



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**PLAN DE NEGOCIOS DE MERCADO PARA LA  
INSTALACIÓN DE UN HOTEL BOUTIQUE EN  
SAN BLAS, NAYARIT.**

**TESINA**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:**

**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA:**

**ISRAEL VILLAVERDE MALDONADO.**

**DIRECTOR DE TESIS:  
LIC. ENRIQUE LUVIANO MALDONADO.**

**CIUDAD UNIVERSITARIA; MÉXICO, D.F. OCTUBRE DEL 2012.**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## Índice de contenido

Introducción. ....	6
Marco de referencia. ....	11
<b>Capítulo 1. Naturaleza del proyecto.</b>	
1.1. Denominación social.....	13
1.2 Descripción de la empresa.....	14
1.2.1 Tipo de empresa (giro).....	
1.2.2 Tamaño y Ubicación.....	15
1.2.3 Misión y Visión de la empresa.....	26
1.3 Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo).....	27
1.4 Políticas de servicio.....	29
1.5 Ventajas competitivas.....	30
1.6 Análisis del giro ó sector.....	32
<b>Capítulo 2. Estudio de mercado.</b>	
2.1 El servicio en el mercado.....	42
2.1.1 Descripción del servicio.....	
2.1.2 Clasificación del servicio.....	45
2.2 Área de mercado o área de influencia del proyecto.....	
2.2.1 Población objetivo.....	48
2.2.2 Cobertura de mercado.....	51

### **Capítulo 3. Análisis de la demanda y de la oferta.**

3.1 Análisis de la Demanda.....	52
3.1.1 Clasificación de la demanda.....	
3.2.2 Turistas Nacionales y Extranjeros.....	
3.2.3. Comportamiento histórico de la demanda.....	56
3.3.4 Comportamiento futuro de la demanda.....	60
3.2 Análisis de la Oferta.....	62
3.2.1 Tipo de Oferta.....	63
3.2.2 Establecimientos por tipo de alojamiento.....	
3.2.3 Tipos de alojamiento por Categoría Turística.....	67
3.2.4 Competencia Directa y Localización de los competidores.....	72
3.2.5 Comportamiento histórico de la oferta.....	75
3.2.5 Comportamiento futuro de la oferta.....	76
3.3.1 Pronóstico de ventas.....	79

### **Capítulo 4. Análisis de precio y comercialización.**

4.1 Análisis de Precios.....	82
4.1.1 Objetivos de los precios.....	
4.1.2 Tipos de precios.....	
4.1.3 Políticas de precios.....	83
4.1.4 Tabla comparativa de precios en relación a la competencia.....	84
4.2 Comercialización y Promoción.....	85
4.2.1 Canales de distribución en el Sector Servicios.....	86
4.2.2 Promoción de ventas.....	87
4.2.3 Publicidad.....	88
4.2.4 Relaciones Públicas.....	92

**Conclusiones y recomendaciones.....94**

**Bibliografía y cibergrafía.....96**

## **Dedicatorias**

### **A Dios.**

*Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor*

### **A la Universidad Nacional Autónoma de México.**

*Por haberme dado la oportunidad de compartir sus aulas en mi educación, por la creación de personas con grandes valores y formar la persona que soy hoy.*

### **A mi madre Alina.**

*Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores inculcados, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.*

### **A mi hermano Miguel.**

*Por ser mi eterno amigo y que de manera de ejemplo este trabajo sirva para que llegue a lograr todos sus objetivos y metas en la vida, te quiero mucho hermano.*

*A mi abuelo Martín Maldonado Carbajal (QEPD), por quererme y apoyarme siempre*

### **A mis maestros.**

*Lic. Enrique Luviano Maldonado por su gran apoyo y motivación para la culminación de este proyecto, al Lic. Jorge García Hoyos por sus clases de Mercadotecnia y Formulación de Proyectos que fueron el pilar de la realización de este trabajo, además de contar con su apoyo en este proyecto,*

### **A mi novia y amiga Itzel Hernández.**

*Por creer siempre en un servidor y haber sido mi motor durante la carrera, por compartir momentos buenos y malos, gracias, mucho de esto te lo debo a ti.*

## **Introducción**

Se ha decidido realizar este tema de investigación debido a que la Riviera de Nayarit representa actualmente una gran oportunidad de inversión en México, como se puede observar en el **Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011** del Gobernador Ney González Sánchez, en donde se señala que esta zona es prioritaria para el desarrollo del Estado. Así mismo, lo destaca el actual gobernador del Estado de Nayarit Roberto Sandoval Castañeda en su reciente administración para el periodo 2011-2017.

Hoy Nayarit es un referente de la confianza que los inversionistas y los desarrolladores Turísticos tienen en México, pero además es un pertinente pensar que es posible lograr un desarrollo turístico sustentable y un crecimiento ordenado y con respeto al medio ambiente.

De acuerdo a lo señalado en el Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011 cualquier empresa o inversionista interesados en ver crecer su capital se encontrará una amplia gama de opciones en este Estado, como los segmentos de Turismo Alternativo, Turismo Náutico de Nueva Generación y Hotelería Residencial de Baja Densidad. Este nuevo catálogo de productivos posee así mismo, complementarios clusters con potencial altamente redituable en el mercado turístico nacional e internacional, tales como el ecoturismo turismo de aventura con un sin número de rutas y climas.

Asimismo, y con el objetivo de asegurar la productividad sostenible de las inversiones, el Gobierno del Estado de Nayarit lleva a cabo campañas agresivas articuladas con programas de desarrollo de la infraestructura adecuada para conseguir, asegurar y conservar los nichos de mercado requeridos.

Se ha considerado conveniente que este Plan de Negocios de Mercado se lleve a cabo en San Blas, en donde un Hotel Boutique puede representar una gran alternativa de inversión para atender la demanda de alojamiento de esta zona de la Riviera Nayarita, tanto para turistas nacionales como internacionales.

Un Hotel Boutique es un concepto nuevo de origen europeo donde el tamaño de éstos no juega un rol decisivo, es decir, es pequeño pero exclusivo, de exquisito diseño, servicio de lujo y trato personalizado, generalmente lujosos o no convencionales y emplazados en antiguas casas, poseen un servicio de alta cocina gourmet, están ambientados con una temática ó estilo particular, suelen ser más pequeños que los hoteles convencionales con 3 hasta 50 habitaciones.

Son hoteles únicos con personalidad propia, de diseño y sofisticación inigualables, donde cada elemento se piensa para el confort de quienes lo visitan. El tipo de público que consume un hotel boutique son quienes ya no desean alojarse en hoteles convencionales cuatro/cinco estrellas. Buscan un servicio personalizado y a su medida, en un ambiente lujoso pero con un clima que los haga sentir como en su hogar.

Por otro lado, el Gobierno Federal ha promovido diversos proyectos que conforman la infraestructura turística del país, y que al paso del tiempo se han ido consolidando gracias a los recursos, bellezas naturales y diversidad especies vegetales y animales de cada región. Muy recientemente se ha impulsado el nacimiento y desarrollo de Riviera Nayarit, cuya intención principal es ofrecer otra opción de recreación y descanso al visitante.

La Riviera Nayarit se encuentra en la costa del Pacífico Mexicano en el mismo Estado, en el cual se ha creado una infraestructura turística de nivel mundial. Se trata de 180 kilómetros de playa que van desde la vertiente del río Ameca hasta el Puerto de San Blas.

A diferencia de otros desarrollos turísticos, para esta zona existe un proyecto sustentable, es decir, se consideró desde su proyección que uno de los principios básicos que rijan el desarrollo turístico sea el respeto por los recursos naturales, el medio ambiente y las especies endémicas.

Por ello, el desarrollo representa un esfuerzo conjunto tanto el gobierno federal como el gobierno estatal, y de la industria privada para ofrecer servicios integrales como servicios de transportación, hospedaje, alimentación y recreación.



Se puede practicar el ecoturismo, ya que esta zona ha permanecido limpia, libre de explotaciones industriales o humanas excesivas, permitiendo conservar hábitats limpios y nuevos para el turista. Puede practicarse el surf, el buceo, veleo, visitar regiones cuyas especies endémicas son maravillosas, como aves y mamíferos, o dar un paseo en bicicleta, o pasear por las zonas comerciales que exhiben artesanías locales realizadas por los huicholes que bajan a vender sus productos.

En la cabalgata, paseo a pie o en bicicleta es posible observar jabalíes, conejos, zorrillos, chachalacas, y al adentrarse en las zonas boscosas todavía protegidos por la Ley de Protección a la Fauna, al venado de cola blanca, gato montés, pumas, o tigrillos.

Para el descanso se cuenta con Resorts y servicios que integran actividades como el golf, spa, deportes acuáticos, y ecoturismo, gracias a la orografía del lugar que combina desde las hermosas playas como las zonas montañosas.

La infraestructura que ofrece la región es de clase mundial, ya que se han desarrollado en ella clubes de golf que tienen como escenario las montañas nayaritas, y la selva tropical, así como el inmenso y maravilloso fondo azul del Pacífico Mexicano.

Para diferentes estilos de vida y gustos, Riviera Nayarit es el sitio indicado para gozar de los spas, en donde se ofrecen servicios tradicionales de cuidado corporal así como el valor agregado que ofrecen los diferentes prestadores de servicio, tratamientos minerales, vegetales, aromas, y fragancias que permiten la total relajación y una experiencia inolvidable.

Las playas de Riviera Nayarit ofrecen la posibilidad de avistar ballenas, delfines y en el mundo submarino diversidad de especies coloridas de peces.

La tesina se encuentra dividida en un *Marco Referencia* y *cuatro capítulos*, a continuación se habla brevemente de cada uno de ellos.

En el capítulo uno denominado “*Naturaleza del Proyecto*”, se definirá el nombre de la empresa, su misión, visión, objetivos a corto, mediano y largo plazo y sus ventajas competitivas.

En el inciso dos denominado “*Estudio de Mercado*”, se realizará una descripción detallada de los servicios que ofrecerá el Hotel Boutique en San Blas, Nayarit. Asimismo, se definirá el perfil del consumidor, su población objetivo y su área de mercado.

En el apartado tres denominado “*Análisis de la Demanda y Análisis de la Oferta*”, se realizará el análisis de la demanda, su clasificación, una investigación de mercado cuantitativa en donde se realizará una encuesta de mercado y se llevará a cabo el análisis de la competencia.

En el capítulo cuatro llamado “*Análisis de Precios y Comercialización*”, se detallan las políticas de precios de la nueva empresa, los tipos de precios que ofrecerá la nueva empresa por sus servicios a las empresas, los canales de distribución de sus servicios y la promoción, publicidad y relaciones públicas que realizará la empresa para darse a conocer.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del Plan de Negocios de Mercado.

### ***Delimitación***

Cabe señalar que en esta investigación solo se realizará los aspectos sobre la Naturaleza del proyecto y el Estudio de mercado del Plan de Negocios únicamente. Inicié ésta investigación a principios de 2011, por ello se hace alusión al Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011, aunque se complemento con información actual de la presente administración para 2011-2017, del actual gobierno.

### ***Metodología de la investigación***

Es importante mencionar que en esta investigación la Metodología que se seguirá para realizar esta tesina está basada en el método científico, éste se define como el estudio sistemático, controlado, empírico y crítico de proposiciones hipotéticas acerca de uno ó varios fenómenos, dicho de otra forma, se refiere a la serie de etapas que hay que recorrer para obtener un conocimiento válido desde el punto de vista científico, utilizando para esto herramientas que resulten fiables. Por lo que toda la investigación se llevará a cabo siguiendo este método, que ha sido visto en los primeros semestres de la licenciatura en Economía.

Conforme a lo presentado anteriormente, los objetivos generales y particulares de esta tesis son:

#### ***Objetivo General:***

Realizar un Plan de Negocios de mercado para la instalación de un Hotel Boutique en San Blas, Nayarit.

#### ***Objetivos Particulares:***

- 1.- Evaluar la factibilidad de instalar Hotel Boutique en *San Blas, Nayarit*.
  
- 2- Conocer la situación actual que vive Nayarit en lo referente a los proyectos de inversión turística.
  
- 3.- Desarrollar un estudio que muestre la viabilidad de mercado para invertir en San Blas, Nayarit.

#### ***Hipótesis***

De acuerdo a los objetivos señalados anteriormente la hipótesis de esta tesina es:

*Es factible la instalación de un Hotel Boutique en el Municipio de San Blas, en la Riviera de Nayarit.*

## **Marco de referencia**

En el Marco de Referencia se definirán algunos conceptos clave que ayudarán a la mejor interpretación y comprensión de esta tesina.

