

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los Servicios de Spa en la Ciudad de Puebla

Tal y como se menciona en la metodología se acudió a los establecimientos que ofrecen servicios de spa en la ciudad de Puebla en calidad de cliente con el objetivo de conocer los servicios y tarifas que estos ofrecen. Se acudió en total a 10 spas. A continuación se presenta la información obtenida al investigar estos establecimientos.

Las tarifas varían según el tratamiento requerido, los tres tipos de tratamientos que se encontraron fueron los siguientes y se como se observa el rango de precios es accesible para todo tipo de presupuestos:

1. Tratamientos corporales y masajes	\$250-\$700
2. Faciales	\$400-\$2,000
3. Hidroterapia	\$350-\$360

Cada Spa cuenta con tratamientos diferentes, entre los tratamientos encontrados en los establecimientos visitados se obtuvieron los siguientes servicios:

- Tratamientos Corporales y Masajes

1. Exfoliación
2. Fango terapia
3. Velo de Novia
4. Reductivo
5. Reafirmante
6. Linfático
7. Reflexología
8. Masaje Shi-Atsu
9. Masaje piedras calientes
10. Masaje anticelulítico
11. Masaje aromaterapéutico
12. Masaje deportivo
13. Masaje antiestrés
14. Masaje egipcio (con leche)

- Faciales

1. Limpieza profunda
2. Lifting
3. Hidratante
4. Botox sin invasión
5. Gink Go Biloba
6. Antiacné
7. Para caballeros
8. Renovación epidérmica
9. Unique (con caviar)

10. Tratamiento de ojos

11. Tratamiento de vitaminas

- Hidroterapia
 1. Hidromasaje con aromaterapia
 2. Hidromasaje egipcio
 3. Hidromasaje con regadera Vichy

Otros datos importantes que se obtuvieron al visitar los establecimientos fueron:

- Sólo dos establecimientos cuentan con tratamientos de hidromasaje.
- Existe únicamente un tratamiento específico para hombres.
- Los servicios de pareja no son ofrecidos por la competencia, existe un lugar que otorga servicio en parejas y es de hidromasaje.
- Los establecimientos cuentan en su mayoría con una sola cabina de masajes por lo que atienden por cita y únicamente pueden atender a una persona a la vez.
- La mayoría de los establecimientos trabajan con masajistas externas a las cuales contratan dependiendo el número de citas que se tengan. Solamente un spa cuenta con terapeuta de planta.
- El 90% de los establecimientos visitados laboran de lunes a sábado, el 10% trabaja de lunes a domingo.
- Los clientes asisten a diferentes horas, por lo que no se pudo establecer un horario en el cual estos tratamientos son más solicitados.

- Dentro de los tratamientos más solicitados por los clientes se encuentran:
Masaje relajante, masaje reductivo y faciales.

Estos datos ayudaron a conocer mejor a la competencia, descubrir sus debilidades y fortalezas y si bien existen establecimientos que ofrecen servicios de day spa en la ciudad de Puebla, también existen ciertos servicios que no se pueden cumplir a la perfección y los cuales se podrán ocupar para implementarlos en el hotel La Quinta Luna de acuerdo a las exigencias de los clientes.

4.2 Antecedentes del Hotel La Quinta Luna

Antes de comenzar a investigar un producto es necesario conocer a la empresa que desea implementar un nuevo servicio para así obtener mejores resultados a la hora de proponer los servicios a ofrecer ya que de esta manera tanto la empresa como los clientes estarán satisfechos y encontrarán lo que buscaban.

La Quinta Luna se encuentra en la ciudad de Cholula, Puebla, a 115 Km. De la ciudad de México. Está ubicado dentro de una mansión del siglo XVII que fue restaurada por la familia Cárdenas González de Cossio de 1996 a 1998. La casa fue catalogada como Monumento Histórico por el Instituto Nacional de Antropología por lo que el diseño y estructura física de la casa son originales. Para una mejor ubicación del hotel, véase el mapa que se muestra a continuación.



Figura I. Mapa de ubicación del Hotel La Quinta Luna. De “Nuestro Hotel”, La Quinta Luna.

