

CAPITULO III

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 SEGMENTACION DE MERCADOS

3.2 METODOLOGIA

3.2.1 Herramientas

3.2.2 Objetivos

3.2.2.1 Objetivos Generales

3.2.2.2 Objetivos Específicos

3.2.3 Definición de la Población Objeto de Estudio

3.2.4 Tipo de Investigación

3.2.5 Método de Observación

3.2.6 Tamaño de la Muestra

3.2.6.1 Cálculo de la Muestra

3.2.6.2 Criterios de Información

3.2.7 Diseño del Instrumento

3.2.7.1 Prueba Piloto

3.2.8 Trabajo de Campo

3.2.9 Análisis y Síntesis

3.2.10 Análisis Cruce de Variables

3.2.10.1 Tablas de Contingencia

3.2.10.2 Anovas

3.2.10.3 Correlaciones

3.2.11 Análisis del Estudio frente a la Hipótesis

3.2.12 Criterios Claves de Compra

3.3 PRONOSTICO DE LA DEMANDA

3.3.1 Cálculo de la Demanda

3.4 PRONOSTICO DE LA OFERTA

3.4.1 Cálculo de la Oferta

3.5 DEMANDA INSATISFECHA

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 SEGMENTACION DE MERCADOS

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Mientras que el segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing. Por lo tanto resulta de vital importancia que el Hotel Caída del Sol realice una segmentación de mercados, puesto que la misma le permitirá identificar el perfil de sus clientes, así como los factores que los motivan a consumir determinados productos y servicios, generando estrategias que permitan un acercamiento con dicho mercado.

Para la presente investigación se tomara en cuenta las siguientes variables para segmentar el mercado:

| SEGMENTACION | CARACTERISTICAS |
|---------------|--|
| ○ Geográfica | ○ Habitantes de la provincia de Pichincha, de la ciudad de Quito, del área urbana. |
| ○ Demográfica | ○ Edad comprendida entre 15 y 65 años. |

3.2 METODOLOGIA

Para emprender una Investigación de Mercado es muy importante identificar y señalar el método óptimo con el que se realizará el estudio, y una vez recopilada toda la información necesaria se empieza a tomar decisiones y realizar estrategias para solucionar los problemas que posee el Hotel Caída del Sol.

El método de investigación a utilizarse será el inductivo, el mismo que después de una observación directa de hechos individuales se extraerán conclusiones generales.

Otro método utilizado será el científico, a través del cual se investiga y se estudia el mercado a quien nos estamos dirigiendo, así como la empresa en general.

3.2.1 Herramientas

Dentro del estudio a realizarse, la investigación cualitativa y cuantitativa se ajustan a los intereses del Hotel Caída del Sol, de esta forma se recolectará información relevante para la entidad.

La herramienta de recolección de datos en el presente estudio será el cuestionario, pues según los expertos es la forma más rápida y adecuada para obtener información, cuando la población es demasiado grande; a través de la selección de una muestra.

3.2.2 Objetivos

3.2.2.1 Objetivos Generales

Realizar una Investigación de Mercados, con la finalidad de evaluar el servicio que oferta el Hotel Caída del Sol e identificar el perfil del segmento al cual se dirige; así como su posicionamiento.

3.2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el segmento de mercado.
- Definir cuales son los factores de posicionamiento para el Hotel Caída del Sol.
- Concretar un adecuado mix comunicacional a fin que permita al Hotel darse a conocer en el mercado.
- Identificar el comportamiento del consumidor de servicios hoteleros en la ciudad de Quito (presupuesto y frecuencia de compra).
- Definir el estilo de vida de los clientes actuales y potenciales de los servicios brindados por el Hotel Caída del Sol.
- Determinar la preferencia de compra de los servicios hoteleros.
- Reconocer las características del servicio que desde el punto de vista del cliente son de mayor importancia a la hora de elegir este servicio.
- Crear una oferta de producto o servicio más afinada y poner el precio apropiado para el público objetivo.

3.2.3 Definición de la Población Objeto de Estudio

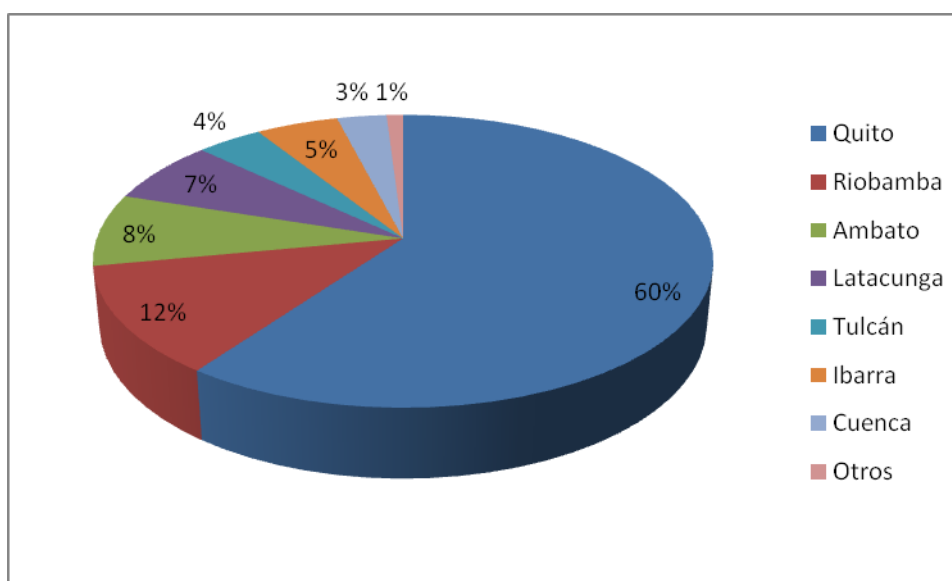
La población objeto de estudio proviene de la Región Sierra, provincia de Pichincha, cantón Quito, de área urbana de la ciudad. Según datos que se muestran en las tablas siguientes:

TABLA No. 15**PROCEDENCIA DE TURISTAS POR CIUDAD DE LA REGION SIERRA**

| Ciudad | % de Procedencia | Números de Turistas |
|---|------------------|---------------------|
| Quito | 60% | 617.492 |
| Total de Turistas de la Región Sierra que visitaron el Cantón Atacames al año 2007 | | 1.029.153 |

Fuente: Cámara de Turismo de Atacames

Elaboración: María Elisa Silva C.

GRAFICO No. 20**PROCEDENCIA DE TURISTAS POR CIUDAD DE LA REGION SIERRA**

Fuente: Cámara de Turismo de Atacames (2007)

Elaboración: María Elisa Silva C.

Como se muestra en el Gráfico, de los turistas de la Región Sierra que visitan el Cantón Atacames, el gran porcentaje de turistas provienen de la ciudad de Quito.

En la Cámara de Turismo de Atacames, se determinó que la mayoría de turistas que llegan al Cantón Atacames son personas con una edad comprendidas de 15 a 64 años, y pertenecen generalmente a una clase social baja, media y media - alta.