El primer concepto importante a definir es Plan de Negocios, sobre el particular Antonio Botello lo define de la siguiente manera:

*“El plan de negocios, o también plan económico y financiero, es en resumen, un instrumento que apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz” (1).*

*“El plan de negocios (Business plan) debe entenderse como un estudio que, de una parte, incluye un análisis del mercado, del sector y de la competencia. Y de otra, el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el mercado con un producto/servicio, una estrategia, y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel atractivo económico del negocio, y la factibilidad financiera de la iniciativa; y a largo plazo, mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente” (2).*

Esta definición de Antonio Botello es bastante clara y es importante recalcar, como se mencionó en la Introducción de éste estudio, que esta investigación llamada tesina, pretende únicamente presentar los resultados para analizar la viabilidad de mercado del proyecto Hotel Boutique en San Blas, Nayarit.

A continuación se verá otra definición de lo qué es el Plan de Negocios por el Ing. Rafael Alcaraz, esta es:

(1) Botello, Antonio, *El Plan de Negocios*. Editorial: Mc Graw Hill, Primera edición, Colombia, 2001. P. IX.

(2) Botello, Antonio, *Ibid*, P. X.

*“Un plan de negocios es la herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación, para seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos” (3).*

Por otra parte, en su libro *el Emprendedor de Éxito* señala que las etapas del Plan de Negocios son:

- ✓ **Naturaleza del proyecto.**
- ✓ **Estudio de Mercado.**
- ✓ Sistemas de producción.
- ✓ La organización y el recurso humano en el proyecto.
- ✓ El aspecto legal en el que el proyecto se ve envuelto.
- ✓ Las finanzas del proyecto.
- ✓ El proceso de planeación para el arranque, desarrollo y consolidación del proyecto.

Debido a que esta investigación es una tesina se procederá a desarrollar los puntos de naturaleza del proyecto y estudio de mercado, que serán de gran utilidad para ver los alcances de este proyecto a nivel mercado.

Cabe destacar también que se ubica en el marco del estudio de la ciencia económica en una de sus dos grandes ramas que es la Microeconomía, cuyos conceptos como Oferta, Demanda, Precios, Mercados y otros más, ayudarán al desarrollo de esta investigación.

Asimismo, no olvidar que el tema de la investigación aborda una actividad económica muy importante para México, que es el turismo y que contribuye con el 7.7% del PIB total; en particular el Sector llamado por el INEGI de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas o más conocido como Hoteles y Restaurantes.

(3) Alcaraz, Rafael, *El Emprendedor de éxito*. Editorial: Mc Graw Hill, Cuarta edición, México, 2010. P.1.

## Capítulo 1. Naturaleza del Proyecto.

Describe la manera de recrear una nueva empresa, Alcaraz enfatiza que: *“Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio”* (4).

### 1.1 Denominación social

Para empezar este primer capítulo se ha juzgado conveniente definir el nombre del nuevo Hotel Boutique que se pretende instalar en San Blas, Nayarit. El nombre comercial y slogan elegidos son:

Diagrama 1



*“El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas”* (5).

La denominación social de la empresa que se registrará en la Secretaría de Relaciones Exteriores y se dará de alta en Hacienda como: *Corporativo Empresarial Nayarita S.A. de C.V. (Sociedad Anónima de Capital Variable)*.

(4) Alcaraz, Rafael, *El Emprendedor de éxito*. Editorial: Mc Graw Hill, Cuarta edición, México, 2010. P.35

(5) Ibid, P. 41

## 1.2 Descripción de la empresa.

### 1.2.1 Tipo de empresa (giro).

El Hotel Boutique llamado El Puerto de San Blas se puede clasificar dentro del giro de Servicios y dentro de la clasificación del INEGI en el Sector de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas, en el Subsector de Alojamiento Temporal, en la Rama de Hoteles, Moteles y similares, en la subrama Hoteles y Moteles, excepto Hoteles sin casino y en las clases de Hoteles con otros servicios integrados, Hoteles sin otros servicios integrados y Moteles.

### 1.2.2 Tamaño.

El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por la Secretaría de Economía (*ver cuadro 1*).

Cuadro 1

Estratificación de la micro, pequeña y mediana empresa				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	<i>Todas</i>	<i>Hasta 10</i>	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	<i>Industria y Servicios</i>	<i>Desde 11 hasta 50</i>	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	<i>Servicios</i>	<i>Desde 51 hasta 100</i>		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario Oficial 25 de junio de 2009. Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Secretaría de Economía.

\*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

La nueva empresa está catalogada como una *mediana empresa* del sector servicios, pues contará con más de 51 empleados, 40 habitaciones dobles, 5 habitaciones triples, y 5 suites de lujo para dos y cuatro personas, con una decoración que haga alusión a las tradiciones de Nayarit, su flora y fauna

### **1.2.3 Ubicación de la empresa.**

La nueva empresa hotelera está ubicada en Nayarit, en el Municipio de San Blas que forma parte de la Riviera Nayarita (ver mapa 1).

*“La ubicación de la empresa permite determinar el ambiente cercano a la empresa” (6).*

Nayarit es uno de los 31 estados que junto con el Distrito Federal conforman las 32 entidades federativas de México.

La palabra Nayarit proviene del Cora, que es el etnónimo con el que se nombran a sí mismos. Nayarit significa: *“Hijo de Dios que está en el cielo y en el Sol”*

Se ubica al noroeste del territorio. Colinda con los estados de Sinaloa, Durango y Zacatecas hacia el norte y con Jalisco hacia el sur. Hacia el poniente tiene una importante franja costera en el Océano Pacífico, donde posee también las Islas Marías, la Isla Isabel, las Tres Marietas y el Farallón La Peña.

De acuerdo al *Censo de Población y Vivienda 2010*, Nayarit cuenta con 1,084,979 habitantes con una tasa de crecimiento al 2010 de 1.6%. Por otra parte, tiene 20 municipios (ver mapa 1), uno de ellos es San Blas en donde se pretende instalar el nuevo Hotel Boutique.

*“Nayarit cuenta con un territorio de 28,00 kilómetros cuadrados, incluyendo la superficie de sus islas; mide 280 kilómetros en su mayor longitud y tiene una anchura media de 95 kilómetros. Es uno de los estados más pequeños de México y un privilegiado en recursos naturales. Llanuras, valles y sierras*

(6) Ibid, P. 45.



conforman el suelo de esta variopinta región. En la costa norte se extiende una planicie cubierta de esteros, lagunas e islas” (7).

Mapa 1  
Los Municipios de Nayarit



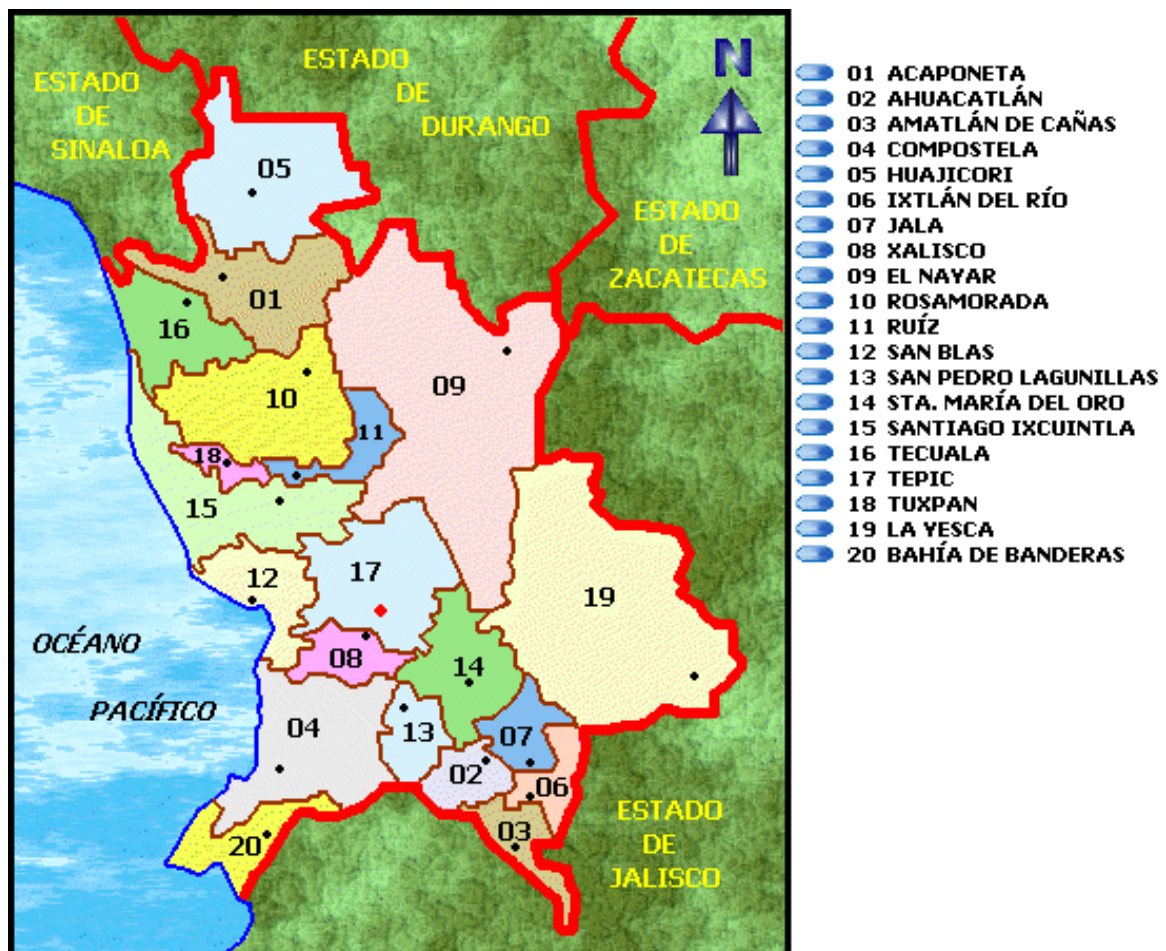
Fuente: [www.nayarit.gob.mx](http://www.nayarit.gob.mx)

(7) Rincones y Sabores. *Guía para descubrir los encantos del estado Nayarit*, Editorial Océano, Primera Edición, Madrid, España, 2010. P. 48.

## Riviera Nayarita

La Riviera Nayarita es una zona con un gran potencialidad de crecimiento para Nayarit, que aún se encuentra en pleno desarrollo y en donde el gobierno estatal está buscando crear la infraestructura que requiere la zona, para lograr que sea muy conocida tanto en toda la República Mexicana como en el mundo entero.

Mapa 2  
La Riviera Nayarita



Fuente: [www.nayarit.gob.mx](http://www.nayarit.gob.mx).

*“Uno de los tesoros ocultos, y recientemente descubierto en Nayarit es la zona que se ha bautizado con el nombre de Riviera Nayarita. Se trata de una increíble y preciosa franja costera que va, de sur a norte, desde la incomparable Bahía de Banderas hasta el mítico Puerto de San Blas” (8).*

(8) Rincones y Sabores. *Guía para descubrir los encantos del estado Nayarit*, Editorial Océano, Primera Edición, Madrid, España, 2010, P. 49

Esta situación puede hacer que la Riviera Nayarita pueda desarrollarse en un lapso de cinco a diez años como uno de los centros turísticos más atractivos del país. Sin embargo, el actual gobierno estatal recién ingresado debe agilizar los trabajos de infraestructura para poder hacer factible el desarrollo de esta zona privilegiada del país.

Dentro del Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017 se destaca este aspecto en su *Política para el Desarrollo Económico*, cuando hace referencia a que:

*“Detonar el crecimiento económico del Estado, mediante la operación de programas de creación regulada de infraestructura y servicios públicos para el desarrollo agropecuario, pesquero, acuícola, silvícola, minero, industrial, manufacturero, turístico, comercial y de servicios; así como acciones de fomento a la inversión pública y privada que permitan sentar las bases para la generación de empleos permanentes y de calidad que eleven el nivel de vida de las y los nayaritas” (9)*

En la Riviera Nayarita se puede encontrar esteros, marismas, lagunas, islas e isletas comunicadas por numerosos canales navegables en los que habita una singular flora y fauna.

*“En toda la zona costera es posible practicar el surf, el buceo y la vela, e incluso nadar con delfines. Para quienes prefieren la pesca deportiva, en estas aguas se captura pez espada, pez vela, marlín, dorado, lisa y róbalo, entre otros. Los amantes del golf encontrarán asimismo una gran cantidad de campos de prestigio para practicar este elegante deporte en un clima y paraje sin parangón. Pero sin duda, uno de los grandes atractivos de la Riviera Nayarita es el avistamiento de la ballena jorobada y el desove de las tortugas golfinas” (10).*

(9) Gobierno del Estado de Nayarit 2012. Periódico oficial, Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit. Tepic, Nayarit, 19 de Marzo 2012, P.15.

(10) Ibid, P. 50.



