desde el inicio del proyecto, se ha comentado que la idea principal es ofrecer el servicio de hotel ecológico, sin encajonar el concepto solo como competidor ecoturístico. Si



Análisis de Resultados

no, se trata de competir por el mismo mercado ya existente para la zona. Es decir, por ende el proyecto abriría un nuevo segmento en el mercado (segmento de ecoturistas), sin embargo la idea principal presentada para este proyecto no es esa. Si no, es el ofrecimiento de los mismos servicios que la demanda busca, pero ofreciéndose de una manera diferente, una manera ecológica, donde la concientización ambiental sea el punto principal y disyuntivo de la demás competencia.

Otra forma de analizar la competencia, es respecto al total de habitaciones que ofrece y que serían el número de cuartos contra las que el proyecto competiría.

Tabla 4.41 Número de cuartos de la competencia.

Cabo Blanco	Barra de Navidad	Las Villitas	Márquez de Santana	Club Náutico	Hacienda Melaque
101	59	8	30	56	11
TOTAL			265		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.42 Porcentajes de ocupación de la competencia en el año 2006.

Cabo Blanco	Barra de Navidad	Las Villitas	Márquez de Santana	Club Náutico	Hacienda Melaque
26.3%	30%	-	22.2%	26.7%	30.3%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.43 Habitaciones ocupadas en la competencia en el año 2006.



Análisis de Resultados

Cabo Blanco	Barra de Navidad	Las Villitas	Márquez de Santana	Club Náutico	Hacienda Melaque
26.6	17.7	-	6.6	14.9	3.33

Fuente.- Dirección de Informática y Estadísticas de la SETUJAL, con la colaboración de las Delegaciones de Turismo.

Otro punto relevante de la investigación sobre la competencia, ha sido el porcentaje de ocupación de cada uno de los hoteles, este indicador muestra que la afluencia de demanda ha sido regularmente la misma para todos los establecimientos. Este porcentaje de ocupación es anual, por tanto cabe mencionar que la mayoría sigue un patrón mensual de ocupación respecto a los demás. Sin embargo también es preciso mencionar que la distribución de los porcentajes varía mucho mes con mes, encontrando siempre que los meses de julio y agosto, además de diciembre, enero y febrero son los meses que intentan aumentar el porcentaje de ocupación anual. Pero al contrario hay meses como septiembre – octubre o mayo – junio, que son los que hacen que el porcentaje de ocupación anual baje.

Estos porcentajes no son alarmantes para el proyecto, ya que se puede apreciar que hay 3 hoteles que tienen un número de habitaciones mayores a las 50, por lo que tal vez para los hoteles con un número de habitaciones menores a las 30 pudiera ser más fácil de remontar el porcentaje de ocupación. Además hay uno que otro factor importante, como lo es la localización del hotel, este factor es decisivo en el caso del Hotel El Marquez de



Análisis de Resultados

Santana, es decir si el hotel se encontrara frente a la playa ó proporcionara algún otro extra, esto pudiera ser decisivo en el porcentaje de ocupación.

En general, la información muestra que de las 265 habitaciones que componen la competencia, aproximadamente 80 habitaciones son demandadas, en otras palabras cerca del 30% del total de habitaciones se ocupan.

Cabe mencionar que el hotel las villitas no proporcionó datos para la elaboración de esta tabla.

4.4 Pronóstico de ocupación

Para poder establecer el pronóstico de ocupación se investigó la tasa de crecimiento anual de la demanda, para esto se consultó datos de la zona. Así se pudo obtener la siguiente tabla.

Tabla 4.44 Porcentajes de ocupación en la zona de Barra de Navidad 2003-2006.

Mes	2003	2004	2005	2006
Enero	25.68%	22.76%	23.53%	24.2%
<i>variación</i>		-2.92	0.77	0.67
Febrero	19.15%	24.88%	16.7%	26.51%
<i>variación</i>		5.73	-8.18	9.81
Marzo	22.65%	17.67%	35.29%	28.3%
<i>variación</i>		-4.98	17.62	-6.99
Abril	32.01%	37.49%	18.37%	38.98%
<i>variación</i>		5.48	-19.12	20.61
Mayo	22.82%	19.64%	18.26%	16.92%
<i>variación</i>		-3.18	-1.38	-1.34
Junio	15.2%	13.44%	13.36%	20.27%
<i>variación</i>		-1.76	-0.08	6.91
Julio	35.18%	39.63%	41.11%	37.67%
<i>variación</i>		4.45	1.48	-3.44
Agosto	32.46%	35.1%	26.29%	30.04%