La Población de la provincia de Pichincha, del cantón Quito, del área urbana y rural se muestra a continuación:

TABLA No. 16**Proyección de la población de la provincia de Pichincha**

| Cantones de la provincia | Año 2008 | | |
|--------------------------|----------|-------------|------------|
| | Total | Área urbana | Área rural |
| Pichincha | 2720764 | 1936195 | 784569 |
| Quito | 2093458 | 1579186 | 514272 |

Fuente: INEC

La Población de la ciudad de Quito de acuerdo a las edades comprendidas de 15 a 64 años, del sector urbano es de 1'579.186 personas en el año 2008, mediante estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), los cuales se muestran en la siguiente tabla:

TABLA No. 17**Proyección de la población de la provincia de Pichincha****Según grupos de edad, ciudad y sector**

Año 2008

| Grupos de Edad | Provincia de Pichincha | Ciudad de Quito | Sector Urbano |
|----------------|------------------------|-------------------|-------------------|
| Total | 2720764 | 76,94% 2093458 | 75,43% 1579186 |
| < 1 año | 51795 | 39853 | 30063 |
| 1 - 4 | 208092 | 160114 | 120781 |
| 5 - 9 | 261810 | 201446 | 151960 |

| | | | |
|----------|--------|--------|--------|
| 10 – 14 | 258197 | 198666 | 149863 |
| 15 – 19 | 269660 | 207487 | 156516 |
| 20 – 24 | 271425 | 208845 | 157541 |
| 25 – 29 | 248300 | 191051 | 144118 |
| 30 – 34 | 216768 | 166789 | 125816 |
| 35 – 39 | 193490 | 148878 | 112305 |
| 40 – 44 | 170469 | 131165 | 98944 |
| 45 – 49 | 142906 | 109957 | 82946 |
| 50 – 54 | 118757 | 91376 | 68929 |
| 55 – 59 | 93901 | 72251 | 54502 |
| 60 – 64 | 66133 | 50885 | 38385 |
| 65 – 69 | 51643 | 39736 | 29975 |
| 70 – 74 | 41272 | 31756 | 23955 |
| 75 – 79 | 29459 | 22667 | 17099 |
| 80 y más | 26487 | 20380 | 15374 |

Fuente: INEC

Elaborado por: Ma. Elisa Silva C.

En conclusión, la población objeto de al estudio es 1'040.002 personas de un ingreso de un grupo de edad comprendido entre 15 y 64 años.

3.2.4 Tipo de Investigación

La investigación de mercados que se llevará acabo para determinar el perfil del cliente del Hotel Caída del Sol es de tipo descriptiva, cuyo objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de los potenciales clientes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. La meta de la Investigación Descriptiva y Cuantitativa, que no se limita a la simple recolección de datos, sino a la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.2.5 Método de Observación

Para realizar este estudio de campo se utilizará como herramienta básica de observación la encuesta, método que consiste en obtener información primaria de

tipo cuantitativo e las personas consultadas mediante el uso de un cuestionario estructurado en forma previa.

3.2.6 Tamaño de la Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra se aplicará una técnica de muestreo probabilística aleatoria, "cada elemento en la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa. Se selecciona en forma independiente a otro elemento y la muestra se toma por un procedimiento aleatorio de un marco de muestreo"¹.

3.2.6.1 Cálculo del Muestra

Para el cálculo de la muestra se va utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población

z = Nivel de Confianza

e = Nivel de Significación

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

N = 1'040.002

z = 1,96

e = 5%

¹ Naresh K. Malhotra , Investigación de Mercados, Editorial Prentice-Hall, Cuarta Edición, página 325

$$p = 20\%$$

$$q = 80\%$$

$$n = \frac{(1,96^2)(1'040.002)(0,2)(0,8)}{(0,05^2)(1'040.002 - 1) + (1,96^2)(0,2)(0,8)}$$

$$n = 245,80 \approx 246$$

Para determinar las 246 encuestas como muestra de la investigación, se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, en donde todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos o tomados en consideración.

Para definir el tamaño de la muestra, en el caso de estudio, se busca definir los casos favorables de posible utilización del servicio de alojamiento del Hotel Caída del Sol, ubicado en el Cantón Atacames, Provincia de Esmeraldas, por parte de los consumidores potenciales. De este modo, se ha escogido a 10 personas aleatoriamente, a quienes se les aplicó la encuesta piloto y se determinó sobre la base de la pregunta número 13, que consultaba:

Ha utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol?

Si ڤ No ڤ

Luego de aplicar esta pregunta, el 20% de los encuestados respondieron que "Si han utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol" y el 80% que "No".

Esta información alcanzada permitió obtener los datos de p y q, que son la probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia respectivamente por lo que tenemos lo siguiente:

$$p = 80\% \qquad \text{y} \qquad q = 20\%$$

En el reemplazo de los datos, se obtuvo que se realizará 246 encuestas para cumplir con los objetivos de la Investigación de Mercados.

3.2.6.2 Criterios de Información

El estudio de mercado se basará en obtener información general acerca de la competencia, factores de posicionamiento para el Hotel Caída del Sol y con el conocimiento de sus falencias y sus fortalezas se tomarán decisiones para poder diferenciarse de sus rivales de mercado.

Al realizar las encuestas se obtendrán conclusiones generales para establecer un idóneo marketing operativo para el negocio.

3.2.7 Diseño del Instrumento

A continuación se detalla la encuesta que será aplicada a la muestra determinada; este cuestionario contará con 14 preguntas.

| | |
|-------------|-----------|
| Pregunta 1 | Intervalo |
| Pregunta 2 | Intervalo |
| Pregunta 3 | Nominal |
| Pregunta 4 | Nominal |
| Pregunta 5 | Nominal |
| Pregunta 6 | Intervalo |
| Pregunta 7 | Nominal |
| Pregunta 8 | Ordinal |
| Pregunta 9 | Intervalo |
| Pregunta 10 | Ordinal |
| Pregunta 11 | Ordinal |
| Pregunta 12 | Nominal |
| Pregunta 13 | Nominal |
| Pregunta 14 | Nominal |

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES POTENCIALES

Objetivo: Conocer los requerimientos de los turistas de los servicios hoteleros.

La información recopilada tendrá carácter confidencial.

INSTRUCCIONES: Señale con una X el lugar donde corresponda o llene los espacios donde sea necesario.

1.¿Señale a cual de los siguientes grupos corresponde su edad?

| | | | | | |
|---------|---|---------|---|-----------|---|
| 15 – 19 | ف | 20 – 29 | ف | 30 - 39 | ف |
| 40 - 49 | ف | 50 - 59 | ف | más de 60 | ف |

2.¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

| | | | |
|--------------------|---|--------------------|---|
| Menos de \$ 200 | ف | De \$ 201 a \$ 400 | ف |
| De \$ 401 a \$ 600 | ف | Más de \$600 | ف |

3.¿Cuántas veces al año visita las playas de Atacames?

| | | | | | | |
|---------|---|-----------|---|------------|---|-------------------|
| Una vez | ف | Dos veces | ف | Tres veces | ف | Más de tres veces |
| | ف | | | | | |

4.¿Cuántas noches permanece en Atacames?

| | | | | | | |
|-----------|---|------------|---|-------------|---|--------------------|
| Una noche | ف | Dos noches | ف | Tres noches | ف | Más de tres noches |
| | ف | | | | | |

5.¿El motivo de su visita es?

| | | | |
|--------------|---|--------------------|---|
| Negocios | ف | Turismo / Descanso | ف |
| Otros | ف | | |
| Cuales?..... | | | |

6.¿Con cuántas personas usualmente viaja?

| | | | |
|-----------|---|-------------------|---|
| Solo | ف | De 3 a 5 personas | ف |
| En pareja | ف | Más de 5 personas | ف |

7.¿Cuál es el mes de mayor frecuencia que suele visitar Atacames?

| | | | | | | |
|------------|---|---------|---|-----------|---|-----------|
| Enero | ف | Febrero | ف | Marzo | ف | Abril |
| | ف | | | | | |
| Mayo | ف | Junio | ف | Julio | ف | Agosto |
| | ف | | | | | |
| Septiembre | ف | Octubre | ف | Noviembre | ف | Diciembre |
| | ف | | | | | |

8.¿Califique del 1 al 3 que tipo de servicios desearía obtener en el lugar de alojamiento? (Siendo 1 el de menor importancia y 3 el de mayor importancia)

| | | | |
|-----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| Parqueadero | | Seguridad | |
| Bar Restaurante | | Servicio las 24 horas | |
| Piscina o Áreas Recreativas | | TV por Cable | |
| Aire acondicionado | | | |

9.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel?

| | | | |
|---------------------|---|-------------------|---|
| Menos de 10 dólares | ف | 16 – 20 dólares | ف |
| 11 – 15 dólares | ف | Más de 21 dólares | ف |

10. ¿Califique del 1 al 3 a los factores que usted considera al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

| | | | |
|-----------|-------|---------------------------|-------|
| Limpieza | | Seguridad | |
| Comodidad | | Atención Personalizada | |
| Precio | | Servicios Complementarios | |

11. ¿Califique del 1 al 3 que actividades complementarias le gustaría realizar en la provincia de esmeraldas? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

| | |
|---|-------|
| Navegación deportiva (esquí y moto acuática, banana, botes, etc.) | |
| Tour por la provincia | |
| Pesca deportiva | |

12. Cómo obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?

| | | | |
|--------------------|---|--------------------------------|---|
| Televisión | ف | Guía de Información Turísticas | ف |
| Radio | ف | Internet | ف |
| Escrita o Revistas | ف | Prensa | ف |
| Amigos | ف | Agencias de Viajes | ف |
| Otras | ف | Cuales?..... | |

13. Ha utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol?

Si ف No ف

14. Cómo califica usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?

Excelente ف Muy Bueno ف Bueno ف Regular ف

Gracias por su colaboración.