El municipio de San Blas se localiza en el norte del Estado, limita al norte con el municipio de Santiago de Ixcuintla, al este con Tepic al sureste con Xalisco, al sur con Compostela, y al oeste con el Océano Pacífico, la superficie del municipio es de 864.8 km<sup>2</sup>, y representa el 3.1% de la superficie del Estado. Su clima es cálido-húmedo con régimen de lluvias de junio a octubre que reporta una precipitación promedio anual de 1,316.3 Mm. La temperatura promedio anual es de 25.6 °C y la dirección de los vientos es moderada del sureste al noroeste. Es este el lugar preciso en donde se instalará el Hotel Boutique, en donde se considera que se reúnen las características idóneas para poner en marcha un hotel que ofrecerá amplias posibilidades de descanso y diversión a los turistas nacionales e internacionales. En la imagen 1 se puede apreciar a San Blas, que cuenta con una población total de 43,120 habitantes, de los cuales *23,123 son hombres y 19,997 son mujeres.*

Imagen 1  
El Municipio de San Blas



Fuente: [www.sanblas.com.mx](http://www.sanblas.com.mx)

“Situado a 70 kilómetros al noroeste de Tepic, hay dos opciones para acceder al municipio de San Blas desde la capital. Una es tomar la autopista 15 Tepic-San Blas hasta llegar al cruce de San Blas, y de allí una desviación que lleva directamente a la cabecera municipal, admirando la exuberante vegetación del camino. La otra es tomar la Carretera Federal 200 a Puerto Vallarta y en la población de Las Varas desviarse al norte tomando dirección San Blas” (11).

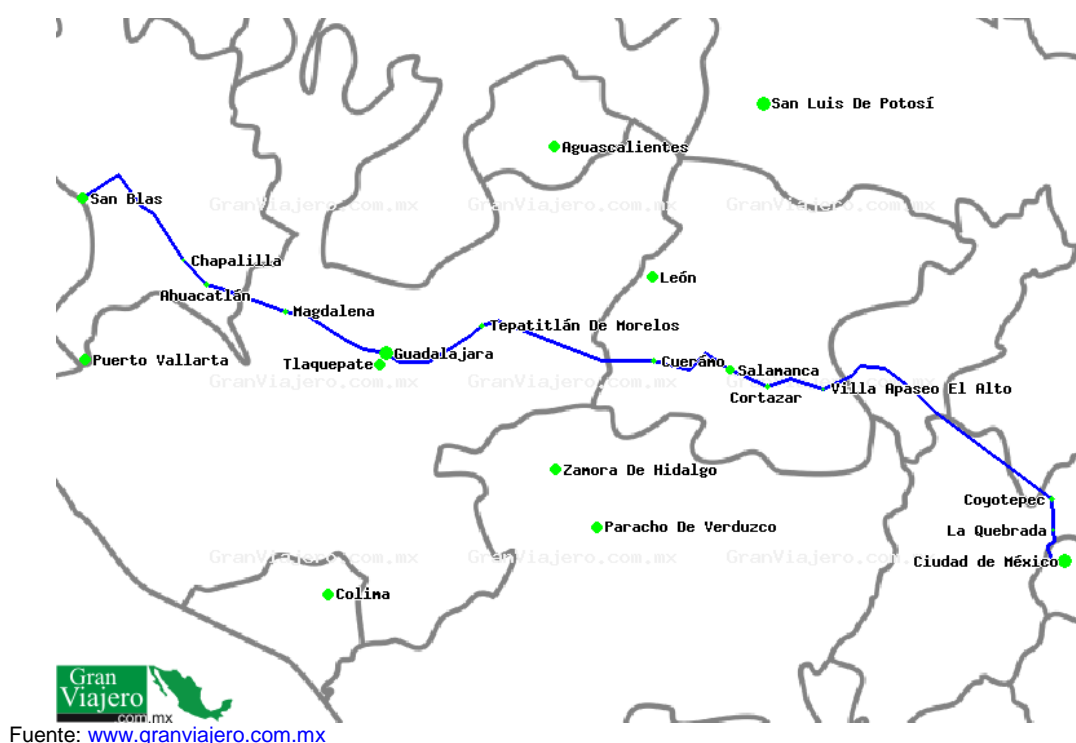
**Por tierra:**

Por carretera se puedes partir de la Ciudad de México y tomar la ruta México - Guadalajara - Puerto Vallarta - Jarretaderas - Bucerías, con un tiempo de recorrido de 8 horas y treinta minutos aproximadamente.

**Por aire:**

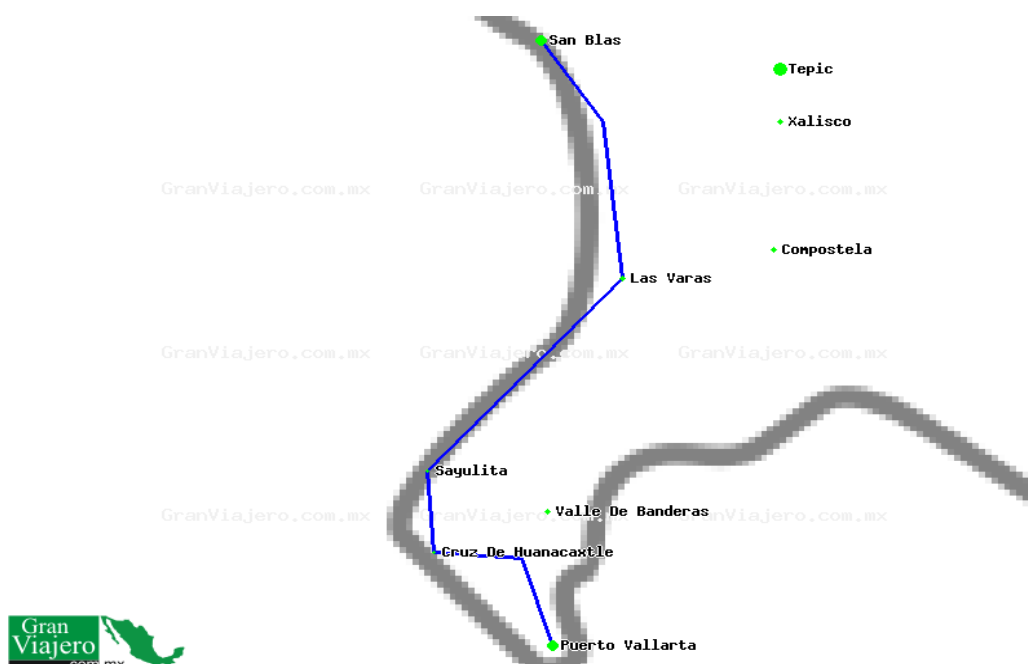
A las afueras de la ciudad a tan solo 10 km. de distancia de Tepic se encuentra el aeropuerto Amado Nervo, el cual cuenta con vuelos a toda la república Mexicana. San Blas está a 10 metros de altitud.

Mapa 3  
Ruta de acceso Ciudad de México-San Blas



(11) Ibid, P. 65-66

Mapa 4  
Ruta de acceso Puerto Vallarta-San Blas



Fuente: [www.granviajero.com.mx](http://www.granviajero.com.mx)

Sin embargo el secretario de Obras Publicas del Estado, Janni Ramirez, recientemente en una nota periodística publicada por el diario milenio el 08-11-2011 reconoció que: *“el Estado tiene un rezago en las vías de acceso a Nayarit y la urgencia de crearlas porque es el motor para la llegada de inversiones. Refirió que Nayarit cuenta con grandes riquezas naturales, pero no se han explotado como debería, tal es el caso de la **zona Norte del Estado**, en donde hay **grandes extensiones de playas**, sin embargo no hay inversiones y es ahí donde le van a **apostar al desarrollo**. Comento que: “El Gobernador **gestionó para la carretera Tepic-San Blas 300 millones de pesos**; estamos vetados por la SCT pero sabemos que podemos resolver los problemas y vamos a salir adelante en materia de obra pública”, refirió el titular de la S.O.P.(12)*

Esto muestra una claramente una razón más para llevar a cabo el proyecto Hotel Boutique en el Puerto de San Blas, y es que como se menciona, el Estado esta apostando al desarrollo en especial en la zona Norte de Nayarit.

(12) [www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9058028](http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9058028)

San Blas fue fundada por los españoles durante la segunda mitad del siglo XVI. En la actualidad los pobladores de San Blas se dedican a la pesca, el comercio, la agricultura, y el turismo. Y cabe aclarar que los pobladores de San Blas reciben a los turistas con calidez y entusiasmo, son muy atentos, como se pudo apreciar en la visita realizada a este Municipio de Nayarit.

*En la imagen 2 se puede ver el Puerto de San Blas, aún con grandes posibilidades de desarrollo y cuyo atractivo turístico es más que evidente.*

Imagen 2  
El Puerto de San Blas



Fuente: [www.RivieraNayarit.com.mx](http://www.RivieraNayarit.com.mx)

*A continuación en la Imagen 3 se muestra uno de tantos atractivos culturales, flora y fauna; El Parque la Tovara, éste se localiza en tierras llamadas humedales donde la magia de la naturaleza se conjuga en todo momento con el canto de las aves ya que la Tovara y los manglares de San Blas son uno de los hábitats más importantes para las aves en el Pacífico.*



Imagen 3  
El Parque Nacional la Tovara



Fuente: [www.RivieraNayarit.com.mx](http://www.RivieraNayarit.com.mx)

Lo señalado anteriormente, es una de las razones del por qué ubicar el nuevo Hotel Boutique en San Blas, este municipio reúne las características idóneas para poner un negocio como el que se pretende instalar próximamente. Tiene tranquilidad, muchas actividades recreativas, atractivos turísticos y excelente gastronomía.

Dentro de los muchos atractivos turísticos que tiene San Blas se puede mencionar su puerto, que siempre está repleto de embarcaciones modernas y tradicionales. Frente al puerto de San Blas hay la figura de una virgen que vigila la ciudad sobre una piedra blanca que emerge de las profundidades.

Asimismo, San Blas cuenta con Bahías, como su Bahía de Matanchén (ver imagen 4).

*“Antiguo refugio de piratas y bucaneros, la Bahía de Matanchén es una extensa zona virgen que se abre al mar formando una protección natural para las embarcaciones. Se ubica a 7 kilómetros al sur del puerto de San Blas por la carretera 54” (13).*

(13) Ibid, P. 69.



Imagen 4  
Bahía de Matanchén



Fuente: [www.RivieraNayarit.com.mx](http://www.RivieraNayarit.com.mx)

De acuerdo a la investigación realizada en esta tesina San Blas cuenta también con otros atractivos turísticos, entre los que se pueden mencionar los siguientes:

- ✓ El Centro Histórico.
- ✓ Templo de la Virgen Fátima.
- ✓ Plaza Mayor.
- ✓ *Fuerte de la Contaduría (En el Fuerte de la Contaduría se llevaban los asuntos fiscales, aunque también se aprovechó como almacén de mercancías procedentes de navíos comerciales)*
- ✓ *El Parque Nacional La Tovar (ver imagen 3).*
- ✓ *El Parque Nacional Isla Isabel.*
- ✓ *Ruinas del Templo de la Virgen del Rosario.*
- ✓ *Antigua Aduana.*
- ✓ *Balneario del Mamey, (que cuenta con dos albercas naturales).*
- ✓ *Petroglifos (diseños simbólicos grabados en rocas, realizados desbastando la capa superficial, muchos fueron hechos por nuestros antepasados prehistóricos del periodo neolítico).*
- ✓ *Cascada del Cora.*
- ✓ *Balneario el Cora.*

Para terminar con la descripción de este maravilloso lugar, en donde se instalará el nuevo Hotel Boutique, hay que mencionar que San Blas cuenta con varias playas. Entre las que destacan:

- *Playa del rey.*
- *Boca el Borrego.*
- *Playa las islitas.*
- *Playa Aticama.*
- *Playa los Cocos, (llamado así por la abundancia de palmeras de cocos que se encuentran en la zona).*
- *Playa Miramar.*
- *Playa La Manzanilla.*
- *Playa La Campana en San Cruz.*
- *Islas Marías, (cuya isla principal María Madre ha servido por más de cien años como colonia penal).*

*“San Blas cuenta con un litoral de más de 30 kilómetros con playas tropicales y vírgenes de tranquilo oleaje que disponen de palapas típicas en las que se sirven deliciosos platos con los frutos del mar. Todas ellas invitan a tomar baños de sol, practicar un sinfín de deportes y disfrutar de la contemplación de la hermosa naturaleza que las circunda. La lista de playas es larga. El visitante difícilmente podrá decidir cuál es la mejor, cada una es dueña de hermosuras particulares” (14).*

Otro atractivo antes mencionado es la Playa los Cocos (Imagen 5), es una hermosa playa que se caracteriza por tener cortina de altos cocoteros a lo largo de su litoral. A la playa de los Cocos se le llamó así por la abundancia de palmeras que la rodean. Tiene una extensión aproximada de dos mil metros de largo por diez metros de ancho, su arena es de textura fina color gris dorado con algunas áreas de pequeñas piedras moldeadas por el mar, su pendiente es suave con oleaje moderado y sus aguas son de color verde y azul con temperatura templada.