Análisis de Resultados

<i>variación</i>		2.64	-8.81	3.75
Septiembre	14.48%	14.25%	13.88%	13.76%
<i>variación</i>		-0.23	-0.37	-0.12
Octubre	8.81%	22.68%	14.96%	12.66%
<i>variación</i>		13.87	-7.72	-2.3
Noviembre	16.21%	25.26%	15%	22.9%
<i>variación</i>		9.05	-10.26	7.9
Diciembre	29.73%	31.62%	27.75%	33.19%
<i>variación</i>		1.89	-3.87	5.44
Promedio anual	22.86%	25.36%	22.04%	25.45%
<i>variación</i>		2.50	-3.32	3.40

Fuente.- Reporte mensual de enero a diciembre 2003-2006, Data Tur. Secretaría de Turismo.

Los datos de variación son la diferencia de porcentaje de ocupación del año que muestra el dato comparado con el año anterior. Y el promedio que se muestra al final es el promedio de todo el año.

La tabla anterior es la base para poder determinarse la tasa de crecimiento anual de la demanda de la zona, en este caso es de 2.58%, tomándose esta cifra como promedio de la variación entre los años.

Para la proyección de la demanda en los próximos 10 años se elaboró la siguiente tabla.

Tabla 4.45 Proyección de la demanda promedio para los próximos 10 años.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
A	80	82	84	86	88	90	92	94	96	98
B	265	270	275	280	285	290	295	300	305	310



Análisis de Resultados

C	30.1%	30.3%	30.5%	30.7%	30.9%	31.0%	31.2%	31.3%	31.5%	31.6%
D	15	16	17	18	19	20	20	20	20	20
E	5.6%	5.9%	6.1%	6.4%	6.6%	6.9%	6.7%	6.6%	6.6%	6.5%
F	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6
G	26.6%	31.3%	29.4%	33.3%	31.6%	30%	30%	30%	30%	30%

Fuente: Elaboración propia.

A: Total de la demanda de habitaciones.

B: Total de la oferta.

C: Ocupación en el mercado.

D: Habitaciones del proyecto.

E: Participación en el mercado.

F: Demanda del proyecto.

G: Porcentaje de ocupación del proyecto.

A: Total de la demanda de habitaciones. El primer dato del año 2006 corresponde al 30% de ocupación del total de las 265 habitaciones que existen en la competencia. Dando como resultado el total de 80. Con los siguientes años se tomo la tasa de crecimiento del 2.58%. La variación es muy pequeña, pero sin embargo puede servir de índice estadístico para el crecimiento de la demanda.



Análisis de Resultados

B: Total de la oferta. El dato se obtuvo del total actual de habitaciones de la competencia, y año con año se sugiere que el crecimiento anual es el mismo de 2.58%. El dato pretende dar una aproximación real, la cual no se puede predecir en el sentido de apertura de nuevos hoteles, ampliación, o viceversa el cierre de algunos otros.

C: Ocupación en el mercado. El dato se obtuvo de dividir el total de la demanda de habitaciones entre el total de la oferta. Estas cifras dan una idea del porcentaje de la demanda que se puede tener en los próximos años, claro siempre y cuando la demanda se comporte de manera uniforme.

D: Habitaciones del proyecto. Son las habitaciones que para fin de esta tabla se puede pretender se vayan construyendo. Cabe mencionar, que aún y si se pretende que el proyecto crezca, no sería más de 20 habitaciones en total, para poder seguir manteniendo el mismo concepto.

E: Participación en el mercado. Este número se obtiene de la división entre el número de habitaciones del proyecto y el total de la oferta de cuartos. Esto demuestra los porcentajes de la participación en el mercado respecto al total de la oferta de la competencia.

F: Demanda del proyecto. Estas cantidades resultan de multiplicar el total de la demanda de habitaciones por el porcentaje de participación en el mercado. Esto representa el número de habitaciones que podrían ser demandadas por los turistas.



G: Porcentaje de ocupación del proyecto. Estas cifras son el resultado de dividir la demanda del proyecto entre las habitaciones del proyecto. Así estos datos, proporcionan una idea del porcentaje de ocupación que puede tener el nuevo proyecto. Este porcentaje, según se puede ver, desde el primer año es mayor al promedio anual resultado del año 2006, en la tabla 4.40.