El hotel cuenta con seis habitaciones de muros de adobe y techos altos los cuales dan a un patio central. En el patio se realizan desayunos o eventos y junto a este se encuentra un cristo del siglo XVI elaborado con pasta de maíz. El lobby y restaurante ofrecen un ambiente íntimo con platillos pertenecientes a la *Nueva Cocina Mexicana* y se encuentran ubicados en lo que era la antigua capilla de la casa en donde también se podrán encontrar desde la viga más antigua del lugar fechada el 19 de abril de 1736 hasta diferentes pinturas contemporáneas de artistas mexicanos que adornan sus paredes. Finalmente se encuentra la biblioteca la cual consta de dos pisos y fue construida con vigas restauradas del siglo XVIII y alberga una colección de libros de diferentes temas. Estos son los servicios que el hotel ofrece a sus clientes y con los que pretende consolidarse como uno de los mejores hoteles y destinos de Puebla.

4.2.2 Filosofía y Políticas de la Empresa

Toda empresa deberá contar con una misión y visión bien definidas para emprender acciones que dirijan a la realización de las mismas. La misión de La Quinta Luna es: Ser reconocida como la empresa líder en el mercado de su tipo en la industria hotelera regional y nacional, y se destacará a nivel internacional por la calidad de su servicio, por el bienestar de sus empleados y por la rentabilidad social y económica que genere. Para lograr la realización de esta misión también será necesario un trabajo de calidad en todo momento, siendo lo más importante la satisfacción del cliente y para esto se tendrá que poner especial atención en el trabajo realizado por cada miembro del equipo ya que si se busca la excelencia cada empleado deberá buscar la perfección en su área buscando constantemente maneras para realizar sus tareas de una manera más eficiente y así ser capaces de atender las necesidades de los clientes con la mayor brevedad posible. La empresa tiene como visión alcanzar los mayores niveles de satisfacción de los huéspedes y visitantes. Para dirigir sus esfuerzos y acciones y lograr caminar hacia esta visión la empresa tiene el compromiso con los clientes de hacer siempre todo lo posible para cumplir y superar las expectativas de estos, logrando así una mayor satisfacción. Para lograr esta satisfacción es necesario que todo el equipo de trabajo del hotel mantenga un ambiente de respeto, realice sus tareas con eficiencia y sobre todo que se mantenga una actitud de servicio permanente.

La Quinta Luna ha establecido desde su creación un compromiso con sus clientes, huéspedes, empleados, proveedores y directivos: Ofrecer la máxima calidad en el servicio con el mayor profesionalismo y dedicación para lograr la plena satisfacción de las expectativas de nuestros clientes.

Existe también un compromiso con la conservación del ambiente y de las tradiciones de Cholula y de México, así como la promoción de la cultura mexicana a través del arte contemporáneo mexicano.

En cuanto a los empleados del hotel el organigrama se encuentra dividido en el área administrativa, recepción, cocina y ama de llaves y suman un total de 12 empleados los cuales deberán ser multifuncionales y ser capaces de atender y estar al pendiente de todas las áreas del hotel según sea el caso que se presente. Al ser un hotel pequeño es necesario que todos los empleados conozcan a la perfección sus labores y estén en constante comunicación entre departamentos para poder auxiliarlos cuando se necesite. El hotel La Quinta Luna expone a sus empleados, a la hora de ingresar, ciertas normas o puntos de lo que el hotel espera de ellos con los cuales se busca comprometer a estos a buscar la excelencia en el servicio y crear un ambiente laboral agradable y sobre todo con mucha comunicación.

4.2.3 Análisis de los Clientes del Hotel

El Hotel La Quinta Luna proporcionó la información necesaria para realizar una base de datos con el objetivo de poder realizar un análisis en cuanto al perfil de clientes que manejan y así poder tener una idea más clara de cuál es el mercado del hotel y poder ofrecerles servicios que cubran sus necesidades.

Se realizaron dos tipos diferentes de análisis, el primero dedicado al área de hospedaje y el segundo a los datos proporcionados por los clientes que asisten al restaurante del hotel por lo que se comenzará por explicar cada área a continuación.

4.2.3.1 Análisis del Área de Hospedaje

En cuanto a los clientes del área de hospedaje se determinó que el 70% aproximadamente lo representa un mercado de “parejas”, el resto lo conforman familias y de negocios. Esto es importante ya que si este mercado es el que genera parte de los ingresos del hotel es necesario conocer sus necesidades y gustos con el fin de lograr su satisfacción y un futuro regreso al hotel.

El porcentaje de ocupación que actualmente existe en el hotel La Quinta Luna ha ido en aumento desde su apertura. Para este análisis se determinó utilizar los datos más recientes con los que contaba el hotel por lo cual se utilizaron los datos del año en curso y no se tomaron en cuentas los resultados del 2004. El porcentaje de ocupación varía dependiendo los meses pero en promedio el hotel La Quinta Luna maneja un porcentaje de ocupación de un 27%, lo cual en la figura 2 se expresan los porcentajes de ocupación en relación a los cuartos vendidos por mes. En promedio el hotel vende 51 cuartos mensuales.