(14) Ibid, P. 70.

Imagen 5  
Playa Los Cocos



Fuente: [www.RivieraNayarit.com.mx](http://www.RivieraNayarit.com.mx)

Por todos los factores antes citados, San Blas representa un lugar turístico muy interesante para poder invertir en un Hotel Boutique. Sin embargo, hay que considerar que este Municipio está en pleno desarrollo y se está esperando el apoyo del Gobierno Estatal de Nayarit, para lograr que esta belleza de la naturaleza pueda ser conocida en todo México y en el Mundo entero.

### **1.3 Misión y Visión de la empresa.**

En cuanto a la visión es hacia donde se quiere llegar, donde se imagina que estará la nueva empresa, es una imagen del futuro.

*“La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe, y por lo tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa”* (15).

(15) Alcaraz, Rafael. *El Emprendedor de éxito*, Editorial: Mc Graw Hill, Cuarta edición, México, 2010. P. 47.

A continuación se detallan tanto la misión como la visión.

La Misión del Hotel Boutique **El Puerto de San Blas** será:

*Brindar a nuestros clientes nacionales e internacionales la mejor experiencia de servicio, con nuestras instalaciones, con nuestra oferta gastronómica, con nuestra calidez y con un trato único en el ámbito hotelero, para lograr así clientes para siempre.*

### *Visión*

*Ser en un lapso no mayor a cinco años el mejor Hotel Boutique en Nayarit.*

#### **1.4 Objetivos de la empresa (corto, mediano y largo plazo).**

Los objetivos del Hotel El Puerto de San Blas serán:

##### **Corto plazo**

Generalmente los objetivos a corto plazo son a un año. Estos son:

- *Hacer rentable la empresa hotelera.*
- *Lograr posicionar a él Hotel Boutique El Puerto de San Blas en la mente del turista nacional e internacional mediante la promoción de ventas y la publicidad.*
- *Mantener al hotel El Puerto de San Blas a un mínimo de ocupación anual del 75%.*

- *Conseguir el Distintivo H que otorga la Secretaría de Turismo (SECTUR) y Salud al término del primer año de operación.*

*“Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión). En los objetivos, los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta” (16).*

### ***Mediano plazo***

Los objetivos de mediano plazo son de 1 a 5 años, para el caso del Hotel Boutique El Puerto de San Blas serán los siguientes:

- *Se busca en el mediano plazo recuperar la inversión inicial en un lapso máximo de tres años.*
- *Buscar la certificación ISO 10002: Manejo del cliente.*
- *Desarrollar una estrategia promocional para captar a los turistas jubilados tanto a nivel nacional como internacional.*

(16) *Ibíd*, P. 48.

### ***Largo plazo***

Los objetivos de largo plazo son de 5 a 10 años de la nueva empresa serán los siguientes:

- *Su busca generar los recursos suficientes para lograr la expansión del Hotel Boutique.*
- *Se pretende instalar un segundo Hotel Boutique en la Riviera Nayarita de Corporativo Empresarial Nayarita S.A. de C.V.*

Estos son los objetivos a corto, mediano y largo plazo, sin olvidar en ningún momento que se pretende que este Hotel Boutique sea el mejor de Nayarit, para tal efecto se requiere una inversión importante y estrategia de servicio y promocional que respalde este objetivo.

### ***1.5 Políticas de servicio.***

Las políticas de servicio deberán ir más allá de las expectativas de los clientes y que ellos perciban que reciben algo más, logrando como resultado clientes satisfechos y entusiastas.

Las políticas de servicio deben ser diseñadas en apoyo al cliente para ofrecerle un servicio extraordinario.

Una empresa turística vive de sus clientes por ello la atención y servicio serán fundamentales, a continuación se enmarcan algunas las políticas de servicio que deberán seguir los empleados que trabajen en El Puerto de San Blas, estas son:

- El Cliente es la razón de ser de nuestro negocio y sin él no existe.
- Hacer que el cliente adquiera el servicio en forma rápida.

- Que el personal de contacto cree un ambiente de confianza y que al final de cuentas el cliente quede satisfecho.
  - Recuerda que un cliente perdido por mal servicio, no sólo será muy difícil recuperarlo, sino que puede causar la pérdida de varios clientes potenciales por sus comentarios negativos.
  - No pierdas la oportunidad de preguntar a tus clientes lo que piensan de tu negocio, así como pedirles sugerencias.
  - Atender a un cliente siempre tendrá prioridad.
  - Clientes internos el buen servicio empieza en casa.
  - Asume la responsabilidad de resolver un problema a un cliente.
  - Un servicio de calidad no debe tener quejas, porque el servicio debe ser 100% confiable.
  - El personal de contacto debe reaccionar con una actitud abierta y positiva.
  - El personal de contacto debe tener la capacidad y el entrenamiento para tomar decisiones (Momentos de la Verdad).
- Todo contacto con los clientes es el Momento de la Verdad es una magnífica oportunidad de mostrar lo que tú y tu Hotel valen (ser la mejor opción). Son momentos en que debemos probar a nuestros clientes que el Hotel Boutique El Puerto de San Blas es la mejor alternativa.

### ***1.6 Ventajas competitivas.***

Las ventajas y/o distingos competitivas serán fundamentales para que el Hotel Boutique El Puerto de San Blas logre los objetivos antes señalados, para tal efecto se hizo una investigación de los competidores que actualmente ya están en el mercado y se ubican en Nayarit, este análisis se presentará más adelante cuando se vea el punto de análisis de la oferta, a continuación se mencionan tales ventajas competitivas:

- ❖ El Hotel Boutique El Puerto de San Blas ofrecerá un servicio exclusivo, de buen gusto y refinado a sus clientes, pero a la vez también será casual.
- ❖ Como se ha señalado en las políticas de servicio, se brindará a los clientes un servicio extraordinario, con personal altamente calificado y capacitado, que sean considerados como verdaderas estrellas del servicio.
- ❖ Se ofrecerá a todos los clientes una garantía de calidad en cada una de las fases del Ciclo de Servicio que vivan como experiencia.

*“Son peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado; generalmente estas características son aspectos que hacen únicos a los productos y servicios de la empresa en comparación con otros ya existentes en el mercado” (17).*

En cada pasillo del Hotel Boutique habrá una imagen alusiva a la importancia que para esta empresa tendrá la atención al cliente, esta es:

Diagrama 2

**En el Puerto de San Blas calidad en el servicio es:**



(17) Ibid, P. 50.



Para el Hotel El Puerto de San Blas, un buen servicio no se ofrece una sola vez, se brinda siempre a los clientes y en todas las ocasiones. Por ello, es una Acumulación de Experiencias Satisfactorias Repetitivas.

### **1.7 Análisis del giro o sector.**

La Industria Hotelera en México es una de las actividades económicas más importantes del país, principalmente por su generación de empleos y desde luego por la captación de divisas de los turistas extranjeros que vienen a visitar nuestro país.

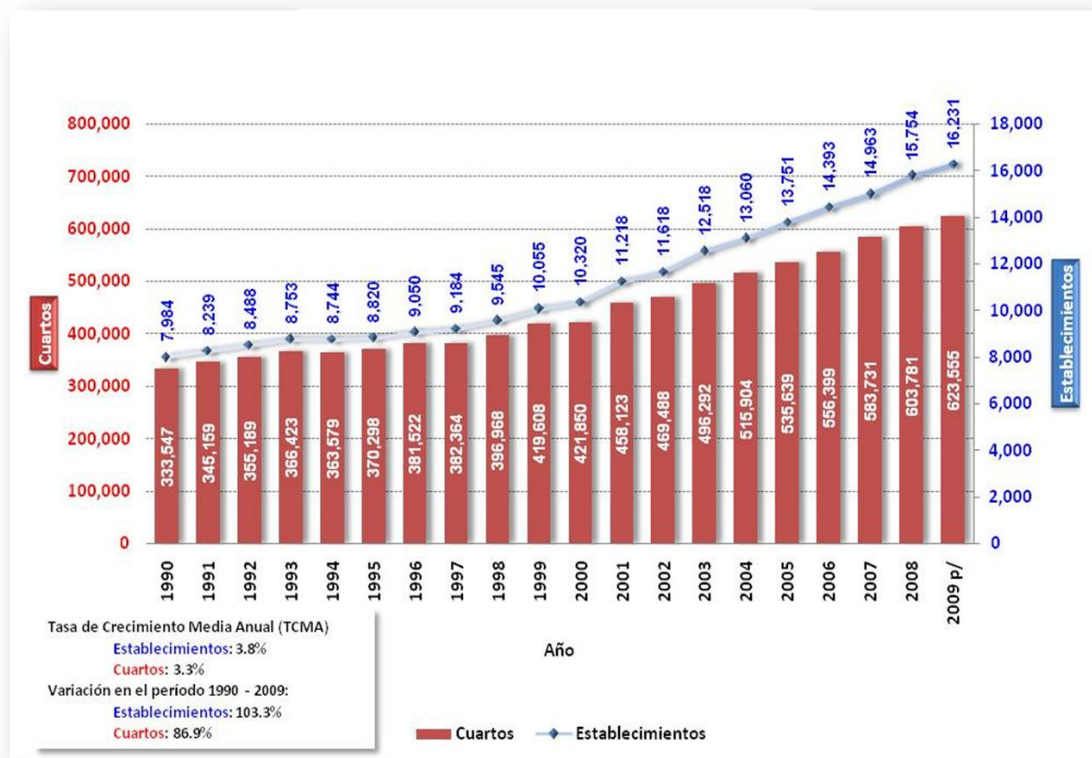
*“Este punto del plan de negocios intenta establecer las condiciones actuales de la industria o sector en que se ve involucrada la empresa, así como las condiciones futuras que se pueden prever para la misma a través del reciente desarrollo que haya presentado” (18).*

En la actualidad los principales Centros Turísticos de Playa son: *Cancún, Bahías de Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, Los Cabos San Lucas, Acapulco Guerrero, Cozumel, Puerto Vallarta, Puerto Escondido, Manzanillo*, en lo que se refiere a playa. A continuación se presentan algunos datos estadísticos de la Industria del Hospedaje.

En la gráfica 1 se puede observar la evolución de la Industria hotelera en México de 1990 a 2009, cabe destacar que los establecimientos hoteleros tuvieron una *tasa de crecimiento media anual (TCMA)* de 3.8% y en lo que se refiere a cuartos fue de 3.3% (*ver gráfica No.1*).

(18) Ibid, P.52.

Gráfica 1  
Evolución hotelera 1990 -2009



Fuente: La Industria del Hospedaje 2009, Confederación Nacional Turística.

Con relación a la variación porcentual en el periodo 1990-2009, los establecimientos hoteleros presentaron un crecimiento de 103.3% y en lo que se refiere a cuartos 86.9% de acuerdo a datos de la *Confederación Nacional Turística*; un crecimiento bastante considerable.

En el cuadro 2 se complementa la información presentada en la Gráfica 1, aunque diferente periodo 1995-2010 y diferente fuente de información, en este caso el Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 2011, elaborado por el INEGI.

Cuadro 2  
Establecimientos de hospedaje y cuartos disponibles  
en México

<b>Año</b>	<b>Establecimientos</b>	<b>Variación Anual %</b>	<b>Cuartos Disponibles</b>	<b>Variación Anual %</b>
1995	8,820		370,298	
1996	9,050	2.61	381,522	3.03
1997	9,184	1.48	382,364	0.22
1998	9,545	3.93	396,968	3.82
1999	10,055	5.34	419,608	5.70
2000	10,320	2.64	421,850	0.53
2001	11,218	8.70	458,123	8.60
2002	11,618	3.57	469,488	2.48
2003	12,518	7.75	496,292	5.71
2004	13,060	4.33	515,904	3.95
2005	13,751	5.29	535,639	3.83
2006	14,410	4.79	562,039	4.93
2007	14,970	3.89	584,331	3.97
2008	15,754	5.24	603,781	3.33
2009	16,526	4.90	621,946	3.01
2010	16,875	2.11	638,494	2.66

Fuente: Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, INEGI, Edición México 2011.

Los datos presentados en el Cuadro 2 señalan un crecimiento moderado de la Industria Hotelera durante el periodo 1995 – 2010, siendo las variaciones anuales en porcentaje, las que presentan los años 2001 con 8.70% y en 2003 con 7.75% en el caso de establecimientos de hospedaje. Mismo es el caso de los cuartos disponibles que en 2001 presentan una variación anual de 8.60% y en el año 2003 un 5.71%, las más altas del periodo. Cabe mencionar que en ningún año del periodo presentado se muestra un decrecimiento. Siendo el año de menor crecimiento 1997 con una variación anual de 1.48% para establecimientos y de 0.22% para cuartos disponibles.