Entonces como resultado se puede observar que el nuevo proyecto se encuentra dentro de los porcentajes de ocupación de la zona.

4.5 Tarifa promedio estimada.

Para poder establecer un parámetro de tarifas, las cuáles sean a la vez atractivas y competitivas, se debe atender principalmente a la competencia seleccionada. Sin embargo, como en el proyecto se pretende tener 3 tipos diferentes de habitaciones, se ha optado por fijar precios en base al tipo de habitación y no en base al número de personas. Claro, estableciendo previamente ciertos criterios y reglas para el buen funcionamiento de las instalaciones

De otra manera, también se puede observar que la competencia presenta una variación de no más de \$180 pesos como máximo entre las tarifas de los hoteles



Análisis de Resultados

seleccionados. Por consiguiente se puede llegar por mera observación y análisis, al establecimiento de las tarifas para el nuevo proyecto.

Tabla 4.46 Tarifa promedio estimada.

Tipo de habitación	Precio por habitación
Sencilla	\$600
Doble	\$800
Suite	\$1000

Las tarifas que se proponen no indican una temporada baja ni alta, tal vez se podría tomar como una temporada media, queriendo decir con esto que pueden tanto disminuir como aumentar.

Pero lo que se pretende es sólo entrar dentro de las preferencias de la demanda; lo que delimita e identifica perfectamente al segmento de mercado.

Además de eso cabe aclarar que en este establecimiento previo de las tarifas, aún no se ha tomado en cuenta el gasto y las necesidades del hotel, es decir normalmente definiendo el gasto y necesidades del hotel, se obtienen las tarifas. En este caso en particular se pretende estimar solamente el precio, el cual tendrá que ser ajustado una vez que se conocen los aspectos mencionados.



4.6 Recomendación de Facilidades

Después de haberse evaluado el sitio, el mercado y haberse tomado en cuenta las especificaciones, recomendaciones y propuestas del investigador, se presentan las facilidades que tendrá el establecimiento para poder cubrir el aspecto ecológico principalmente, además de satisfacer la demanda.

La evaluación física del sitio permitió al investigador determinar el terreno ideal para el desarrollo del proyecto. De igual forma, el terreno facilita la implementación de las instalaciones ecológicas al igual que la planeación del número de habitaciones propuestas.

El número de habitaciones que el investigador considera ideal para poder ser competitivo y para poder cumplir también con el concepto ecológico es de 15 unidades en total. Este total de habitaciones propuestas permite al establecimiento manejar un porcentaje de ocupación que según la zona, puede alcanzar a mantenerse arriba del 30% y con un panorama positivo, llegar a un 70% de ocupación en diez años de operación.

El hotel ecológico visualizado es de estilo rústico. Se pretende manejar materiales y diseños que son locales, y que de una manera directa se integran al entorno sin deteriorarlo visualmente.

Las habitaciones propuestas son de 3 tipos, 4 de ellas serían de tipo sencillas, 7 serían dobles y finalmente 4 serían suites. El tamaño en metros cuadrados de cada una de



Análisis de Resultados

las habitaciones será posteriormente tratado en el estudio financiero. Pero si es oportuno mencionar los servicios o amenidades con las que contará cada unidad.

Las habitaciones sencillas contarán con solo una cama matrimonial, distribuida en una sola recamara con un pequeño balcón o terraza. El diseño propuesto es circular, para poder tener diferentes vistas al hotel y al área natural que las rodea. Las habitaciones dobles tendrían dos camas matrimoniales, separadas en dos recamaras además de su terraza o balcón; el diseño de estas habitaciones sería de forma más tradicional, es decir tipo cabaña de con techo de dos aguas. Y la suite contaría con una cama king size y una cama matrimonial, separadas igualmente en dos recamaras, donde el diseño propuesto es de igual forma circular para poder tener diferentes vistas al desarrollo.

Si se mencionan ahora los servicios o amenidades, es preciso aclarar que ninguna de las habitaciones cuenta con televisión, ni teléfono y ni siquiera algún enchufe electrónico. Se pretende perfectamente mantener el concepto ecológico, el cuál proporcionaría servicios eléctricos (teléfono, internet, enchufes, etc.) en el área de la recepción, esto para la recarga de baterías, de computadoras o cualquier otra necesidad que tenga el huésped.