3.2.7.1 Prueba Piloto

La prueba piloto se estableció para determinar los casos favorables y no favorables, a la ocurrencia del evento que se estudia para posteriormente determinar los valores de p y q, así como también para realizar cambios en las preguntas de la encuesta que no hayan sido claras por los encuestados.

La encuesta se la realizó como prueba piloto a 10 personas (aleatoriamente) en el Centro Comercial Quicentro Shopping.

Dicha prueba permitió identificar dentro del cuestionario varios errores en el momento de la concepción, de forma y fondo, que fueron rectificadas antes de iniciar el estudio de campo. A continuación se presentan las correcciones a dichas equivocaciones:

| No. Pregunta | Prueba Piloto | Encuesta Definitiva |
|--------------------|---|---|
| Pregunta 8 | <p>¿Califique del 1 al 3 que tipo de servicios desearía obtener en el lugar de alojamiento? (Siendo 1 el de menor importancia y 3 el de mayor importancia)</p> <p>Parqueadero Seguridad Bar Restaurante Servicio las 24 horas Piscina o Áreas Recreativas TV por Cable Aire acondicionado</p> | <p>¿Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuáles desearía obtener en el lugar de alojamiento? (Siendo 1 el de menor importancia y 3 el de mayor importancia)</p> <p>Parqueadero Seguridad Bar Restaurante Piscina o Áreas Recreativas TV por Cable Aire acondicionado</p> |
| Pregunta 10 | <p>¿Califique del 1 al 3 a los factores que usted considera al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)</p> <p>Limpieza Seguridad Comodidad Atención Personalizada Precio Servicios Complementarios</p> | <p>¿Califique los 3 factores que usted de considera de mayor preferencia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)</p> <p>Limpieza Seguridad Comodidad Atención Personalizada Precio Servicios Complementarios</p> |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| <p>Pregunta 11</p> | <p>¿Califique del 1 al 3 que actividades complementarias le gustaría realizar en la provincia de esmeraldas? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)</p> <p>Navegación deportiva Tour por la provincia Pesca deportiva</p> | <p>¿Califique las 3 actividades complementarias de mayor preferencia que le gustaría realizar en la provincia de esmeraldas? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)</p> <p>Navegación deportiva Tour por la provincia Pesca deportiva</p> |
| <p>Pregunta 12</p> | <p>Cómo obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?</p> <p>Televisión ف ف Guía de Información Turísticas ف Radio ف ف Internet ف Escrita o Revistas ف Prensa ف Amigos ف Agencias de Viajes ف Otras ف Cuales?.....</p> | <p>Cómo obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?</p> <p>Televisión ف ف Guía de Información Turísticas ف Radio ف ف Internet ف Prensa escrita o Revistas ف Amigos ف Agencias de Viajes ف Otras ف Cuales?.....</p> |
| <p>Pregunta 14</p> | <p>Cómo califica usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?</p> <p>Excelente ف ف Muy Bueno ف ف Bueno ف ف Regular ف ف</p> | <p>Si su respuesta anterior fue afirmativa. Cómo califica usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?</p> <p>Excelente ف ف Muy Bueno ف ف Bueno ف ف Regular ف ف</p> |

Por tanto la encuesta que se aplicara a las 246 personas determinadas en la muestra es la siguiente:

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO ENCUESTA A LOS CONSUMIDORES POTENCIALES

Objetivo: Conocer los requerimientos de los turistas de los servicios hoteleros.

INSTRUCCIONES: Señale con una X el lugar donde corresponda su respuesta.

1. ¿Señale a cual de los siguientes grupos corresponde su edad?

| | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|
| 15 - 19 ف ف | 20 - 29 ف ف | 30 - 39 ف ف |
| 40 - 49 ف ف | 50 - 59 ف ف | más de 60 ف ف |

2.¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Menos de \$ 200 ف De \$ 201 a \$ 400 ف
De \$ 401 a \$ 600 ف Más de \$600 ف

3.¿Cuántas veces al año visita las playas de Atacames?

Una vez ف Dos veces ف Tres veces ف Más de tres veces ف

4.¿Cuántas noches permanece en Atacames?

Una noche ف Dos noches ف Tres noches ف Más de tres noches ف

5.¿El motivo de su visita es?

Negocios ف Turismo / Descanso ف
Otros ف Cuales?.....

6.¿Con cuantas personas usualmente viaja?

Solo ف De 3 a 5 personas ف En pareja ف Más de 5 personas ف

7.¿Cuál es el mes de mayor frecuencia que suele visitar Atacames?

Enero ف Febrero ف Marzo ف Abril ف
Mayo ف Junio ف Julio ف Agosto ف
Septiembre ف Octubre ف Noviembre ف Diciembre ف

8.¿Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuales desearía obtener en el lugar de alojamiento? (Siendo 1 el de menor importancia y 3 el de mayor importancia)

Parqueadero ف Seguridad ف
Bar Restaurante ف Aire acondicionado ف
Piscina o Áreas Recreativas ف TV por Cable ف

9.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel?

Menos de 10 dólares ف 16 – 20 dólares ف
11 – 15 dólares ف Más de 21 dólares ف

10. ¿Califique del 1 al 3 a los factores que usted considera de mayor preferencia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

Limpieza ف Seguridad ف Comodidad ف

Atención Personalizada ﺕ Precio ﺕ Servicios ﺕ
Complementarios

11. ¿Califique del 1 al 3 a las actividades complementarias que a usted le gustaría realizar en la provincia de esmeraldas? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

Navegación deportiva ﺕ Tour por la provincia ﺕ
Pesca deportiva (esquí y moto acuática, banana, botes, etc.) ﺕ

12. Cómo obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?

| | | | |
|---------------------------|---|--------------------------------|---|
| Televisión | ﺕ | Guía de Información Turísticas | ﺕ |
| Radio | ﺕ | Internet | ﺕ |
| Prensa escrita o Revistas | ﺕ | Amigos | ﺕ |
| Agencias de Viajes | ﺕ | Otras | ﺕ |
| | | Cuales?..... | |

13. Ha utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol?

Si ﺕ No ﺕ

14. Si su respuesta anterior fue afirmativa. Cómo califica usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?

Excelente ﺕ Muy Bueno ﺕ Bueno ﺕ Regular ﺕ

Gracias por su colaboración.

3.2.8 Trabajo de Campo

Las encuestas se realizaron en las afueras del Centro Comercial Quicentro Shopping de la ciudad de Quito, en donde se encuentra gran cantidad de personas.

Organización Previa Recolección de Datos:

Levantamiento de la información

| | |
|-----------------------------------|--|
| Aplicación de la encuesta: | La aplicación de la encuesta lo realizará directamente el autor del cuestionario |
| Entrevistados: | Turistas Nacionales que visitan las playas de Atacames |
| Lugar: | Centro Comercial Quicentro Shopping de la ciudad de Quito |
| Fecha: | La aplicación de las encuestas se realizó los días 16, 17 y 18 de julio del 2008 |
| Logística | Computador Personal Software SPSS para la tabulación Papel Bond (Cuestionarios) Lápices a tinta |

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

3.2.9 Análisis y Síntesis

Una vez realizado el trabajo de campo se procedió a tabular, realizar cuadros estadísticos e histogramas mediante la utilización del software SPSS12; el mismo que ayudo a identificar el tipo de usuario (edades – ingresos económicos), gustos, preferencias y perspectivas del usuario real y potencial.