Volvamos de nueva cuenta a la información que presenta la Confederación Nacional Turística, en lo que se refiere a la evolución de la oferta de alojamiento en México durante 2000-2009, esta señala una tasa de crecimiento media anual de 5.2% para establecimientos y de 4.4% para cuartos en este periodo.

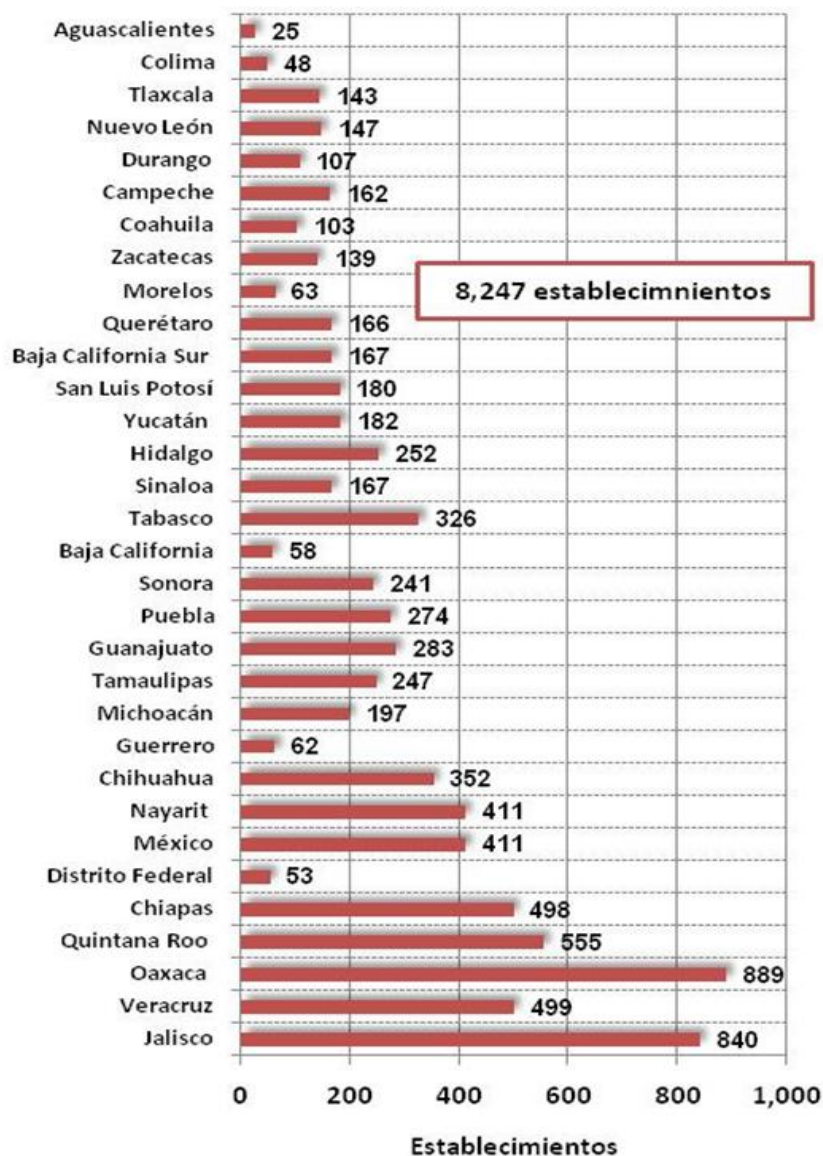
Gráfica 2  
Evolución de la oferta de alojamiento 2000 -2009



Fuente: La Industria del Hospedaje 2009, Confederación Nacional Turística.

De acuerdo también con datos de la Confederación Nacional Turística, se presenta a continuación la Variación Absoluta por Estado en el número de Establecimientos de Hospedaje durante el periodo 1990 – 2009, esto se observa en la gráfica 3.

Gráfica 3  
Variación absoluta por estado en el número de establecimientos de hospedaje  
1999 -2009



Fuente: La Industria del Hospedaje 2009, Confederación Nacional Turística.

La gráfica 3 presenta datos muy interesantes, en primer término se destaca que durante el periodo 1999-2009, el estado que presenta mayor crecimiento en número de establecimientos de hospedaje en México es Oaxaca con 889, seguramente por el crecimiento que ha experimentado Bahías de Huatulco y Puerto Escondido. A continuación le sigue Jalisco con

840 un crecimiento interesante que se debe en parte a la misma capital Guadalajara y desde luego al interés de los inversionistas por Puerto Vallarta.

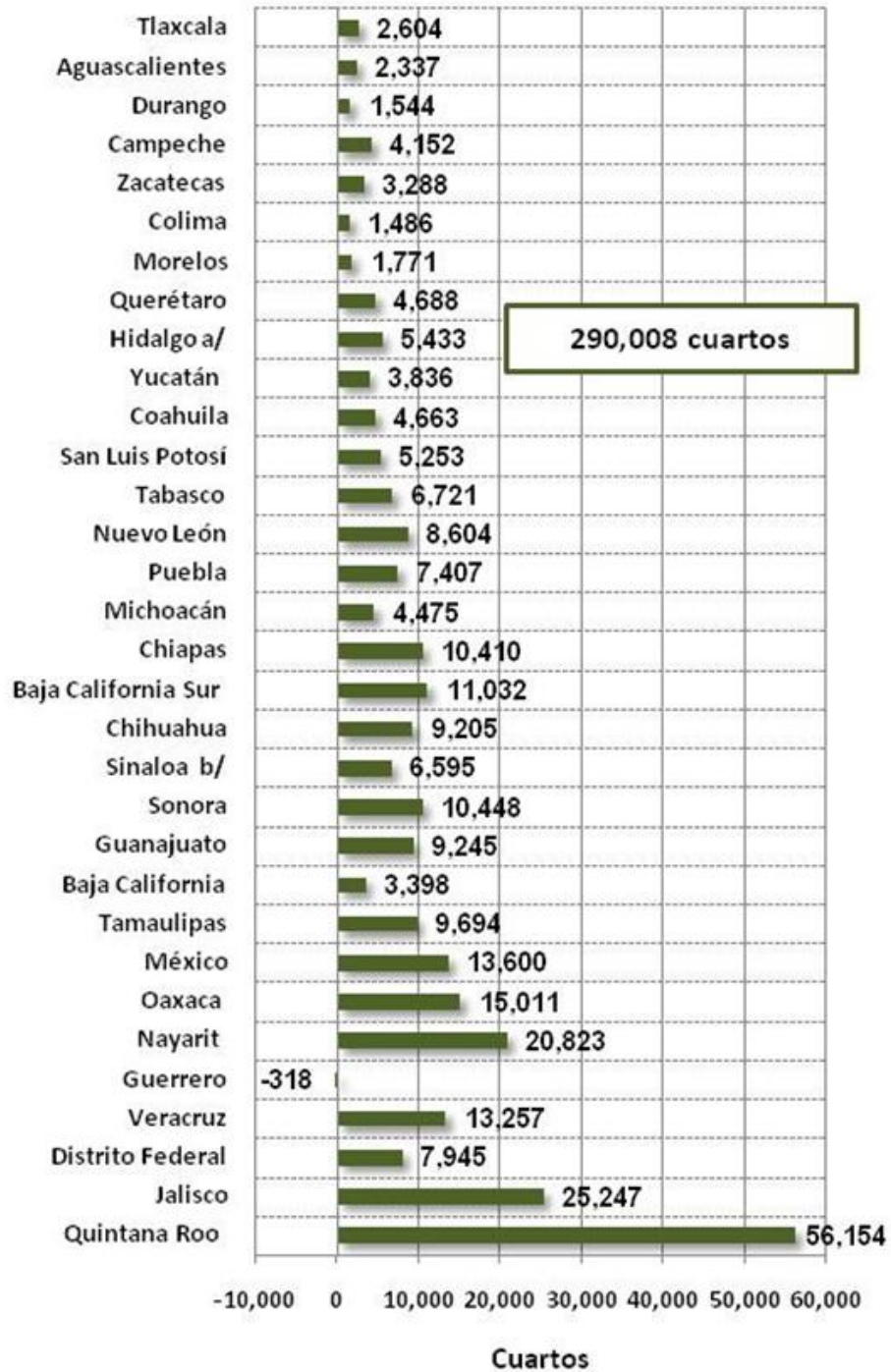
Se puede observar también el crecimiento de Quintana Roo con 555, este crecimiento en la variación absoluta del periodo 1999-2009 es debido a que Cancún sigue en gran crecimiento como Centro Turístico de México, por ello las inversiones privadas siguen en aumento, considerando también que es un lugar de los de mayor preferencia por los turistas extranjeros y claro nacionales.

La cuarta posición la ocupa Veracruz con un crecimiento de 499 establecimientos de hospedaje durante el periodo 1999-2009, este estado tiene muchos atractivos turísticos, sin olvidar el famoso Puerto de Veracruz. A continuación le sigue el bello Chiapas, al cual los inversionistas han volteado en los últimos años y presenta de acuerdo a datos de la Confederación Nacional Turística una variación absoluta de 498 en el mismo periodo.

La sexta posición la tiene el estado en estudio de esta tesina que es Nayarit con una variación absoluta en el periodo 1999-2009 de 411 establecimientos de hospedaje. A pesar de que la *Rivera Nayarita* tiene poco de haber sido descubierta se puede considerar un muy buen crecimiento y que existe confianza en que esta zona puede crecer aún más. Esta sexta posición Nayarit la comparte con el Estado de México que presenta también una variación absoluta de 411 establecimientos.

Para finalizar este análisis se puede mencionar que los estados con menor crecimiento son Aguascalientes con 25 y Colima con 48, según datos de la Confederación Nacional Turística.

Gráfica 4  
Variación absoluta por estado en el número de cuartos de hospedaje  
1999 -2009



Fuente: La Industria del Hospedaje 2009, Confederación Nacional Turística.

La *gráfica 4* se puede observar la variación absoluta en el número de cuartos de hospedaje en el periodo 1999-2009 a nivel nacional, aquí vuelve a destacar el Quintana Roo en primer lugar con 56,154 cuartos, un crecimiento muy importante. La explicación de este crecimiento como ya se señaló anteriormente, es contar con dos de los lugares turísticos de playa más atractivos en nuestro país como son Cancún y Cozumel, que son lugares muy famosos a nivel nacional y en el mundo entero. La promoción turística que se realiza ha traído los resultados esperados.

En segundo lugar se tiene de nueva cuenta a Jalisco con 25,247 cuartos de hospedaje, casi menos de la mitad Quintana Roo. Sin embargo, es un estado preferido de los turistas nacionales e internacionales y sin olvidar a Puerto Vallarta cuyo desarrollo en estos últimos años es digno de destacar.

En tercer lugar y también digno de destacar es el crecimiento que está teniendo Nayarit con 20,247 cuartos de hospedaje durante el periodo 1999-2009, esto se debe en gran parte al impulso que ha dado en los últimos sexenios el Gobierno Estatal a la Riviera Nayarita, que se considera uno de los lugares turísticos con mayores posibilidades de desarrollo en los años venideros y como ya se menciona hay todo un plan de inversión tanto del Gobierno Estatal como de la iniciativa privada para hacer realidad este crecimiento.