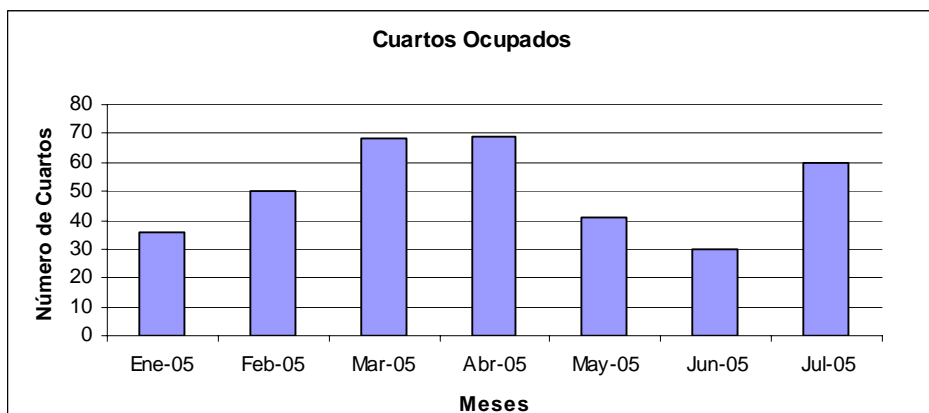


Figura 2. Cuartos Ocupados

Otro dato importante es el darse cuenta de la estancia que tienen los huéspedes del hotel, por lo que se analizaron las reservaciones realizadas por los huéspedes. En la figura 3 se pueden observar el total de noches reservadas por los huéspedes, tomando los datos correspondientes de los meses de enero a julio del 2005. En su mayoría la estadía de los huéspedes del hotel La Quinta Luna es una estadía corta que en su mayoría representa de una a dos noches siendo estas por lo general en fin de semana. El hotel cuenta con muy pocas estadías que sobrepasen la tercera noche.

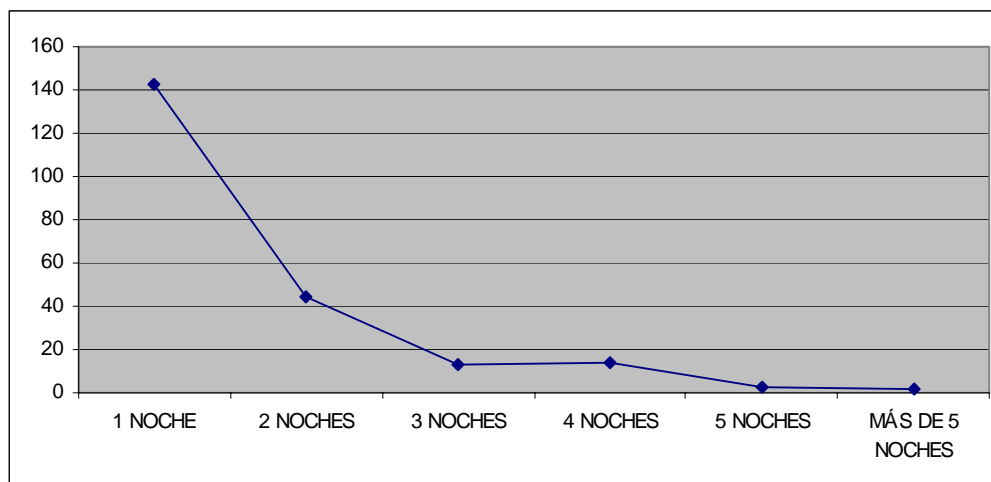


Figura 3. Número de noches reservadas

De acuerdo a la información obtenida de las papeletas de reservaciones se observa que el 40% de los huéspedes del hotel provienen de la ciudad de México y el 28% de la ciudad de Puebla, estas son las dos ciudades más representativas para el hotel.

4.2.3.2 Análisis del Área de Restaurante

Al conocer un poco más sobre los clientes del hotel La Quinta Luna que ocupan los servicios de hospedaje se podrá continuar a analizar los resultados obtenidos por el área de Restaurante.