Los datos recopilados de la encuesta ayudarán a determinar el mercado objetivo, mediante la segmentación de la población.

A continuación se presenta los resultados de la tabulación de las encuestas aplicadas:

| | | Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? | Cuales son sus ingresos mensuales? | Cuantas veces al año visita las playas de Atacames? | Cuantas noches permanece en Atacames? | El motivo de su visita es? | Con cuantas personas usualmente viaja? | Cuales el mes de mayo frecuencia en el que suele visitar Atacames? | Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuales desearia obtener en el lugar de alojamiento? (Mayor importancia) | Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuales desearia obtener en el lugar de alojamiento? (Importancia media) |
|----------|----------|--|------------------------------------|---|---------------------------------------|----------------------------|--|--|--|--|
| N | Válidos | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 |
| | Perdidos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Media | | 2,63 | 2,7 | 1,91 | 2,58 | 2,09 | 2,51 | 6,27 | 2,69 | 3,41 |
| Moda | | 2 (a) | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 8 | 3 | 4 |
| Varianza | | 1,484 | 1,019 | 0,903 | 0,587 | 0,351 | 0,773 | 9,905 | 1,228 | 1,403 |

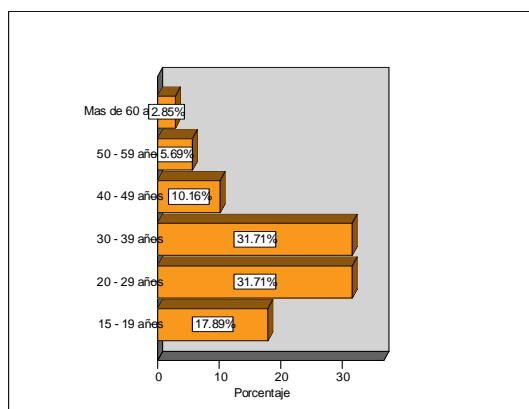
| Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuales desearia obtener en el lugar de alojamiento? (Menor Importancia) | Cuanto estaria dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel? | Califique los 3 factores que usted considera de mayor importancia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Mayor importancia) | Califique los 3 factores que usted considera de mayor importancia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Importancia media) | Califique los 3 factores que usted considera de mayor importancia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Menor importancia) | Califique del 1 al 3 a las actividades complementarias que a usted le gustaria realizar en la provincia de Esmeraldas, segun su grado de importancia? (Mayor importancia) | Califique del 1 al 3 a las actividades complementarias que a usted le gustaria realizar en la provincia de Esmeraldas, segun su grado de importancia? (Importancia media) | Califique del 1 al 3 a las actividades complementarias que a usted le gustaria realizar en la provincia de Esmeraldas, segun su grado de importancia? (Menor importancia) | Como obtiene informacion para seleccionar el lugar de hospedaje? | Ha utilizado los servicios del Hotel Caida del Sol? | Si su respuesta anterior fue afirmativa. Como calificaria usted el servicio que brinda el Hotel Caida del Sol? |
|--|---|--|--|--|---|---|---|--|---|--|
| 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 246 | 33 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 213 |
| 3,51 | 2,6 | 2,29 | 3,18 | 3,54 | 1,58 | 2,04 | 2,38 | 3,98 | 1,87 | 2,18 |
| 5 | 2 | 1 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 |
| 2,912 | 1,123 | 1,857 | 1,546 | 2,315 | 0,579 | 0,447 | 0,661 | 4,322 | 0,117 | 0,841 |

PREGUNTA 1:

¿Señale a cual de los siguientes grupos corresponde su edad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | 15 - 19 años | 44 | 17,9 | 17,9 | 17,9 |
| | 20 - 29 años | 78 | 31,7 | 31,7 | 49,6 |
| | 30 - 39 años | 78 | 31,7 | 31,7 | 81,3 |
| | 40 - 49 años | 25 | 10,2 | 10,2 | 91,5 |
| | 50 - 59 años | 14 | 5,7 | 5,7 | 97,2 |
| | Mas de 60 años | 7 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad?



En 31,7% de personas encuestadas se encuentran en las edades comprendidas entre los 20 y 29 años, de igual manera y en el mismo porcentaje entre los 30 y 39 años.

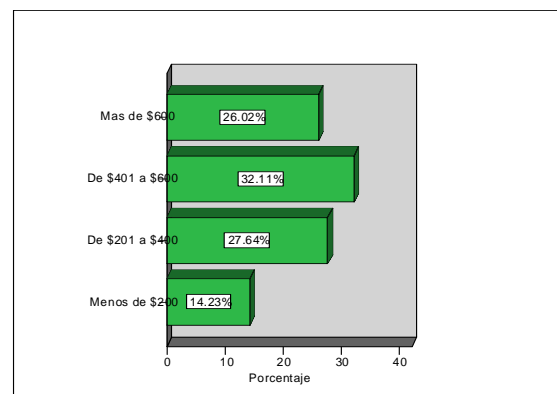
PREGUNTA 2:

¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Menos de \$200 | 35 | 14,2 | 14,2 | 14,2 |
| | De \$201 a \$400 | 68 | 27,6 | 27,6 | 41,9 |
| | De \$401 a \$600 | 79 | 32,1 | 32,1 | 74,0 |
| | Mas de \$600 | 64 | 26,0 | 26,0 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Cuales son sus ingresos mensuales?

Como nos muestra en la gráfica el 32,11% de los entrevistados mantienen unos ingresos mensuales entre 401 y 600 dólares por lo que nos permite identificar a que segmento de mercado se van a enfocar el estudio para la determinación de precios.



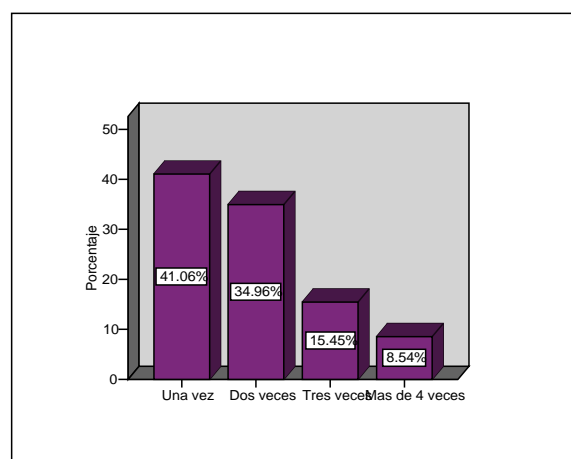
PREGUNTA 3:

¿Cuántas veces al año visita las playas de Atacames?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| Una vez | 101 | 41,1 | 41,1 | 41,1 |
| Dos veces | 86 | 35,0 | 35,0 | 76,0 |
| Tres veces | 38 | 15,4 | 15,4 | 91,5 |
| Mas de 4 veces | 21 | 8,5 | 8,5 | 100,0 |
| Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Cuántas veces al año visita las playas de Atacames?

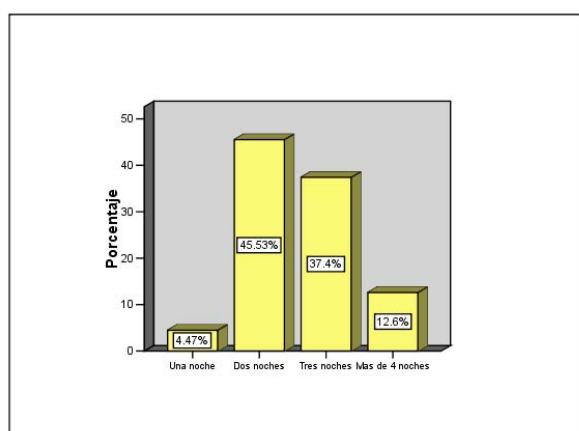
El 41,06% de los encuestados, manifestaron que acuden a la playa de Atacames por lo menos una vez al año; seguido con un 34,96% de personas que visitan dos veces al año, esto permite obtener la frecuencia de visita del turista al sector.