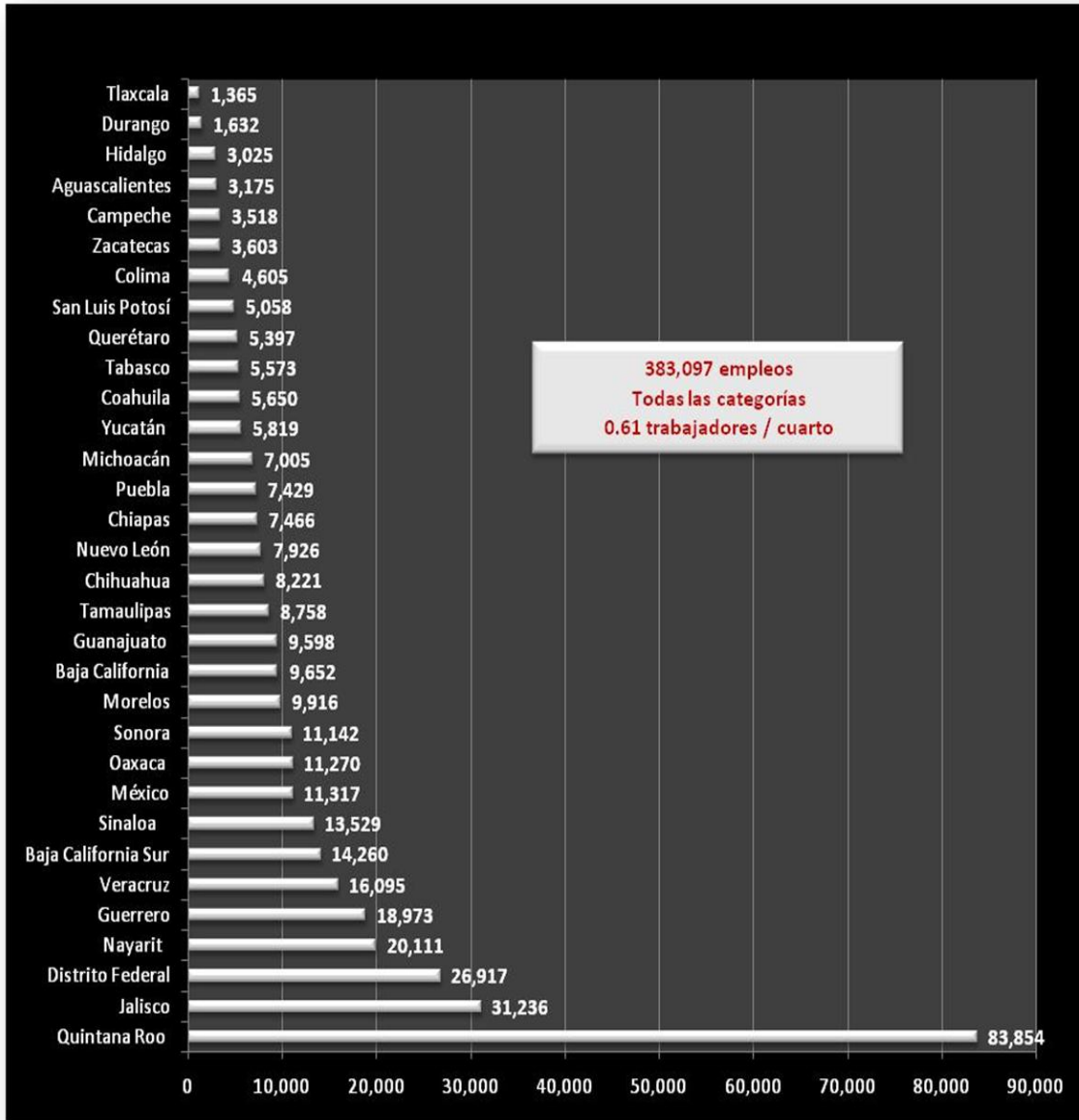
De acuerdo a los datos de la Confederación Nacional Turística, el cuarto sitio lo ocupa Oaxaca con 15,011 cuartos de hospedaje, le sigue en quinto lugar el Estado de México con 13,600 y sexto lugar Veracruz con 13,257 cuartos de hospedaje durante el periodo 1999-2009.

En resumen, durante el periodo 1999-2009 el número de establecimientos de hospedaje en variación absoluta creció en 8247 a nivel nacional y en cuanto a número de cuartos se fue a 290,008 a nivel nacional, según datos de la Confederación Nacional Turística de México.



Para finalizar este apartado llamado Análisis del giro o sector, se ha juzgado conveniente hablar del personal ocupado en la Industria Hotelera en por estado y a nivel nacional.

Gráfica 5  
Empleo en establecimientos de hospedaje 2009



Fuente: La Industria del Hospedaje 2009, Confederación Nacional Turística.

En la gráfica 5 se puede apreciar que para el año 2009 de acuerdo a datos de la Confederación Nacional Turística hay 383,097 empleos a nivel nacional en todas las categorías de establecimientos de hospedaje con 0.61 trabajadores por cuarto.

En este análisis cabe destacar en primer lugar a Quintana Roo que genera 83, 854 empleos al 2009, muy por arriba de todos los demás estados de nuestro país, lo que se traduce en el gran crecimiento de la Industria Hotelera y desde luego de las actividades económicas que colaboran con ella como son: preparación de alimentos (restaurantes de todos tipos), transporte de pasajeros aéreo, terrestre, marítimo y desde luego las agencias de renta de autos y agencias de viajes y finalmente el comercio.

A continuación le sigue Jalisco con 31,236 empleos, el Distrito Federal con 26,017 y en cuarto lugar aparece nuestro estado en estudio que es Nayarit, con 20,111 empleos, lo que nos señala el gran potencial que tiene este estado del país y con ello se refuerza la idea de instalar el Hotel Boutique El Puerto de San Blas en esta zona de México.

En quinto lugar aparece Guerrero con 18,793 empleos, desde luego influido esto por Acapulco e Ixtapa Zihuatanejo.

En sexto lugar Veracruz con 16,195 empleos y en séptimo entre los estados más destacados Baja California Sur con 14,260 empleos generados al 2009.

La información anteriormente presentada en este apartado, ha permitido dimensionar la importancia que tiene la Industria Hotelera en México en los últimos años y, se puede señalar que todavía tiene grandes posibilidades de seguir crecimiento, como es el caso de San Blas, en la hoy famosa Riviera Nayarita.

## **Capítulo 2 Estudio de Mercado.**

Para iniciar este capítulo es importante definir lo qué es un estudio de mercado, que es el tema central de esta tesina. Se señalan dos definiciones, estas son:

*“Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización” (19).*

*“Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos” (20).*

### **2.1 El Servicio en el mercado.**

Esta investigación se realiza para poner en marcha una empresa de servicios turísticos, a continuación se describen los principales servicios que ofrecerá la misma.

#### **2.1.1 Descripción del servicio.**

Es importante definir lo qué es un *Hotel Boutique* como servicio de alojamiento, para ello se tiene la siguiente información:

Los Hoteles Boutique surgen en Europa como una alternativa de negocio en la industria hotelera, se caracterizan por ser pequeños, con un estilo refinado y vanguardista, que se caracteriza por brindar una atención personalizada a los clientes.

Estos hoteles se han denominado boutique por su tamaño íntimo y su servicio muy personalizado. Con estilos diversos y características muy particulares. *Hotel Boutique* significa también buen gusto, que comprende desde el detalle de la decoración hasta la cocina. Generalmente ofrecen un restaurante de alta cocina.

(19) Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*, Editorial: Mc Graw Hill, Sexta edición, México, 2010. P. 7.

(20) Alcaraz, Rafael. *El Emprendedor de éxito*, Editorial: Mc Graw Hill, Cuarta edición, México, 2010. P. 80.

Cabe señalar también que los hoteles boutique se denominan pequeños porque máximo 50 habitaciones exclusivas, con la finalidad de ofrecer a sus clientes ese trato personalizado y extraordinario servicio. Asimismo, es importante señalar que San Blas y la Riviera Nayarita resulta un lugar ideal para poner en marcha este nuevo proyecto, debido a que es un lugar aislado, retirado, íntimo y lejos del mundo, pero que brindará a sus clientes una experiencia única y el descanso buscado.

Dentro de los principales servicios que ofrecerá el Hotel el *Puerto de San Blas* están los siguientes:

- ✓ Alojamiento de Categoría Especial: Hotel Boutique.
- ✓ Contará con 40 habitaciones dobles, 5 habitaciones triples y 5 suites de lujo para dos y cuatro personas, con una decoración que haga alusión a las tradiciones de Nayarit a su flora y fauna.
- ✓ Habitaciones tendrán servi-bar y aire acondicionado.
- ✓ Todas las habitaciones contarán con teléfono.
- ✓ Las habitaciones tendrán tina de hidromasaje y amenidades.
- ✓ Restaurante-Bar con especialidad de Mariscos y Comida Regional.

El Restaurante – Bar se llamará *Playa Los Cocos* y ofrecerá los mejores mariscos de la zona y platillos típicos de Nayarit, como:

*Sopa de Garbanzos con chorizo, Empanadas de Camarón, Conchitas de Pescado, Pozole de Camarón, Chilpachole de Jaiba, Camarones de Jaiba, Camarones Aguachiles, Pescado Zarandeado, Tamales de Puerco estilo Nayarit, Pipían Rojo con Pollo, Entomatada, Plátanos con Miel, Agua de Cebada, entre otros.*

Diagrama 3



## **RESTAURANTE – BAR**

## **PLAYA LOS COCOS**

**Una experiencia gastronómica que siempre  
te hará regresar.**

El Restaurante tendrá un horario de 7:00 a.m. a 12:00 p.m. de lunes a domingo. En la mañana a la hora del desayuno se ofrecerá un variado y amplio Buffete. En la comida y cena se atenderá por medio de carta. En resumen *el Restaurante – Bar los Cocos* ofrecerá alimentos y bebidas tradicionales de la gastronomía nayarita, preparados con productos típicos de la región.

- ✓ **Contará con los accesos adecuados para discapacitados y habitaciones especiales para los mismos.**
- ✓ **Dos Albercas y chapoteadero.**
- ✓ **Una alberca tendrá un área de Bar en donde se ofrecerán bebidas y snacks.**
- ✓ **Gimnasio.**
- ✓ **Dos Salones para reuniones de trabajo y pequeños eventos especiales.**
- ✓ **Una capilla.**
- ✓ **Servicio médico 24 horas.**

- ✓ **Estacionamiento.**
- ✓ **Acceso a Internet Inalámbrico.**
- ✓ **Centro de Negocios.**
- ✓ **Servicio de Lavandería.**
- ✓ **Caja fuerte en recepción y una pequeña dentro de las habitaciones.**
- ✓ **Se admitirán todo tipo de tarjetas de crédito y debito y American Express.**
- ✓ **Televisión con una amplia selección de películas DVD´s de cortesía.**
- ✓ **Servicio de niñera.**
- ✓ **Agencia de viajes y diversas tiendas dentro del Hotel.**
- ✓ **Dos Yacuisis.**
- ✓ **Spa.**

### **2.1.2 Clasificación del servicio.**

De acuerdo con *Gabriel Baca Urbina* en su libro *Evaluación de Proyectos*, el servicio que ofrecerá el Hotel Boutique El Puerto de San Blas se clasifica como un *servicio de especialidad*, por ser un tipo de hotel exclusivo.

Conforme a la clasificación de *Oficina Estatal de Turismo en el SITE (Sistema de Información Turística Estatal)*, de acuerdo al comportamiento estadístico y servicios con que cuenta cada establecimiento de hospedaje, las categorías turísticas se clasifican en:

- **Categoría especial y Gran turismo.**

Un hotel de Gran Turismo es uno de los mejores hoteles en existencia. Se encontrará detalles lujosos, servicio de calidad superior y los más altos estándares de confort. También se verán flores frescas y plantas por toda la propiedad. Hay una alta proporción de personal en relación a los huéspedes, comida gourmet y servicio a cuartos las 24 horas.

Las habitaciones son amplias, con decoración y muebles finos, colchones de primera calidad y productos de baño de diseñador. Los servicios de la habitación por lo general incluyen acceso inalámbrico a internet, reproductores de CD y / o DVD, así como soporte para iPod.

Un hotel de Gran Turismo es ideal para aquellos que buscan lo mejor de todo. Ningún detalle está dejado al azar y se recibirá una atención personalizada durante la estancia.

- ***Cinco estrellas.***

Un hotel de cinco estrellas está muy orientado al servicio y brinda altos estándares de comodidad y calidad. Cuenta con más de un restaurante, a menudo incluyendo una opción de restaurante gourmet, así como un bar o sala de estar y servicio a cuartos las 24 horas. Puede también ofrecer canchas de tenis y acceso a campo de golf, así como un spa, un gimnasio moderno y alberca.

Un hotel de cinco estrellas es ideal para los viajeros exigentes que buscan un servicio personalizado, instalaciones de alta calidad y una variedad de servicios e instalaciones en el lugar.

- ***Cuatro estrellas.***

Un hotel de cuatro estrellas es una propiedad superior, que generalmente ofrece más de un restaurante, bar y servicio a cuartos con horario prolongado.

Los servicios disponibles pueden incluir botones, servicio de valet parking. Normalmente, cuentan con centro de conferencias y servicios de negocios. Las habitaciones son amplias y por lo general ofrecen un mobiliario elegante, ropa de cama de alta calidad, productos de baño y una amplia gama de servicios como minibar y secadora de pelo.

- ***Tres estrellas.***

Un hotel de tres estrellas pone mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado. A menudo tienen un restaurante en el hotel, alberca, gimnasio, una tienda de conveniencia y botones. Generalmente, hay salas de juntas y / o salas de conferencia y servicios relacionados disponibles. Las habitaciones incluyen más servicios y hay una atención más cuidadosa a la calidad y comodidad.

Un hotel de tres estrellas es ideal para viajeros de negocios o de placer en busca de un poco más que los servicios básicos.

- ***Dos estrellas.***

Un hotel de dos estrellas, se espera que ofrezca un alojamiento limpio y básico. Estos pueden tener o no un centro de negocios o acceso a internet, pero por lo general no tienen salas de reuniones, botones, gimnasio o instalaciones recreativas. El restaurante a menudo se limita a servicio de café o un desayuno continental. Las habitaciones ofrecen normalmente baño privado, teléfono, televisión y servicios limitados.