Las habitaciones contarán con electricidad solar para poder satisfacer la iluminación por la noche, y algún ventilador en la época de calor. De igual forma, las habitaciones tendrán algunos muebles rústicos elaborados en la zona, es decir un tocador, dos sillas, mesas y/o mesitas de noche. Todas tendrán su baño privado y contarán con amenidades como shampoo y jabones elaborados naturalmente y que sean totalmente biodegradables y



Análisis de Resultados

absolutamente benignos para el ambiente. Con estas amenidades sencillas se pretende también inculcar en el huésped el uso de materiales elaborados ecológicamente.

Para el diseño del hotel y la distribución de cada una de las habitaciones y edificios auxiliares se contrató la ayuda de un arquitecto especializado en el tema y en la zona. En este momento es preciso mencionar que el desarrollo del proyecto propuesto se realizará hipotéticamente en un área de parque ecológico de la población de Barra de Navidad. Esta área se encuentra dentro de la llamada Laguna del Tule. Y como el proyecto es precisamente ecológico va de acuerdo a las necesidades y visiones de ese terreno. Para esto se preguntó a las autoridades correspondientes la hipótesis de la planeación de dicho proyecto. El resultado positivo permitió tanto al investigador como al arquitecto, poder diseñar lo que a continuación se menciona.

El terreno esta bordeado por la Laguna del Tule, esta misma se encuentra enfrente de la playa; por lo que queda perfectamente rodeada de naturaleza, misma que se pretende dejar intacta. Así mismo el terreno tiene acceso directo a la carretera federal a Barra de Navidad por un lado, y por el otro acceso directo a la playa de la misma población.

Ahora, como se trata de un terreno rodeado por una laguna, se pretende construir las habitaciones en palafitos que rodearan las pequeñas penínsulas que forma el terreno. Así mismo, se proyecta comunicar algunas de ellas por medio de andadores o muelles. El proyecto tendrá además un muelle para el uso de canoas que permitirán el recorrido de la laguna. Además de esto, se posicionarán estratégicamente dos kioscos/miradores situados



Análisis de Resultados

en la laguna que podrán ser accedidos igualmente por andadores de madera. Se tendrá un control de acceso muy disimulado hacia la playa.

Los demás edificios auxiliares estarán dentro del terreno ya en tierra firme. Existe un ingreso principal para colaboradores y clientes. Del camino principal habrá una desviación para uso exclusivo del personal, la cual lleva al área de composta, que de igual forma estará alejada del área del huésped. Y también continuará ese camino anexo hacia el área de infraestructura (servicios), es decir a la planta de tratamiento de aguas, a una planta eléctrica auxiliar, instalaciones hidráulicas, eléctricas y demás.

A partir del ingreso, existe un pasaje vehicular que termina en el área de estacionamiento y recepción, todo el pasaje va bordeando lo que se visualiza como área de jardín botánico y jardines frutales. Se contará con 15 espacios para vehículos de los huéspedes y otros cuantos espacios separados para los vehículos de los colaboradores.

Después del estacionamiento se encuentra el edificio administrativo o principal, el cual contará con la recepción, el pequeño desayunador y bar, baños, pequeña biblioteca y un área par venta de artesanías y productos elaborados en la zona. Enfrente de dicho edificio y con posicionamiento hacia la laguna se encontrará la alberca del hotel, que sin ningún lujo o diseño excesivo, será como una extensión de la laguna. Es decir, se utilizará la misma agua de la laguna para formar un pequeño laguito, pero teniendo desniveles y bordes para diferentes profundidades, además de contar con un filtro para evitar el paso de lirios y peces. A un costado de la alberca, se tendrá el área deportiva y de juegos infantiles.



Análisis de Resultados

Para esto solo se contará con una cancha de voleibol playero y otra área también de arena para el uso de los infantes.

Todas las habitaciones tendrán huellas o caminos entre las áreas verdes, se tratará siempre tener letreros en madera y muy rústicos, que señalen los nombres de los árboles y plantas, usos y beneficios; además de siempre mantener bien señalado hacia donde dirige cada uno de los caminitos.

Otro punto muy importante en el diseño ecológico, es que cada uno de los edificios contará con diseño de captación de agua pluvial, que se dirigirá directamente a un aljibe que se proyecta tener en el área de infraestructura o servicios. De igual forma, las aguas grises serán tratadas vía ecológica para posteriormente ser utilizada en jardinería (no en árboles frutales ni jardín botánico).