Tomando en cuenta las reservaciones de restaurante realizadas por los clientes del mismo se determinó que los que asisten al restaurante pertenecen a los siguientes grupos:

1. Mujeres
2. Familias
3. Parejas
4. De negocios

Con el fin de analizar conocer las horas a las que asisten los clientes del hotel La Quinta Luna se analizaron los datos otorgados por el hotel los cuales dieron como resultado la siguientes dos tablas en las que se pueden observar las

preferencias de los clientes divididas en dos categorías: desayunos y comidas/cenas, así como también un porcentaje ya promedio de la demanda de los clientes de estos servicios. Las fechas ocupadas fueron de abril a julio del 2005, fechas en las cuales el hotel comenzó a realizar evaluaciones de servicio en el área de restaurante. Mensualmente las demandas entre el servicio de desayunos y comidas-cenas varían pero cuentan con muy poca diferencia entre sí prácticamente el 50% de los clientes asiste al servicio de desayunos y el otro 50% a comidas y cenas. Debido a la información tomada del hotel no fue posible separar los servicios de comidas y cenas pero da una idea de la afluencia y demanda entre las mañanas y las tardes en el hotel. La demanda de cada uno dependiendo los meses en los que se realizaron estas evaluaciones de servicio se puede observar en la figura 4. El conocer la demanda en el servicio de comidas es con el objetivo de conocer las horas en las que los clientes acuden al restaurante las cuales podrán ser también en las que acudan al área de Spa.

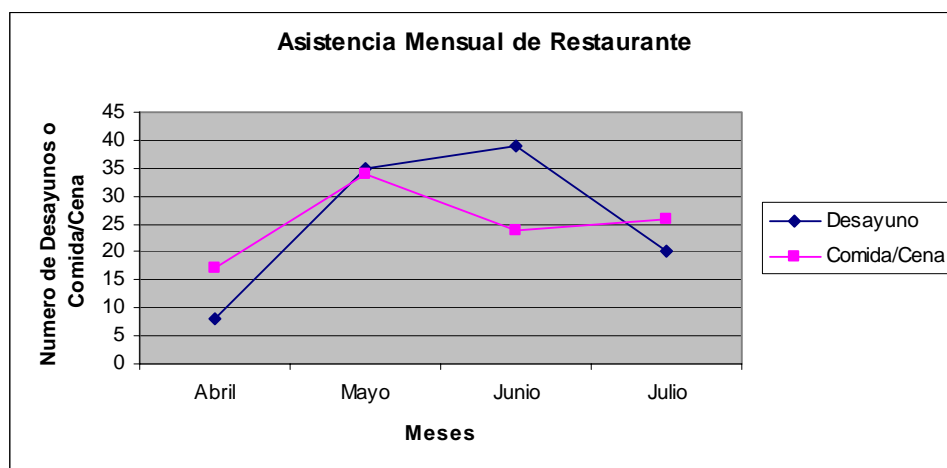


Figura 4. Asistencia Mensual de Restaurante

Con el análisis del comportamiento de los clientes del hotel La Quinta Luna, se lograron observar los patrones de comportamiento de los mismos lo cual será de gran ayuda para conocer mejor al segmento y aplicar este trabajo en torno a la información obtenida.

4.2.3.3 Análisis de Fortalezas y Debilidades de la Empresa

Para una empresa siempre será importante conocer sus fortalezas y debilidades ya que deberá luchar constantemente por tratar de sobresalir ante su competencia trabajando en sus fortalezas y teniendo siempre en cuenta sus debilidades para tratar día a día de convertirlas en fortalezas.

Dentro del Hotel La Quinta Luna se encontraron las siguientes fortalezas y debilidades estas serán de gran ayuda para implementar nuevos servicios, tal como este estudio pretende, ya que se verá si el hotel cuenta o no con las capacidades óptimas para sobresalir en este nuevo proyecto de day spa.

Las fortalezas encontradas fueron las siguientes:

- Al ser un hotel pequeño la atención al cliente se vuelve personalizada por lo que el cliente se sentirá en un ambiente de confianza y satisfacción.

