

CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1 Conclusiones

El hotel La Quinta Luna busca alcanzar los mayores niveles de satisfacción de huéspedes y visitantes. Es por esto que la directiva del hotel trata de satisfacer las necesidades de sus clientes y ofrecerles cada vez más y mejores servicios.

El organigrama del hotel se encuentra dividido en área administrativa, recepción, cocina y ama de llaves y suman un total de 12 empleados. Al ser un hotel con poco personal los empleados deberán ser multifuncionales y capaces de atender las necesidades de los clientes de la mejor manera posible.

Los huéspedes del hotel La Quinta Luna son en un 70% de parejas, el resto lo conforman familias y el mercado de negocios. El promedio de ocupación es de 27% mensuales lo cual representa la venta de 51 cuartos mensuales y la estadía promedio varía de una a dos noches siendo estas generalmente los fines de semana. El 40% de los huéspedes provienen de la ciudad de México y el 28% de la ciudad de Puebla lo que indica que el mercado local representa una parte importante en la venta de cuartos del hotel.

En el área de restaurante se determinó que el mercado se encuentra formado principalmente por: mujeres, familias y parejas. El horario en el que los clientes visitan el restaurante se divide un 50% en desayunos y comidas y el otro 50% asiste al restaurante a cenar.

Se acudió a diez establecimientos en calidad de clientes para conocer los servicios y tarifas que ofrecen. Una vez realizada la investigación se observó que existen diferentes tipos de tratamientos cuyos precios varían desde \$250 a \$2,000 dependiendo del tipo de servicio que se desee ya sean corporales, faciales o hidroterapia.

Al analizar cada uno de los establecimientos se descubrieron varios factores importantes los cuales se considera ayudarán al hotel a conseguir una ventaja competitiva estos factores son los siguientes:

- No existen establecimientos que ofrezcan tratamientos de pareja.
- Solamente un establecimiento ofrece un tratamiento enfocado a hombres.
- La mayoría de los establecimientos cuentan con una cabina para masajes por lo que no pueden atender a más de una persona.
- Los servicios se ofrecen por medio de citas ya que los establecimientos trabajan con masajistas externas.
- Los tratamientos más solicitados por los clientes son el masaje relajante, el reductivo y los faciales.

Aparte de conocer a la competencia y los servicios que se ofrecen fue necesario conocer la opinión de los clientes del hotel La Quinta Luna. De las 64 personas encuestadas el 33% nunca ha visitado un day spa y un 20% visita uno al menos una vez al mes. En cuanto a qué tipo de tratamientos están interesados los clientes los resultados se encontraron divididos por lo que no se estableció preferencia por ninguno.

El 86% de los encuestados opinó que estarían dispuestos a recibir un tratamiento en pareja y pagaría por este entre \$500 y \$1,000 dependiendo el tratamiento que se tome.

5.2 Recomendaciones

Después de analizar los resultados obtenidos por la investigación de los establecimientos de day spa de la Ciudad de Puebla y las encuestas entregadas al los clientes del hotel se establecieron las siguientes recomendaciones para el hotel La Quinta Luna, las cuales se determinaron de acuerdo a los principios y objetivos de la empresa y se cree serán las más viables de acuerdo al mercado al que este hotel va dirigido.

Para que el hotel pueda considerarse con servicio de day spa deberá cumplir las especificaciones que este exige. Se proponen los siguientes servicios:

- Se deberá contar con el servicio de masajes dentro de los cuales son obligatorios, el masaje sueco, drenaje linfático y la reflexología.
- Los tratamientos corporales también son necesarios por lo que se escogerá al menos uno de los siguientes: reductivo, exfoliante y envolturas corporales. Esto se dejará a la elección de los directivos del hotel.
- Tratamientos de aromaterapia en donde se podrán implementar olores y aceites de la región y de esta manera complementar el servicio moderno con las costumbres de la ciudad de Cholula ya que según lo expresó la directiva del hotel, están interesados en conservar vivas las tradiciones culturales de la

región promoviendo así servicios con un toque original que se distingan de los de la competencia sin dejar de ser competitivos y de calidad.

- Tratamientos de hidroterapia. La Asociación de Day Spa lo pone como requisito y en la Ciudad de Puebla existen únicamente dos establecimientos que cuentan con este tipo de servicio por lo cual se considera es necesario contar con al menos un tratamiento de hidroterapia para lograr ser competitivos, cumplir con las normas y ofrecer variedad de servicios.
- Se propone servicio de cocina spa ya que el hotel cuenta con área de restaurante y no sería necesario implementar nuevas instalaciones para este servicio. Se tendrán que realizar menús ligeros los cuales será ofrecidos tanto para los clientes del restaurante como para los del day spa. De esta manera aumentaría el menú para los clientes regulares del restaurante y se ofrecerían paquetes con servicios completos para las personas que visiten y utilicen las instalaciones del day spa.
- Buscar una marca de productos para asociarse y utilizar estos en tratamientos específicos lo cual brinda calidad y seguridad en los servicios ofrecidos.