PREGUNTA 4:**¿Cuántas noches permanece en Atacames?**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Una noche | 11 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| | Dos noches | 112 | 45,5 | 45,5 | 50,0 |
| | Tres noches | 92 | 37,4 | 37,4 | 87,4 |
| | Mas de 4 noches | 31 | 12,6 | 12,6 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Cuantas noches permanece en Atacames?



El 45,53% de los entrevistados manifestaron que tienen como preferencia de alojarse por lo menos dos noches en las playas de Atacames, seguido con un 37,4% de personas que prefieren alojarse tres noches. Este dato permitirá definir la periodicidad de

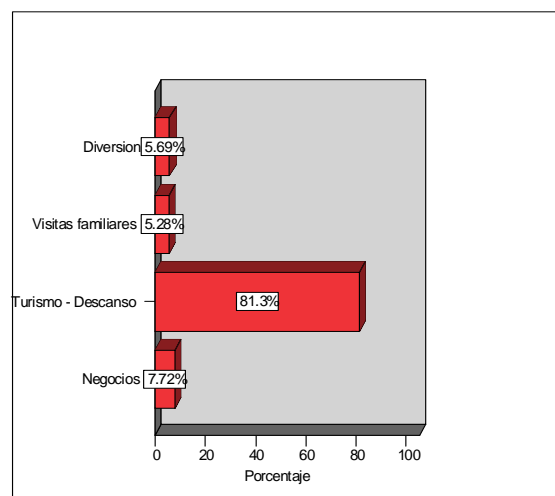
utilización del servicio.

PREGUNTA 5:**¿El motivo de su visita es?**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Negocios | 19 | 7,7 | 7,7 | 7,7 |
| | Turismo - Descanso | 200 | 81,3 | 81,3 | 89,0 |
| | Visitas familiares | 13 | 5,3 | 5,3 | 94,3 |
| | Diversión | 14 | 5,7 | 5,7 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

El 81,3% de los entrevistados que acuden al Cantón Atacames manifestaron que lo hacen con el motivo de realizar turismo.

El motivo de su visita es?

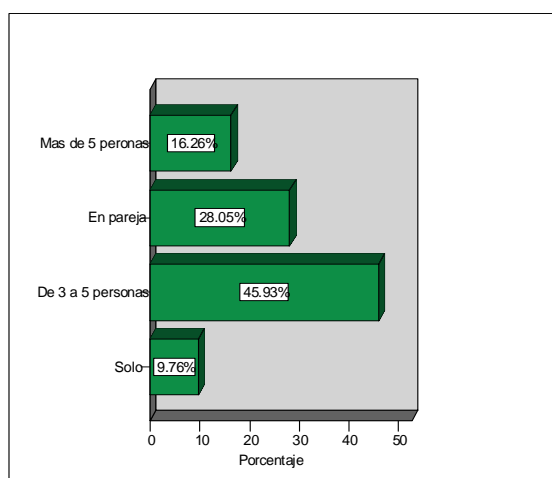


PREGUNTA 6:

¿Con cuántas personas usualmente viaja?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Solo | 24 | 9,8 | 9,8 | 9,8 |
| De 3 a 5 personas | 113 | 45,9 | 45,9 | 55,7 |
| En pareja | 69 | 28,0 | 28,0 | 83,7 |
| Mas de 5 personas | 40 | 16,3 | 16,3 | 100,0 |
| Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Con cuantas personas usualmente viaja?



El 45,93% de los entrevistados manifestaron que generalmente viajan al Cantón Atacames acompañados alrededor de 3 a 5 personas por lo que nos permite analizar el número de personas que acuden a este sector y a la vez determinar la capacidad instalada del Hotel.

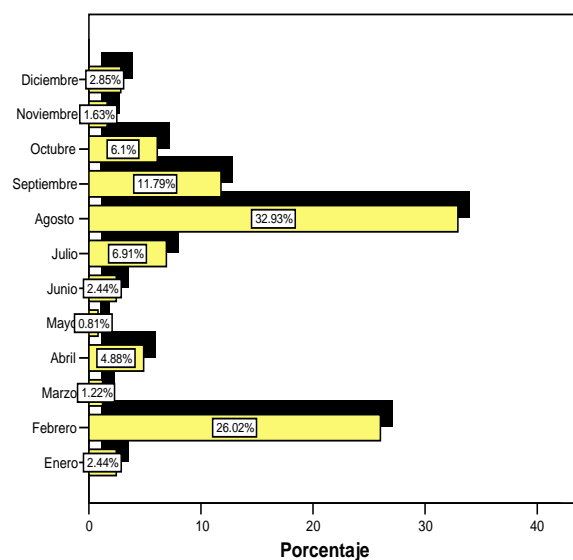
PREGUNTA 7:

¿Cuál es el mes de mayor frecuencia que suele visitar Atacames?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Enero | 6 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| | Febrero | 64 | 26,0 | 26,0 | 28,5 |
| | Marzo | 3 | 1,2 | 1,2 | 29,7 |
| | Abril | 12 | 4,9 | 4,9 | 34,6 |
| | Mayo | 2 | ,8 | ,8 | 35,4 |
| | Junio | 6 | 2,4 | 2,4 | 37,8 |
| | Julio | 17 | 6,9 | 6,9 | 44,7 |
| | Agosto | 81 | 32,9 | 32,9 | 77,6 |
| | Septiembre | 29 | 11,8 | 11,8 | 89,4 |
| | Octubre | 15 | 6,1 | 6,1 | 95,5 |
| | Noviembre | 4 | 1,6 | 1,6 | 97,2 |
| | Diciembre | 7 | 2,8 | 2,8 | 100,0 |
| | Total | | 246 | 100,0 | 100,0 |

Cual es el mes de mayo frecuencia en el que sule visitar Atacames?

El 32,93% de los encuestados manifestaron que el mes de mayor frecuencia de visita al Cantón Atacames es el mes agosto, seguido con un 26,02% el mes de febrero. Esto permite analizar los meses de mayor concurrencia a la playa de Atacames.

**PREGUNTA 8:**

¿Califique los 3 servicios de mayor importancia para usted, los cuales desearía obtener en el lugar de alojamiento? (Siendo 1 el de menor importancia y 3 el de mayor importancia)

MAYOR IMPORTANCIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Parqueadero | 52 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | Aire acondicionado | 35 | 14,2 | 14,2 | 35,4 |
| | Seguridad | 105 | 42,7 | 42,7 | 78,0 |
| | Piscina o áreas recreativas | 48 | 19,5 | 19,5 | 97,6 |
| | Bar - restaurante | 4 | 1,6 | 1,6 | 99,2 |
| | TV por Cable | 2 | ,8 | ,8 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

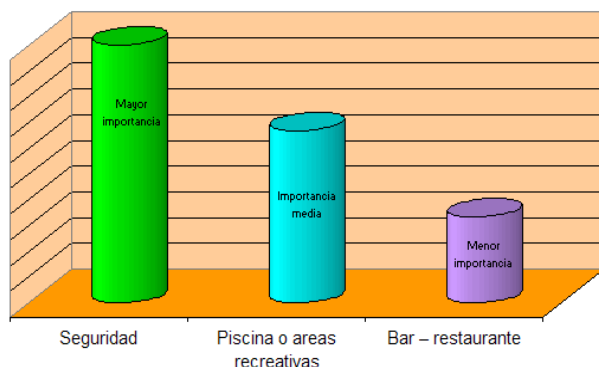
IMPORTANCIA MEDIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Parqueadero | 14 | 5,7 | 5,7 | 5,7 |
| | Aire acondicionado | 48 | 19,5 | 19,5 | 25,2 |
| | Seguridad | 53 | 21,5 | 21,5 | 46,7 |
| | Piscina o áreas recreativas | 89 | 36,2 | 36,2 | 82,9 |
| | Bar - restaurante | 37 | 15,0 | 15,0 | 98,0 |
| | TV por Cable | 5 | 2,0 | 2,0 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

MENOR IMPORTANCIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Parqueadero | 49 | 19,9 | 19,9 | 19,9 |
| | Aire acondicionado | 31 | 12,6 | 12,6 | 32,5 |
| | Seguridad | 34 | 13,8 | 13,8 | 46,3 |
| | Piscina o áreas recreativas | 34 | 13,8 | 13,8 | 60,2 |
| | Bar - restaurante | 73 | 29,7 | 29,7 | 89,8 |
| | TV por Cable | 25 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

SERVICIOS SEGUN SU GRADO DE IMPORTANCIA



Los tres principales servicio que mayor importancia que demandan las personas encuestadas son: seguridad en el lugar de alojamiento, piscinas o áreas recreativas y el servicio de bar restaurante.