- ***Una estrella.***

Se espera que un hotel de una estrella ofrezca alojamiento limpio, básico, con pocas o ninguna instalación. Las habitaciones normalmente están decoradas de manera funcional y son compactas. Puede o no tener un baño privado, teléfono en la habitación, televisión o servicios. Los hoteles de una estrella suelen estar cerca de restaurantes y atracciones turísticas.

- ***Sin categoría.***

Establecimientos de clase económica, apartamentos, bungalows, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, condominios, cuartos amueblados, haciendas, hoteles, moteles, posadas, suites, trailer parks y villas.



El Hotel Boutique El Puerto de San Blas se clasifica de categoría especial por los servicios que ofrecerá y el nivel socioeconómico al cual va dirigido, esto se analizará en el siguiente apartado.

Cabe aclarar que en la información que presenta el INEGI en su Anuario Estadístico de Nayarit 2011 solo señala los Hoteles de *una, dos, tres, cuatro y cinco estrellas* que incluyen en esta misma clasificación los establecimientos de categoría especial, gran turismo y clases similares. Es decir, no separa esta última categoría.

## **2.2 Área de mercado o área de influencia del proyecto.**

Segmentar el mercado significa dividir y permite entre otras cosas:

- Un mejor conocimiento del mercado.
- Un mejor conocimiento del consumidor.
- Un menor esfuerzo en la distribución del producto.
- Un menor costo de transporte del producto.
- Se ahorran costos logísticos de transporte y personal al no colocar el producto en las áreas geográficas donde no se vende.
- La eficiencia de la publicidad aumenta sin desperdicios.

*“Este tema también se conoce como la segmentación del mercado y el objeto de esta actividad consiste en optimizar el empleo de los recursos escasos que posee una organización. En efecto, porque al segmentar el mercado se determina un área geográfica específica donde tal mercado está concentrado, o menos disperso” (21).*

### **2.2.1 Población objetivo.**

En primer término se definirá la población objetivo o también llamado el mercado meta al cual pretende llegar el nuevo Hotel Boutique El Puerto de San Blas. Para determinar la población objetivo se utilizaron tres criterios de segmentación, estos son: edad, sexo y nivel socioeconómico.

(21) Gallardo, Juan. *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Un enfoque de sistemas. Editorial: Mc Graw Hill, Primera Edición, 1998. P. 26.

En lo que se refiere a edad se ha definido tres rangos al cual pretende dirigir sus servicios el Hotel Boutique El Puerto de San Blas, estos son:

**Rango A**

**De 25 a 35 años.**

Consumidor que buscan las playas poco visitadas y vírgenes, diversión y la práctica de deportes acuáticos, entre ellos el surfing (ver imagen 6).

Imagen 6  
La práctica del surfing en la Riviera Nayarita



Fuente: [www.RivieraNayarit.com.mx](http://www.RivieraNayarit.com.mx)

**Rango B**

**De 35 a 55 años.**

Consumidor que busca un lugar de playa con tranquilidad, busca también una excelente oferta gastronómica que sea especialista en mariscos y comida regional, un lugar de hospedaje que cuente con todos los servicios hoteleros al más alto nivel y finalmente se busca un lugar tranquilo y pintoresco en donde también se pueda practicar la pesca.

## **Rango C**

### **55 años en adelante.**

El Puerto de San Blas también busca a este tipo de consumidores que principalmente buscan descanso y tranquilidad, buena comida y conocer lugares nuevos de Nayarit. Es importante señalar que el Hotel Boutique El Puerto de San Blas busca captar a turistas nacionales de cualquier punto de la República Mexicana y extranjeros de todas partes del mundo, para tal efecto se realizará una agresiva promoción de ventas y publicidad como se verá más adelante. En lo que se refiere a sexo no habrá ninguna distinción, ya que el Hotel Boutique va dirigido a hombres y mujeres, a niños y niñas, todos sean bienvenidos. En lo que se refiere a nivel socioeconómico, se recurrió a definirlo con base a la publicación del INEGI llamada Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010, esto para el caso de los turistas nacionales que representarán los clientes potenciales para el Hotel Boutique El Puerto de San Blas. Se determinó llegar a tres niveles socioeconómicos, estos son:

### **Clase Alta.**

*“Incluye los segmentos de población con el más alto nivel de vida. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado básicamente por individuos con un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos de lujo con todos los servicios y comodidades.”* (22).

### **Clase Media Alta.**

*“Este segmento incluye a aquellos que sus ingresos y/o estilo de vida es ligeramente superior a los de clase media. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de Licenciatura y muy pocas veces cuentan solamente con educación preparatoria. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios algunos de lujo y cuentan con todas las comodidades.”* (23).

(22) Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

(23) Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

### **Clase Media.**

*“Este segmento contiene a lo que típicamente se denomina segmento de nivel medio. El perfil del jefe de familia de estos hogares está formado por individuos con un nivel educativo de preparatoria principalmente. Los hogares pertenecientes a este segmento son casas o departamentos propios o rentados con algunas comodidades.” (24).*

En el caso de clientes potenciales internacionales, se busca aquellos que cuenten con un nivel socioeconómico alto y medio alto, que les guste viajar a otros países, principalmente se busca a los turistas de Estados Unidos de América, Canadá, Brasil, Argentina y Europa, que les guste las playas mexicanas, para captarlos se realizará toda una estrategia promocional que se mencionará más adelante.

#### **2.2.2 Cobertura de mercado.**

El Hotel Boutique El Puerto de San Blas ha definido que su cobertura de mercado geográfica sea toda la República Mexicana a nivel nacional. Y en lo que se refiere a nivel internacional se considera prácticamente todo el mundo.

Se definirán siete etapas para llegar a todo el país y al mundo entero, estas son:

- La primera etapa el Estado de Nayarit.
- Segunda Región Centro y Norte de México.
- Tercera Bajío, Sur y Sureste de México.
- Cuarta, Estados Unidos y Canadá.
- Quinta, Brasil y Argentina.
- Sexta Europa.
- Séptima Resto del Mundo.

(24) Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010.

## **Capítulo 3 Análisis de la Demanda y Análisis de la Oferta.**

### **3.1 Análisis de la Demanda.**

El análisis de la demanda es primordial y eje de sustento del proyecto, Gabriel Baca Urbina define la demanda como:

*“Demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (25).*

#### **3.1.1 Clasificación de la demanda.**

La demanda de hospedaje del Hotel Boutique *El Puerto de San Blas* se puede clasificar de acuerdo a Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos como una demanda de temporalidad y más claramente Cíclica o estacional porque los servicios hoteleros tienen un temporada alta y una baja, de acuerdo a las fechas vacacionales en México y en el extranjero.

*“Demanda cíclica o estacional es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales (...)” (26).*

#### **3.2.2 Turistas Nacionales y Extranjeros.**

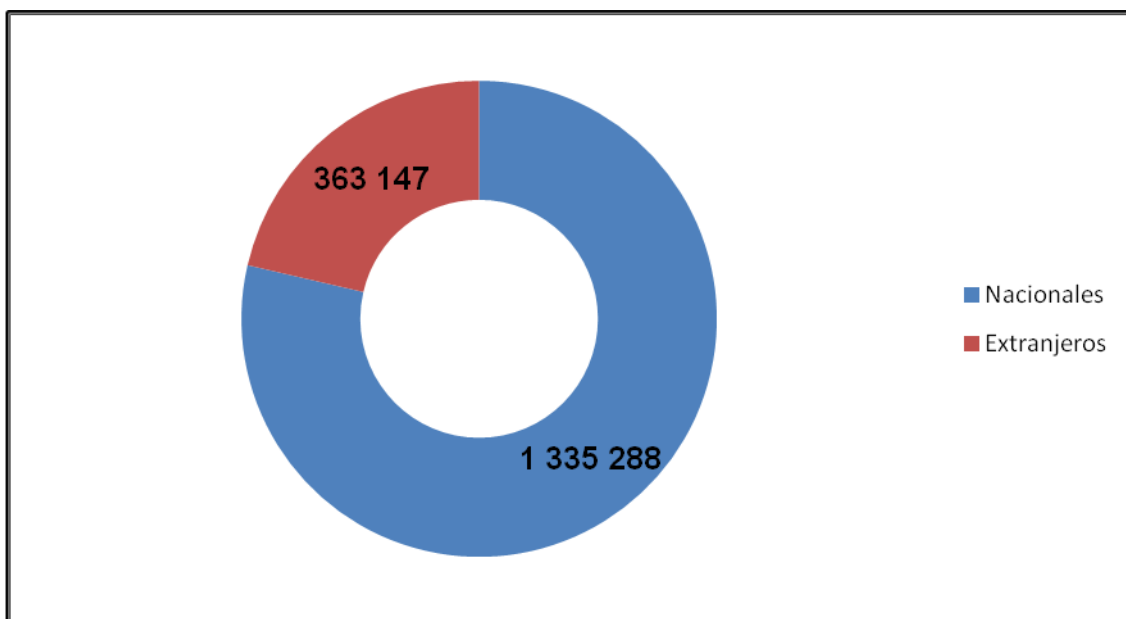
La demanda de servicios de hospedaje en el Estado de Nayarit esta compuesta de turistas nacionales (residentes en el país) y turistas extranjeros (no residentes en el país). El Anuario Estadístico del Estado 2011 señala que Nayarit recibió a 1,905,725 en el año del 2010. Sin embargo, el INEGI no tiene disponible la información de turistas nacionales y extranjeros.

En lo que respecta a Centros Turísticos de Nayarit (Nuevo Vallarta, Rincón de Guayabitos, San Blas y Tepic), estos recibieron a 1,698,435 turistas.

(25) Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Editorial: Mc Graw Hill, Sexta edición, México, 2010. P. 15.

(26) *Ibíd.*, P. 16.

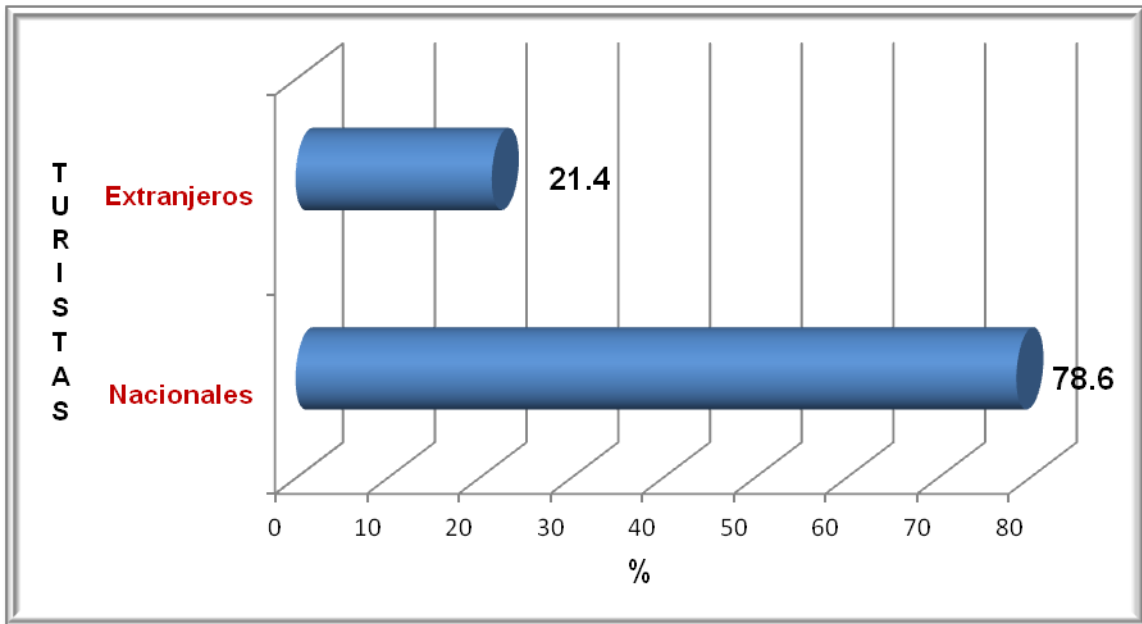
Gráfica 6  
Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje  
Por centro turístico, Nayarit 2010



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

En la gráfica 6 se puede observar que Nayarit recibió a 1,335,288 turistas nacionales en Centros Turísticos del Estado, en el año de 2010, de acuerdo al Anuario estadístico de Nayarit, INEGI, Edición México 2011. En lo que se refiere a turistas extranjeros se recibieron a 363,147, que tuvieron la oportunidad de visitar nuestro país y con ello dejar sus divisas en territorio nacional.