En la realización del análisis de los establecimientos que cuentan con day spa en la Ciudad de Puebla se encontraron varios puntos débiles los cuales se podrían aprovechar como ventaja competitiva dentro del hotel. Los puntos encontrados que se considera se deberían implementarse en el hotel La Quinta Luna son los siguientes:

- No existen tratamientos dirigidos a los hombres o en la promoción y publicidad no se mencionan cuando el tipo de tratamientos pueden ser

ocupados por hombres y mujeres. Se recomienda promocionar tratamientos específicos para lograr atraer a este sector de mercado. Únicamente un day spa en la Ciudad de Puebla ofrece un servicio facial especial para hombres.

- Los servicios en pareja no son ofrecidos en la Ciudad de Puebla. En las encuestas realizadas se identificó que más de el 70% de los clientes está interesado en tomar este tipo de servicios con su pareja y al ser este sector uno de los que más atrae el hotel en su área de hospedaje se considera que el ofrecer paquetes en pareja lograría atraer nuevos clientes y mantener la atención de las parejas que ya acuden regularmente al mismo.
- La mayoría de los establecimientos visitados cuentan con una cabina de masajes ya sea faciales o corporales por lo que se encuentran limitados a atender únicamente a una persona a la vez. Si se considera que se quieren implementar paquetes en pareja y lograr ser más competitivos se recomienda al hotel instalar dos cabinas de masaje o una cabina lo suficientemente amplia en la cual se pueda dar el servicio para dos personas. Todo esto de acuerdo a la superficie con la que el hotel cuente y tenga destinada para el área de day spa.
- Se recomienda que el horario de trabajo del área de day spa del hotel sea establecida de acuerdo a las horas en las que más clientes acuden al mismo. En los establecimientos que ofrecen servicio de day spa el flujo de clientes varía por lo que no fue posible establecer un horario con mayor afluencia o en el que los servicios sean más demandados. Así mismo se logró identificar que la mayoría de los establecimientos de la Ciudad de Puebla trabajan por citas por lo que no existe un personal fijo, solamente un establecimiento cuenta con terapeuta de planta la cual realiza todos los servicios que ahí se

ofrecen. Se considera es buena oportunidad para el hotel para reducir costos de apertura y determinar la demanda en los servicios para en un futuro contar con terapeutas y recepción propia.

- Se recomienda también que una vez que se escojan los servicios que el day spa ofrecerá el personal de recepción del hotel sea capacitado para que cuenten con los conocimientos generales del funcionamiento del mismo y los tratamientos que ahí se ofrecen. De esta manera el personal de recepción del hotel podrá fungir como recepción del day spa informando a los clientes los servicios y tarifas que se manejen y así mismo realizar las citas y organizarse con las terapeutas que se consigan.
- Será necesario realizar diferentes paquetes que involucren alimentos, hospedaje y tratamientos de day spa tanto para mujeres y para hombres ya sean individuales o en pareja.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los clientes del hotel La Quinta Luna, ya sean clientes del área de hospedaje o del restaurante se propone lo siguiente:

- El 20% de los encuestados visitan un spa regularmente por lo que se propone establecer políticas que permitan contar con clientes frecuentes ya sea con descuentos en los tratamientos, hospedaje o alimentos y de esta manera lograr tener clientes leales y que conozcan todos los servicios que el hotel ofrece.
- Se recomienda ofrecer recorridos a los nuevos clientes con el fin de promocionar los servicios de day spa y paquetes ofrecidos y lograr que más gente se interese en los tratamientos. Esto es debido a que un 33% de los

clientes encuestados no conocen un spa ni los servicios que estos ofrecen por lo que el hotel puede aprovechar esta oportunidad para dar a conocer lo que es un day spa y todos los servicios que el hotel pone al alcance de los clientes para captar a este mercado y hacerlos frecuentes.

- Se propone que con los tratamientos individuales se establezcan tarifas entre \$500 y \$1,000 en su mayoría y algunos tratamientos se encuentren con precios debajo de los \$500 ya que estas fueron las tarifas que los clientes establecieron como viables y van de acuerdo también con las tarifas que ofrece la competencia.
- De acuerdo a los tratamientos de pareja se propone que el rango de precios este entre \$500 y \$1000 dependiendo el número y tipo de tratamientos que los clientes decidan tomar. Estas tarifas fueron establecidas por los clientes y se consideran viables ya que no se pudieron comparar con la competencia ya que no ofrecen este tipo de servicios.

Se propone también que el hotel La Quinta Luna considere las debilidades y amenazas encontradas y las trate de disminuir, trabajando de manera continua para que estas no representen una desventaja. Debido a que instalarán un establecimiento de giro parecido con servicios de day spa cerca del hotel es necesario que este se concentre en sus fortalezas y oportunidades para tratar de convertirlas en una ventaja competitiva y obtener la fidelidad de sus clientes y atraer nuevos. De esta manera cuando abran el nuevo establecimiento el hotel contará ya con una ventaja que le permitirá mantenerse en el gusto del mercado.