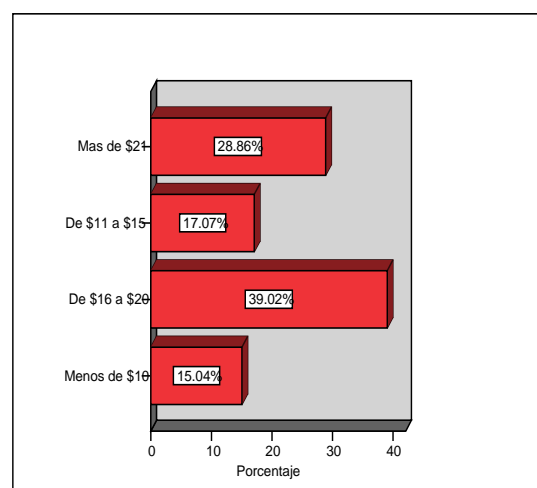
PREGUNTA 9:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Menos de \$10 | 37 | 15,0 | 15,0 | 15,0 |
| | De \$16 a \$20 | 96 | 39,0 | 39,0 | 54,1 |
| | De \$11 a \$15 | 42 | 17,1 | 17,1 | 71,1 |
| | Mas de \$21 | 71 | 28,9 | 28,9 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Cuanto estaria dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel?

El 39,02% concuerdan que estarían dispuestos a pagar un valor entre 16 a 29 dólares por una noche de alojamiento por persona en un hotel de primera categoría, lo cual este dato permite como pauta determinar el precio que se pretende determinar para el servicio.



PREGUNTA 10:

¿Califique los 3 factores que usted considera de mayor importancia al momento de decidir el lugar donde hospedarse? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

MAYOR PREFERENCIA

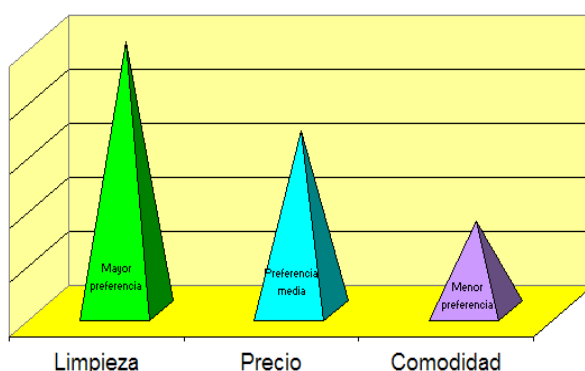
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Limpieza | 115 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| | Atención personalizada | 8 | 3,3 | 3,3 | 50,0 |
| | Seguridad | 79 | 32,1 | 32,1 | 82,1 |
| | Precio | 27 | 11,0 | 11,0 | 93,1 |
| | Comodidad | 14 | 5,7 | 5,7 | 98,8 |
| | Servicios complementarios | 3 | 1,2 | 1,2 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

PREFERENCIA MEDIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Limpieza | 33 | 13,4 | 13,4 | 13,4 |
| | Atención personalizada | 34 | 13,8 | 13,8 | 27,2 |
| | Seguridad | 66 | 26,8 | 26,8 | 54,1 |
| | Precio | 87 | 35,4 | 35,4 | 89,4 |
| | Comodidad | 20 | 8,1 | 8,1 | 97,6 |
| | Servicios complementarios | 6 | 2,4 | 2,4 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

MENOR PREFERENCIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Limpieza | 35 | 14,2 | 14,2 | 14,2 |
| | Atención personalizada | 31 | 12,6 | 12,6 | 26,8 |
| | Seguridad | 53 | 21,5 | 21,5 | 48,4 |
| | Precio | 30 | 12,2 | 12,2 | 60,6 |
| | Comodidad | 87 | 35,4 | 35,4 | 95,9 |
| | Servicios complementarios | 10 | 4,1 | 4,1 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

SERVICIOS SEGUN SU GRADO DE PREFERENCIA


Los servicios de mayor preferencia para las personas encuestadas al momento de seleccionar el lugar de alojamiento son: la limpieza del establecimiento, el

precio y la comodidad.

PREGUNTA 11:

¿Califique del 1 al 3 que actividades complementarias le gustaría realizar en la provincia de esmeraldas? (Siendo 1 el de menor preferencia y 3 el de mayor preferencia)

MAYOR PREFERENCIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Navegación Deportiva | 144 | 58,5 | 58,5 | 58,5 |
| | Tour en la provincia | 61 | 24,8 | 24,8 | 83,3 |
| | Pesca Deportiva | 41 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

PREFERENCIA MEDIA

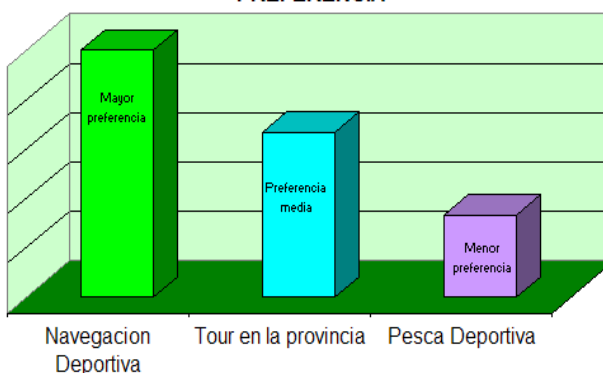
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Navegación Deportiva | 50 | 20,3 | 20,3 | 20,3 |
| | Tour en la provincia | 136 | 55,3 | 55,3 | 75,6 |
| | Pesca Deportiva | 60 | 24,4 | 24,4 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

MENOR PREFERENCIA

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Navegación Deportiva | 52 | 21,1 | 21,1 | 21,1 |
| | Tour en la provincia | 49 | 19,9 | 19,9 | 41,1 |
| | Pesca Deportiva | 145 | 58,9 | 58,9 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Las actividades complementarias de mayor preferencia para los encuestados son: la navegación deportiva, un tour por la provincia y la pesca deportiva.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS SEGUN SU GRADO DE PREFERENCIA

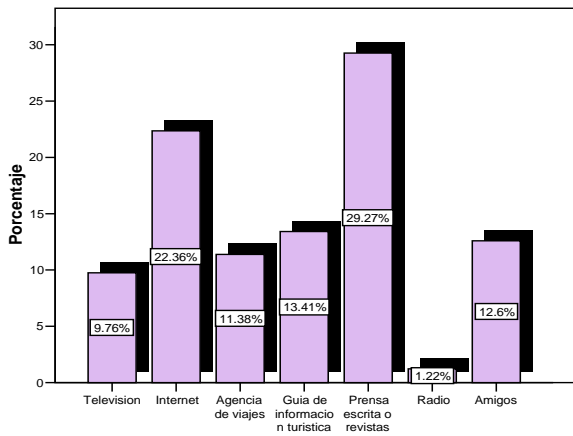


PREGUNTA 12:

Cómo obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Televisión | 24 | 9,8 | 9,8 | 9,8 |
| | Internet | 55 | 22,4 | 22,4 | 32,1 |
| | Agencia de viajes | 28 | 11,4 | 11,4 | 43,5 |
| | Guía de información turística | 33 | 13,4 | 13,4 | 56,9 |
| | Prensa escrita o revistas | 72 | 29,3 | 29,3 | 86,2 |
| | Radio | 3 | 1,2 | 1,2 | 87,4 |
| | Amigos | 31 | 12,6 | 12,6 | 100,0 |
| | Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

Como obtiene información para seleccionar el lugar de hospedaje?



El 29,27% de los encuestados manifestaron que obtienen información mediante la prensa escrita o revistas, el 22,36% a través del Internet y el 13,41% por medio de la guía de información turística; estos datos permiten orientar al estudio a decidir en que medio de publicidad será el más adecuado

para brindar información del servicio a ofertar.