El desayunador esta previsto para poder brindar a los huéspedes frutas, mermeladas y productos elaborados y obtenidos del mismo hotel. De igual forma, el área puede servir de bar para proporcionar a los huéspedes el servicio de bebidas durante el día.

Además de todo esto se pretende proporcionar información de carácter ecológica a los huéspedes, por ende se propone el establecimiento de una pequeña biblioteca que tendrán folletos, libros y revistas, que informen sobre la zona, las medidas ecológicas propuestas por el hotel y alguna otra información referente a actividades ecoturísticas posibles de realizar.

4.7 Análisis Financiero



4.7.1 Determinación del costo total del proyecto e inversión requerida.

El costo total del proyecto se determinó de acuerdo al presupuesto de inversión, este está integrado por el costo del terreno, del edificio con todas sus instalaciones, maquinaria y equipo principal, mobiliario y equipo de oficina, así como el costo de la licencia municipal.

Tabla 4.47 Costo del edificio e instalaciones del objeto de estudio.

Concepto	Unidad	Área M2	Total Á M2	P.U.	Importe
Área Común					
Recepción	1	8	8	\$6,000.00	\$48,000.00
Oficinas	1	16	16	\$6,000.00	\$96,000.00
Biblioteca	1	16	16	\$6,000.00	\$96,000.00
Área Comercial	1	16	16	\$6,000.00	\$96,000.00
Desayunador/Bar	1	48	48	\$6,000.00	\$288,000.00
Servicios (W.C.)	2	4.5	9	\$6,000.00	\$54,000.00



Análisis de Resultados

Estacionamiento huéspedes	1	207	207	\$2,500.00	\$517,500.00
Estacionamiento colaboradores	1	97	97	\$2,500.00	\$242,500.00
Muelle	1	90	90	\$3,500.00	\$31,500.00
Andadores sobre agua	Lote	264	264	\$2,500.00	\$660,000.00
Andadores sobre tierra	Lote	144	144	\$1,500.00	\$216,000.00
Glorieta de entrada	Lote				\$250,000.00
Andador Vehicular de acceso	1	2800	2800	\$550.00	\$1,540,000.00
Total Área Común					\$2,629,000.00
Área Habitacional					
Suites (4)	4	58	232	\$8,000.00	\$1,856,000.00
Hab. Dobles (7)	7	48	336		\$2,688,000.00
Hab. Sencillas(4)	4	33	132		\$1,056,000.00
Total Área Habitacional					\$5,600,000.00
Área Recreativa					
Alberca		1	122.5	\$4,500.00	\$551,250.00
Terraza/Mirador		2	30	\$3,500.00	\$105,000.00
Área de Juegos Infantiles		1	15	\$4,350.00	\$65,250.00
Área Deportiva		1	324	\$10,500.00	\$10,824.00
Jardín Botánico		1	600	\$250.00	\$150,000.00
Área de Composta		1	75	\$3,500.00	\$262,500.00
Total Área Recreativa					\$1,249,500.00
Infraestructura					



Análisis de Resultados

Instalaciones Eléctricas					\$1,250,000.00
Instalaciones Hidro/Sanitarias					\$1,650,000.00
Total Global					\$12,378,500.00

Fuente: Proyecto realizado por el Arquitecto Alonso Mariscal.

Tabla 4.48 Presupuesto de inversión.

Concepto	Área M2	Importe
Costo del terreno	49,600	\$ 2,480,000.00
Costo del edificio		\$ 9,478,500.00
Instalaciones Elec. E Hidro/Sanitarias		\$2,900,000.00
Costo de maquinaria		\$800,000.00
Costo de equipo y mobiliario		\$700,000.00
Costo de licencia municipal		\$150,000.00
Programa de capacitación		\$10,000.00
Gastos de arranque y puesta en marcha		\$15,000.00
Efectivo en caja		\$40,000.00
Total		\$16,573,500.00

Fuente: Elaboración propia.

4.7.2 Pronóstico de Ventas.



Análisis de Resultados

El presupuesto de ingresos de operación no es más que el pronóstico de ventas que se hace en forma mensual y con una proyección a cinco años. En este caso en particular, el pronóstico de ventas será únicamente por concepto de la renta de habitaciones. Para esto, se toma como base los índices ocupacionales promedio pronosticados para este proyecto. Así entonces, se toma en cuenta los porcentajes en cuanto a las categorías de habitaciones con que cuenta el hotel y los precios establecidos para el proyecto.