- La casa en donde se encuentra ubicado el hotel es un edificio histórico y de belleza arquitectónica, lo que será punto de atracción hacia los clientes que buscan lugares que además de confort sean culturales.
- El sistema de cómputo que el hotel utiliza es sencillo pero funcional por lo que no tendrían problemas para implementarlo en el nuevo servicio de day spa y no se tendrán que gastar recursos en implementar nuevos sistemas.
- El hotel pertenece a la asociación de Hoteles Boutique de México. Esto les da difusión a nivel nacional e internacional y se podrá publicar también el nuevo servicio con el que se contará.
- Los directivos del hotel cuentan con los recursos financieros necesarios para crear las instalaciones que requiere un servicio de day spa.
- Al ser los clientes de la ciudad de Puebla un mercado representativo para el hotel, tanto en el área de restaurante como de hospedaje, el hotel podrá aprovechar esta muestra de fidelidad de los clientes para determinar con la ayuda de estos qué servicios implementar y así fortalecer la satisfacción y preferencia de los mismos.
- El hotel La Quinta Luna cuenta con una base de datos que se ha ido formando desde sus inicios. Esto permitirá informar de una manera inmediata el nuevo servicio ofrecido por el mismo.
- Los clientes y huéspedes del hotel, al provenir en su mayoría de la ciudad de Puebla recurren al mismo como medio de escape y relajación. Esto quiere decir que este mercado se vuelve cautivo ya que los atractivos locales no son de su interés, por lo tanto buscan un lugar en donde puedan pasar gran parte de su estancia dentro de las instalaciones del mismo, por lo que este deberá cumplir con sus necesidades ofreciéndoles servicios que sean de su interés.

Las debilidades encontradas fueron las siguientes:

- El personal actual del Hotel La Quinta Luna no está familiarizado con el concepto de spa por lo que se necesitaría capacitación y probablemente contratación de personal para el área de spa.
- Al ser una construcción antigua el hotel se enfrenta con determinadas restricciones para construir por lo que deberá seguir lineamientos que tal vez no se ajusten a las necesidades de instalación que requiere un day spa.
- La ubicación del hotel dentro de la ciudad de Cholula no es favorable, este colinda con una camionera lo cual le resta privacidad y por las actividades de la misma el ruido es constante. Esto se plantea como debilidad dado que los tratamientos de day spa requieren de un ambiente tranquilo y silencioso.
- El entorno en donde está planeada la construcción del day spa no es visiblemente favorable para lograr los efectos requeridos (tranquilidad y relajación) en determinados tratamientos o futuros servicios que se planeen ofrecer.

4.2.3.4 Análisis de Oportunidades y Amenazas de la Empresa

Las oportunidades y amenazas como se menciona en la parte del marco teórico son eventos o circunstancias que se esperan ocurran en el mundo exterior y que

afecten al hotel de una manera negativa o positiva según sea el caso. A continuación se mencionan las oportunidades y amenazas encontradas.

Las oportunidades encontradas fueron las siguientes:

- El turismo de salud está demandando cada vez más establecimientos que ofrezcan alternativas saludables para el cuerpo humano como son los spas. Por lo que el hotel se vería beneficiado al contar con el servicio de day spa.
- La mayoría de los clientes del hotel acuden más de una vez lo cual indica que están satisfechos con el lugar y el servicio obtenido. Son clientes recurrentes los cuales se espera acudan al day spa.
- Cuando se realizan las reservaciones los clientes preguntan si se cuenta con servicio de spa por lo que ya se sabe existe una demanda y se espera esta aumente al publicarse el nuevo servicio.
- En Puebla hay cada vez más establecimientos que ofrecen servicio de day spa sin embargo, solo existe uno que ofrece este servicio junto con el de hospedaje por lo que el hotel tendría una ventaja competitiva frente a la competencia.
- Los avances tecnológicos son importantes y cada vez se ofrecen más y mejores servicios por lo que el hotel esta en la disposición de conseguir mejores aparatos y técnicas de masaje que la competencia.

Las amenazas encontradas son las siguientes:

- Los destinos de playa generalmente cuentan con servicio de spa en los hoteles y son más demandados que los destinos culturales por lo que la competencia será también con este tipo de destinos. Esto representa una amenaza ya que la publicidad y las instalaciones tendrán que ser más competitivas.
- Los servicios de spa en pareja son poco comunes y a veces mal interpretados por la sociedad por lo que se tendrá que tener cuidado a la hora de promocionarlos para cautivar a este sector del mercado.
- La apertura próxima de un hotel con el servicio de spa a pocas cuadras de La Quinta Luna representa una de las mayores amenazas ya que este contará con las mismas ventajas locales en lo que respecta al turismo cultural por lo que el hotel tendrá que esmerarse en ofrecer los mejores servicios, instalaciones y precios para lograr mantener y captar futuros clientes.

4.3 Análisis de Las Encuestas

El análisis de las encuestas permitirá conocer los hábitos de los clientes del Hotel La Quinta Luna y sus preferencias respecto a los servicios de day spa y precios. Se anexan las tablas que se utilizaron para realizar este análisis así como los resultados obtenidos.