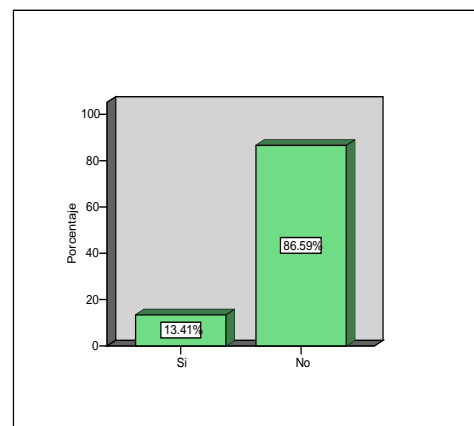
PREGUNTA 13:

Ha utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Sí | 33 | 13,4 | 13,4 | 13,4 |
| No | 213 | 86,6 | 86,6 | 100,0 |
| Total | 246 | 100,0 | 100,0 | |

El 86,59% de los 246 encuestados manifestaron que no han utilizado en ninguna ocasión los servicios de alojamiento que ofrece el Hotel Caída del Sol en la ciudad de Atacames.

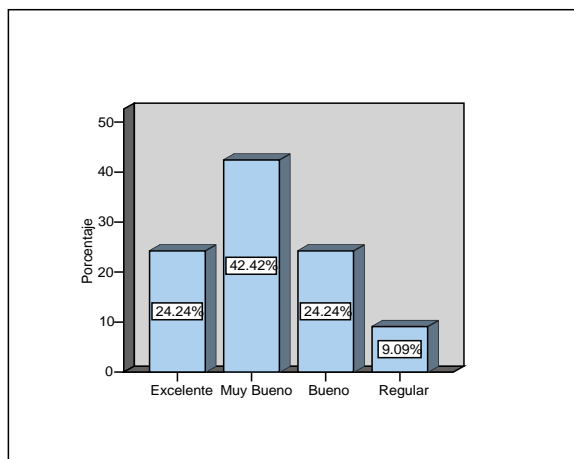
Ha utilizado los servicios del Hotel Caída del Sol?



PREGUNTA 14:**Cómo califica usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?**

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Excelente | 8 | 3,3 | 24,2 | 24,2 |
| | Muy Bueno | 14 | 5,7 | 42,4 | 66,7 |
| | Bueno | 8 | 3,3 | 24,2 | 90,9 |
| | Regular | 3 | 1,2 | 9,1 | 100,0 |
| | Total | 33 | 13,4 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 213 | 86,6 | | |
| Total | | 246 | 100,0 | | |

Si su respuesta anterior fue afirmativa. Como calificaría usted el servicio que brinda el Hotel Caída del Sol?



El 42,4259% de las 33 personas que si han utilizado los servicio de alojamiento que ofrece el Hotel Caída del Sol en la ciudad de Atacames, consideran que el servicio es muy bueno, con el 24,24% consideran que el servicio es excelente y bueno.

3.2.10 Análisis Cruce de Variables

3.2.10.1 Tablas de Contingencia

- Cruce Pregunta No. 2 y Pregunta No. 9 (Ingresos mensuales – Costo de alojamiento)

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| Cuales son sus ingresos mensuales? * Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel? | 246 | 100,0% | 0 | ,0% | 246 | 100,0% |

Cuales son sus ingresos mensuales? * Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel?

| | | Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel? | | | | Total |
|------------------------------------|------------------|---|----------------|----------------|-------------|-------|
| | | Menos de \$10 | De \$16 a \$20 | De \$11 a \$15 | Mas de \$21 | |
| Cuales son sus ingresos mensuales? | Menos de \$200 | 20 | 14 | 0 | 1 | 35 |
| | De \$201 a \$400 | 12 | 23 | 21 | 12 | 68 |
| | De \$401 a \$600 | 4 | 48 | 19 | 8 | 79 |
| | Mas de \$600 | 1 | 11 | 2 | 50 | 64 |
| Total | | 37 | 96 | 42 | 71 | 246 |

Del análisis de cuanto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel el grupo con mayor representación en esta investigación de mercados tiene un ingreso entre 401 y 600 dólares mensuales y quienes afirmaron que están dispuestos a pagar entre 16 y 20 dólares por una noche de alojamiento.

- Cruce Pregunta No. 2 y Pregunta No. 9 (Ingresos mensuales – Costo de alojamiento)

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? * El motivo de su visita es? | 246 | 100,0% | 0 | ,0% | 246 | 100,0% |

Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? * El motivo de su visita es?

| | El motivo de su visita es? | | | | Total |
|--|----------------------------|--------------------|--------------------|-----------|-------|
| | Negocios | Turismo - Descanso | Visitas familiares | Diversión | |
| Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? | | | | | |
| 15 - 19 años | 0 | 30 | 0 | 14 | 44 |
| 20 - 29 años | 2 | 68 | 8 | 0 | 78 |
| 30 - 39 años | 4 | 72 | 2 | 0 | 78 |
| 40 - 49 años | 9 | 15 | 1 | 0 | 25 |
| 50 - 59 años | 2 | 11 | 1 | 0 | 14 |
| Mas de 60 años | 2 | 4 | 1 | 0 | 7 |
| Total | 19 | 200 | 13 | 14 | 246 |

Del análisis el grupo de mayor representatividad en la investigación de mercados tiene edades comprendidas entre los 20 y 29 años y 30 y 39 años, quienes visitan la playa de Atacames con el motivo de hacer turismo y tomarse unos días de descanso.

3.2.10.2 Anovas

- Edad – Ingresos mensuales

Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad?

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------------|-------------------|-----|------------------|--------|------|
| Inter-grupos | 51,352 | 3 | 17,117 | 13,267 | ,000 |
| Intra-grupos | 312,242 | 242 | 1,290 | | |
| Total | 363,593 | 245 | | | |

Dado que el valor de nivel de significación es de ,000 y este valor es menor que 0,005 rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, lo que significa que la edad y los ingresos mensuales de los encuestados tienen una relación estadística.

- o Edad – Frecuencia de visita a la playa de Atacames

Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad?

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------------|-------------------|-----|------------------|--------|------|
| Inter-grupos | 82,179 | 3 | 27,393 | 23,557 | ,000 |
| Intra-grupos | 281,414 | 242 | 1,163 | | |
| Total | 363,593 | 245 | | | |

Dado que el valor de nivel de significación es de ,000 y este valor es menor que 0,005 rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa, lo que significa que la edad y la frecuencia de visita a la playa de Atacames de los encuestados tienen una relación estadística.

3.2.10.3 Correlaciones

- o Edad - Frecuencia de visita a la playa de Atacames

| | | Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? | Cuántas noches permanece en Atacames? |
|--|---|--|---------------------------------------|
| Señale a cual de los siguiente grupos corresponde su edad? | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | 1 246 | ,264(**) 246 |
| Cuántas noches permanece en Atacames? | Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N | ,264(**) 246 | 1 246 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Al realizar el análisis de correlación de las variables Edad y Frecuencia de visita a la playa de Atacames, el índice de Pearson indica que existe una correlación mínima de (,264).

- Ingresos mensuales – Presupuesto de gasto por noche de alojamiento

| | | Cuales son sus ingresos mensuales? | Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel? |
|---|------------------------|------------------------------------|---|
| Cuales son sus ingresos mensuales? | Correlación de Pearson | 1 | ,565(**) |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 246 | 246 |
| Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona por cada noche de alojamiento en un hotel? | Correlación de Pearson | ,565(**) | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 246 | 246 |

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Al realizar el análisis de correlación de las variables ingresos mensuales y el presupuesto de gasto por noche de alojamiento en la playa de Atacames, el índice de Pearson indica que existe una correlación mediana de (,565).