Es preciso mencionar que los precios para las habitaciones para los cinco años son precios constantes, es decir, son los mismos para los cinco años, ya que de esta manera hay mayor confiabilidad en los cálculos y no se toma en cuenta la inflación.

De igual forma, se debe recordar que el hotel cuenta con 15 habitaciones de las cuales 4 son suites que representan el 26.67 % del total de habitaciones, tiene 7 habitaciones dobles que representan el 46.66 % del total, y finalmente otras 4 habitaciones sencillas que también representan 26.67% del total de habitaciones. Por lo tanto, para saber en determinado año que habitaciones están ocupadas sólo se toma en cuenta la ocupación habitacional, obteniéndose el número de habitaciones y después se distribuyen en los porcentajes dados por tipo de habitación. De esta manera, es más fácil para fines del proyecto determinar las habitaciones ocupadas y de esta forma hacer los pronósticos de ventas para este proyecto.

Una vez realizado lo anterior, el número de habitaciones ocupadas se multiplica por el precio correspondiente, para obtener el pronóstico de las ventas.



Análisis de Resultados

Esta parte se comprende mejor al observar el Anexo 2. Además, cabe mencionar que por recomendación del asesor financiero, se aumento el porcentaje de ocupación previamente mencionado en la tabla 4.45. De esta manera, la tabla fue utilizada solamente para obtener una idea real del porcentaje de ocupación de la población, sin embargo se maneja solo el porcentaje de ocupación inicial para el primer mes. De ahí, se parte para comenzar a aumentar un 5 % anual hasta llegar a un aproximado de 70 % de ocupación, transcurrida una década de la implementación del proyecto.

Esta base fue tomada en cooperación con el asesor financiero. Para que de alguna manera los resultados financieros resultaran positivos al proyecto. Pues, se encontró que el porcentaje manejado puede llegar a ser real a medida que la gente vaya concientizándose más en la ecología y de esta manera del concepto. En otras palabras se plantea que el porcentaje de ocupación del hotel puede ir aumentando a medida que la gente vaya concientizándose más en la ecología.

4.7.3 Presupuesto de Egresos.

El presupuesto de egresos expone resultados de acuerdo a un porcentaje seleccionado sobre el total de ingresos. Para mejor comprensión se pide revisar el Anexo 3.

4.7.4 Gastos Fijos



Análisis de Resultados

Los gastos fijos que fueron considerados son el impuesto predial de 0.15% sobre el valor del terreno, el seguro de la propiedad basado en 1.70% sobre el valor del terreno más el edificio. Y se consideraron además la amortización de la deuda y sus intereses como gastos fijos. Para una observación gráfica se pide revisar el Anexo 4.

4.7.5 Estado de Resultados

El estado de resultados se realizó en base a los datos obtenidos en los anexos números 1,2 y 3. Se pide ver el Anexo 5 para observar el estado de resultados.

4.7.6 Amortización de la Deuda

Se obtuvo un préstamo de \$4,907,550.00 de pesos. Por lo que se realizó la tabla correspondiente a la amortización con una tasa de 15% de intereses a 10 años. Se pide de igual forma revisar el Anexo 6.

4.7.7 Depreciaciones

También se obtuvieron las depreciaciones correspondientes a los activos fijos que tiene el hotel. Para esta parte se consideró primero el edificio, con una depreciación de 5 % anual a 20 años; encontrándose un punto de rescate a los 10 años. Por otra parte, se tomó el 10% de depreciación anual a 10 años para el equipo y mobiliario, maquinaria e instalaciones hidro/sanitarias. Sin embargo cabe aclarar que para el equipo y mobiliario se consideró una



Análisis de Resultados

recompra a los 5 años de operación y también se obtuvo un valor de rescate para 5 y 10 años. Revisar Anexo 7.

4.7.8 Flujo de Efectivo

Finalmente se realizó una tabla para considerar el flujo de efectivo anual obtenido para los 10 años de operación del hotel. Además en esta tabla se agregó la tasa interna de retorno de la inversión y el valor presente neto con un costo de oportunidad de 20 %. Se pide revisar Anexo 8 para mejor comprensión.