Se realizaron un total de 64 encuestas en un periodo de un mes y como se mencionó anteriormente, estas encuestas fueron entregadas al los clientes del restaurante del hotel en sus cuentas y a los huéspedes del mismo durante el proceso de check-out. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Los clientes que contestaron las encuestas en su mayoría fueron del área de restaurante, aproximadamente el 50%. El otro 50% lo ocupan los clientes del área de hospedaje y los que utilizan ambos servicios: hospedaje y restaurante.
- La frecuencia con la que los clientes visitan al hotel es variada pero constante, en la figura 5 se muestra con qué regularidad asisten al hotel siendo las principales los clientes que acuden al hotel por primera vez, estos representan el 34% de los visitantes.

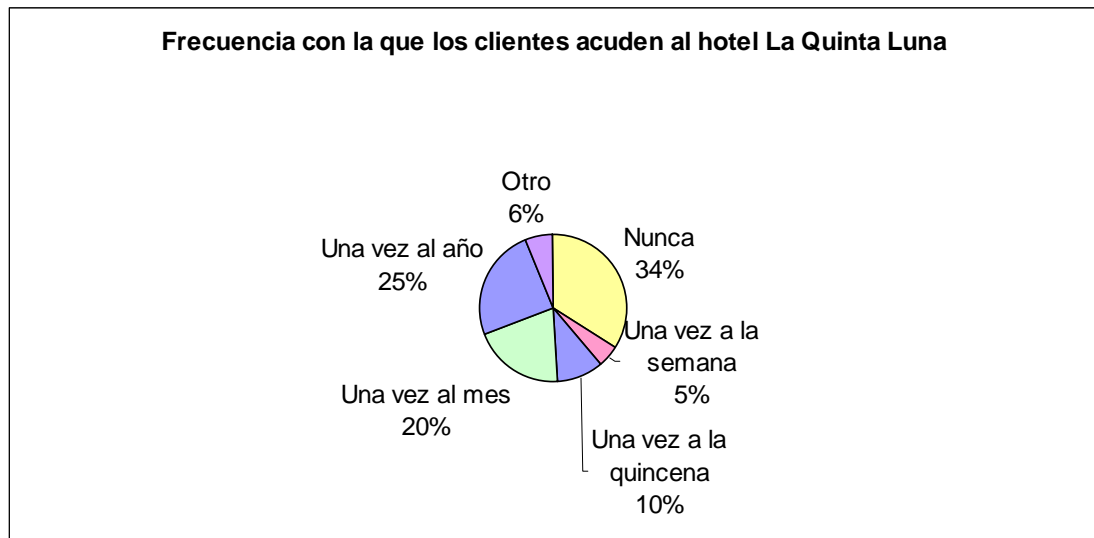


Figura 5. Frecuencia con la que los Clientes Asisten al Hotel

- El 33% de los encuestados nunca ha visitado un day spa, el 20% visita una vez al mes uno y el 24% acude una vez al año.
- Se les preguntó a los clientes qué tipo de tratamientos estarían interesados en tomar. Los resultados se muestran en la figura 6 en donde se podrá observar que existe muy poca diferencia entre cada una de las opciones otorgadas lo que quiere decir que las preferencias se encuentran divididas entre las tres opciones propuestas.



Figura 6. Tipos de Tratamientos que los Clientes se Interesan en Tomar

- Por los tratamientos que se mencionan anteriormente se les dio a escoger a los encuestados entre ciertos rangos de precios para conocer qué tarifas estarían dispuestos a pagar por ellos. El 53% pagaría por los tratamientos menos de \$500; el 42% estaría dispuesto a pagar entre \$500 y \$1,000 y únicamente el 5% pagaría más de \$1000.

- Se realizó una pregunta a los encuestados sobre si estarían dispuestos o no a recibir un tratamiento en pareja durante su estancia en el hotel. El 86% opinó que le gustaría tomar tratamientos de day spa con su pareja y el 4% no está interesado en este tipo de servicios.
- Para los clientes que estarían dispuestos a tomar los servicios de tratamientos de day spa en parejas también se estableció un margen de precios y los resultados indican que el 75% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$500 y \$1,000 por un tratamiento en pareja; el 18% opina que pagar más de \$1,000 por este servicio sería lo adecuado y únicamente el 7% piensa que se debería cobrar menos de \$500 por el servicio.