3.2.11 Análisis del estudio frente a la hipótesis

De acuerdo a los resultados presentados en la investigación de mercados, puedo concluir que la creación de un plan estratégico de marketing para el Hotel Caída del Sol, permitirá fidelizar la cartera de clientes e incrementar la cuota de participación de mercado de la empresa, mediante la aplicación de diferentes estrategias, acciones e iniciativas desarrolladas por la empresa hacia sus diferentes grupo de segmentos; dirigidas a conseguir su satisfacción en el tiempo, mediante la oferta de servicios y productos ajustados a sus necesidades y expectativas, incluida la creación de canales de relación estables de intercambio de comunicación y aportación de ventajas competitivas.

3.2.12 Factores Claves de Compra

TABLA No. 18

| | |
|--------------------------------------|---|
| EDAD | 20 - 29 años y 30 - 39 años |
| INGRESOS | De \$401 a \$600 |
| FRECUENCIA DE VISITA | Dos veces al año |
| NOCHES DE ALOJAMIENTO | Dos noches |
| MOTIVO DE VISITA | Turismo - Descanso |
| CANTIDAD DE PERSONAS | De 3 a 5 personas |
| MES DE FRECUENCIA | Agosto / Febrero / Septiembre |
| SERVICIOS IMPORTANTES | Seguridad / Piscina o áreas recreativas / Bar - restaurante |
| PRECIO | \$ 16 a \$ 20 |
| FACTORES DE MAYOR IMPORTANCIA | Limpieza / Precio / Seguridad |
| ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS | Navegación Deportiva / Tour en la provincia / Pesca deportiva |
| INFORMACION DEL HOSPEDAJE | Prensa escrita o revistas |

3.1 PRONOSTICO DE LA DEMANDA

“Demanda es la predisposición o el comportamiento de satisfacer una necesidad en función de un precio determinado. Es decir, lo que la persona o consumidor está dispuesto a comprar a un precio dado”².

Tradicionalmente se concibe la demanda al total de turistas que concurren a este destino turístico, es decir a la play de Atacames que se hayan hospedado en el Hotel Caída del Sol.

3.3.1 Cálculo de la Demanda

Para realizar la demanda del Hotel Caída del Sol se ha considerado los registros de la visita de cliente al hotel a partir del 2002, así como también durante desde el mes de julio 2007 a junio 2008, según se muestra en los siguientes cuadros.

² Canelos Salazar Ramiro, Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, UIDE, página 51.

TABLA No. 19
Demanda Servicio de Alojamiento
2002 – 2007

| Año | No. Habitaciones | No. Habitaciones Demandadas | Promedio de Plazas por Habitación | Total N°- de Plazas |
|------|------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| 2002 | 6480 | 6254 | 4 | 25016 |
| 2003 | 7920 | 8085 | 4 | 32340 |
| 2004 | 7920 | 8245 | 4 | 32980 |
| 2005 | 9000 | 9342 | 4 | 37368 |
| 2006 | 9000 | 9784 | 4 | 39136 |
| 2007 | 9000 | 10587 | 4 | 42348 |

Fuente: Registros Hotel Caída del Sol

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

TABLA No. 20
Demanda del servicio de alojamiento del Hotel Caída del Sol

| Años | Meses | No. Habitaciones | No. Habitaciones Demandadas | Promedio de Plazas por Habitación | Total N°- de Plazas |
|------|------------|------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| 2007 | Julio | 25 | 25 | 4 | 100 |
| | Agosto | 25 | 23 | 4 | 92 |
| | Septiembre | 25 | 20 | 4 | 80 |
| | Octubre | 25 | 18 | 4 | 72 |
| | Noviembre | 25 | 22 | 4 | 88 |
| | Diciembre | 25 | 25 | 4 | 100 |
| 2008 | Enero | 30 | 22 | 4 | 88 |
| | Febrero | 30 | 30 | 4 | 120 |
| | Marzo | 30 | 26 | 4 | 104 |
| | Abril | 30 | 20 | 4 | 80 |
| | Mayo | 30 | 17 | 4 | 68 |
| | Junio | 30 | 27 | 4 | 108 |

Fuente: Registros Hotel Caída del Sol

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

Una vez determinada la demanda actual de plazas (camas) para el estudio es necesario proceder a la proyección de la misma con el objeto de conocer el monto del consumo futuro.

Para realizar la proyección de la demanda se empleara el siguiente método:

- **Tasa de Crecimiento Promedio Anual (T.C.P.A).**- Calcula la tasa de crecimiento de año en año, luego suma y obtiene un promedio, el mismo que sirve para realizar proyecciones.

TABLA No. 21

Proyección de la Demanda

| Año | Total No- de Plazas | T.C.P.A. |
|-----------------|----------------------------|-----------------|
| 2002 | 25016 | |
| 2003 | 32340 | 29,28% |
| 2004 | 32980 | 1,98% |
| 2005 | 37368 | 13,31% |
| 2006 | 39136 | 4,73% |
| 2007 | 42348 | 8,21% |
| SUMA | | 57,50% |
| PROMEDIO | | 11,50% |
| 2008 | 47218 | |
| 2009 | 52648 | |
| 2010 | 58703 | |
| 2011 | 65453 | |
| 2012 | 72980 | |
| 2013 | 81373 | |
| 2014 | 90731 | |

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

3.2 PRONOSTICO DE LA OFERTA

“La Oferta es la predisposición o el comportamiento del oferente a estar dispuesto a vender su producto y/o servicio a un precio determinado”³.

El Hotel Caída del Sol siempre ha buscado satisfacer las necesidades de sus clientes, por lo que ha ido aumentando y mejorando la capacidad en sus

³ Canelos Salazar Ramiro, Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios, UIDE, página 53.

instalaciones, esto de acuerdo a la demanda del servicio de alojamiento en la playa de Atacames.

3.4.1 Cálculo de la Oferta

El análisis de este factor permite conocer el número y la capacidad instalada del Hotel Caída del Sol, como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA No. 22
Capacidad Instalada del Hotel Caída del Sol
2002 – 2007

| Año | No. Habitaciones | Promedio de Plazas por Habitación | Total N°- de Plazas |
|------|------------------|-----------------------------------|---------------------|
| 2002 | 6480 | 4 | 25920 |
| 2003 | 7920 | 4 | 31680 |
| 2004 | 7920 | 4 | 31680 |
| 2005 | 9000 | 4 | 36000 |
| 2006 | 9000 | 4 | 36000 |
| 2007 | 9000 | 4 | 36000 |

Fuente: Registros Hotel Caída del Sol

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

Al tener el total de camas ofertadas se realizará la proyección de la oferta que al igual que la demanda se basará en el método **Tasa de Crecimiento Promedio Anual (T.C.P.A)**, el cual calcula la tasa de crecimiento de año en año.

TABLA No. 23
Proyección de la Oferta

| Año | Total No- de Plazas |
|------|---------------------|
| 2002 | 25920 |
| 2003 | 31680 |
| 2004 | 31680 |
| 2005 | 36000 |

| | |
|------|-------|
| 2006 | 36000 |
| 2007 | 36000 |
| 2008 | 43200 |
| 2009 | 43200 |
| 2010 | 43200 |
| 2011 | 43200 |
| 2012 | 43200 |
| 2013 | 43200 |
| 2014 | 43200 |

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.

3.3 DEMANDA INSATISFECHA

Se conoce a la demanda insatisfecha como aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, es decir existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

En la tabla que se presenta a continuación se observa la demanda insatisfecha para el Hotel Caída del Sol:

TABLA No. 24

Demanda Insatisfecha

| Año | Total No- de Plazas Demandadas | Total No- de Plazas Ofertadas | Demanda Insatisfecha |
|------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| 2002 | 25016 | 25920 | -904 |
| 2003 | 32340 | 31680 | 660 |
| 2004 | 32980 | 31680 | 1300 |
| 2005 | 37368 | 36000 | 1368 |
| 2006 | 39136 | 36000 | 3136 |
| 2007 | 42348 | 36000 | 6348 |
| 2008 | 47218 | 43200 | 4018 |
| 2009 | 52648 | 43200 | 9448 |
| 2010 | 58703 | 43200 | 15503 |
| 2011 | 65453 | 43200 | 22253 |
| 2012 | 72980 | 43200 | 29780 |
| 2013 | 81373 | 43200 | 38173 |
| 2014 | 90731 | 43200 | 47531 |

Elaboración: Ma. Elisa Silva C.