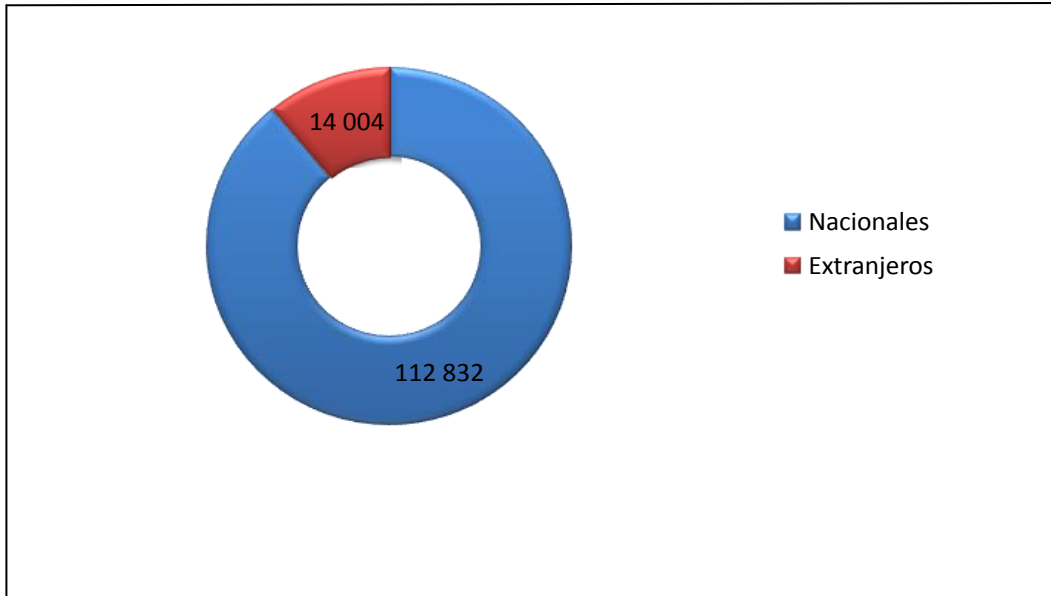
Gráfica 7  
Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje  
Por centro turístico en porcentaje, Nayarit 2010



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

Para complementar esta información en la gráfica 7 se presenta el porcentaje de visitantes a Nayarit en el 2010, se puede observar que el 78.6% fueron turistas nacionales y 21.4% fueron turistas extranjeros. Este análisis nos da lugar a comentar que falta aún por parte del Gobierno Estatal de Nayarit mucho mayor promoción de la Riviera Nayarita a nivel internacional, que esperamos que el turismo extranjero crezcan en los próximos años, un reto para la Secretaría de Turismo del Estado Nayarita y para el nuevo gobernador Roberto Sandoval Castañeda, que gobernará al estado en el periodo 2011-2017.

Gráfica 8  
Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje  
Municipio de San Blas, 2010

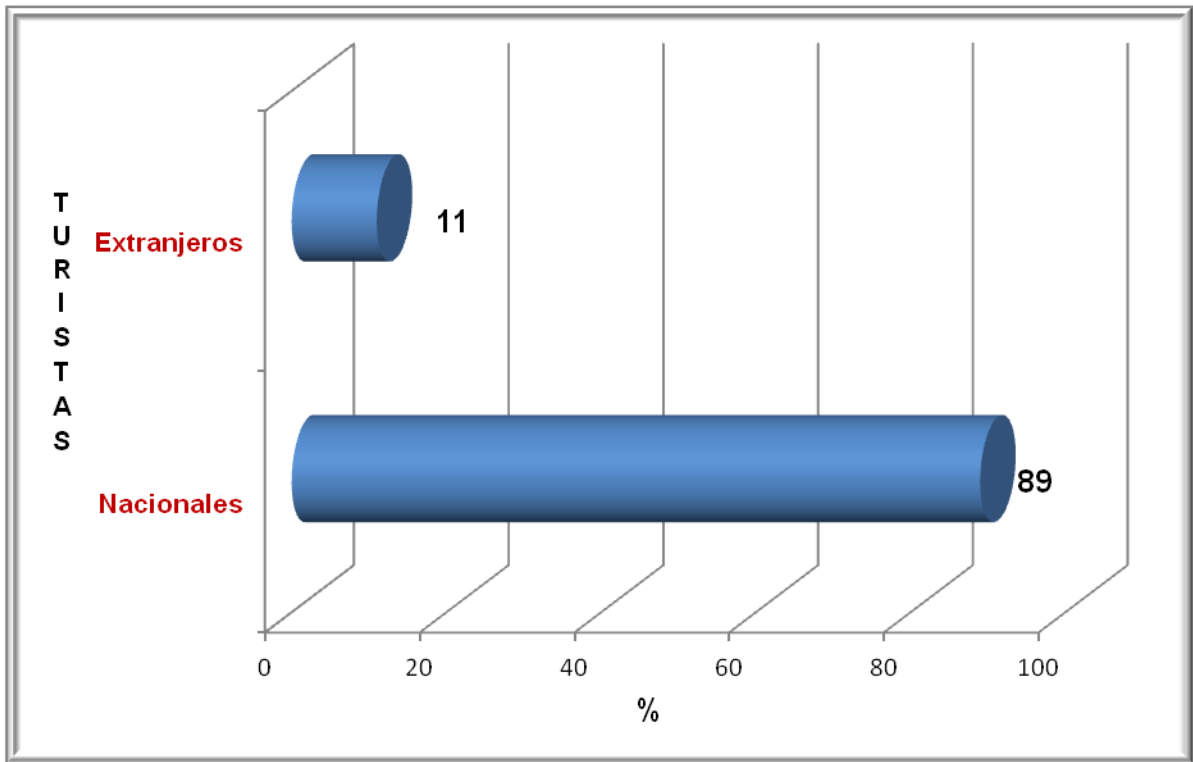


Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

En la gráfica 8 se puede observar que durante 2010, los turistas nacionales provenientes primordialmente del Norte del país; que visitaron el Municipio de San Blas fueron 112,832, un promedio de 9403 al mes aproximadamente y de 309 diariamente. Los 112,832 representan un 89% del total de turistas que visitan San Blas, como se puede ver en la gráfica 9.



Gráfica 9  
Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje  
Municipio de San Blas en porcentaje, 2010



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

En tanto San Blas recibió a 14,004 turistas extranjeros primordialmente de Estados Unidos y Europa, un promedio al mes de 1167 y de 38 turistas diariamente. Los 14,004 representan un 11% del total de turistas que visitan San Blas, como se puede ver en la gráfica 9.

Se espera en ambos casos que la afluencia de turistas nacionales e internacionales que visiten San Blas se incrementen los próximos años.

### **3.2.3 Comportamiento histórico de la demanda.**

En el cuadro 3 se muestra la Afluencia de turistas nacionales y extranjeros de 2008 a 2010, cabe señalar que no se presenta información de años atrás a 2008, debido a que *los Anuarios Estadísticos del Estado de Nayarit del INEGI*, no contienen los datos del Municipio de San Blas en lo que se refiere a turistas nacionales y extranjeros para el año 2007 y los años anteriores a este. Por lo cual solo se juzgo conveniente presentar solo este periodo.

Cuadro 3  
Afluencia de turistas nacionales y extranjeros en el municipio de San Blas,  
Nayarit 2008-2010

<b>Año</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
<b>2005</b>	<b>98,656</b>	<b>14,770</b>	<b>113,728</b>
<b>2006</b>	<b>99,958</b>	<b>14,919</b>	<b>114,877</b>
<b>2007</b>	<b>103,049</b>	<b>15,381</b>	<b>118,430</b>
<b>2008</b>	<b>108,473</b>	<b>16,190</b>	<b>124,663</b>
<b>2009</b>	<b>96,744</b>	<b>13,236</b>	<b>109,980</b>
<b>2010</b>	<b>112,832</b>	<b>14,004</b>	<b>126,836</b>

Fuente: Anuarios estadísticos del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011, 2010, 2009.

En el mismo cuadro 3 se aprecia que hay una baja muy notoria de 2008 con 124,663 turistas en total a 2009 que baja a 109,980, la razón principal de este decrecimiento de **-11.77%**, es la situación que vivió nuestro país relacionada con la *Pandemia de Influenza* que se presentó en marzo y abril del 2009, en donde aparecen casos de la gripe A llamada H1N1, que se le conoce con varios nombres, esta nueva cepa viral es conocida como *gripe porcina* (nombre dado inicialmente), gripe norteamericana (propuesto por la Organización Mundial de la Salud Animal) y nueva gripe (propuesto por la Unión Europea), aunque después la llamaron los extranjeros con desprecio y racismo gripe mexicana, lo cierto es que como se llame esta gripe A (H1N1) afectó a la población del país y gran parte de las actividades económicas.

En el caso de la Industria Hotelera de todo el país esto fue muy grave ya que el gobierno federal obligó a cerrar este tipo de establecimientos por un tiempo que duró más de un mes, por ello hay una drástica caída de turistas nacionales y extranjeros. Para 2010 hay una recuperación de 15.32% con respecto a 2009.

Por otra parte, para determinar la demanda turística histórica del Municipio de San Blas se utilizaron los datos del Anuario Estadístico de Nayarit del 2011, estos son los siguientes:

**Cuadro 4**  
**Ocupación hotelera, estadía promedio, densidad por habitación en el municipio de San Blas, Nayarit 2010**

<b>Ocupación Hotelera</b>	<b>39.7% Anual</b>
<b>Densidad por habitación</b>	<b>2.5 Personas por habitación</b>
<b>Estadía promedio anual</b>	<b>2.1 Noches por turista</b>

Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

Como puede observarse en el cuadro 4, la ocupación hotelera para el Municipio de San Blas en el año 2010 es de 39.7%, a diferencia de Nuevo Vallarta que tiene 65.5%, Rincón de Guayabitos 57.9% y Tepic 37.1%. Aquí destaca Nuevo Vallarta pero hay que considerar que este Centro Turístico ya está en pleno desarrollo.

En lo que se refiere a estadía promedio anual se tiene 2.1 noches por turistas en San Blas, en tanto en Nuevo Vallarta se tiene 5.1, Rincón de Guayabitos 2.8 y Tepic 1.3 noches por turistas. La densidad por habitación se refiere principalmente al número de personas que caben en una habitación en promedio.

Para determinar el porcentaje de la ocupación hotelera se consulto la información proporcionada por el INEGI en su Anuario estadístico de Nayarit, INEGI, Edición México 2011, en donde se utiliza la fórmula siguiente:

$$\text{Porcentaje de ocupación hotelera} = \frac{\text{cuartos ocupados por turistas residentes en el país} + \text{cuartos ocupados por turistas no residentes en el país}}{\text{cuartos de hospedaje registrados x días del año}} \times 100$$

Para el caso de la estadía promedio también se consulto la información del INEGI con su publicación del Anuario estadístico de Nayarit, 2011, en donde se utiliza la formula siguiente:

$$\text{Estadía promedio} = \frac{\text{turistas noche residentes en el país} + \text{turistas noche no residentes en el país}}{\text{llegada turistas residentes en el país} + \text{llegada turistas no residentes en el país}}$$

Para la demanda turística histórica del Municipio de San Blas fue necesario llevar a cabo el siguiente cálculo: La afluencia anual (ver cuadro 3) se dividió entre la densidad por habitación ocupada promedio y el resultado se multiplico por la estancia promedio por turista de acuerdo a los datos obtenidos en los últimos tres años (2008-2010). Es decir, se tiene lo siguiente:

**Demanda = (afluencia/densidad) x estadía promedio.**

De acuerdo a los cálculos realizados, en el cuadro 5 se presentan los resultados de la demanda histórica para el **Municipio de San Blas 2005-2010.**

Cuadro 5  
Demanda de hospedaje histórica en el  
Municipio de San Blas, Nayarit 2010

Años	Demanda Histórica
2005	95,531
2006	96,496
2007	99,481
2008	104,717
2009	92,383
2010	106,542

Fuente: Estimaciones propias en base los Anuarios estadísticos de Nayarit, INEGI, Edición México 2011, 2010, 2009.

### **3.2 4 Comportamiento futuro de la demanda.**

La industria del hospedaje de nuestro país ha tenido un aumento importante en los últimos años. Sin embargo, su crecimiento dependerá de factores fundamentales, tales como:

- El crecimiento de la población, tanto a nivel nacional como a nivel internacional. La tasa media de crecimiento anual prevista para el periodo de proyección de la demanda (2011-2020) es de 4% a nivel nacional y de 6% a nivel internacional, todo ello conforme estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO).
- Del ingreso de la población objetivo (los clientes potenciales) tanto a nivel nacional como internacional, ya que no todos los niveles de ingresos destinan la misma proporción al gasto de esparcimiento y turismo.
- De los programas de fomento del gobierno de Nayarit que tiendan a alentar al turista nacional e internacional a visitar Nayarit, la Riviera Nayarita y desde luego el Municipio de San Blas.

Para proyectar la demanda futura del municipio de San Blas se procedió en primer término a determinar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, considerando una tasa de crecimiento media anual de 4% para nacionales y 6% para extranjeros. Los resultados obtenidos *se muestran el cuadro 6.*

**Cuadro 6**  
**Proyección de la afluencia turística del municipio de San Blas 2011-2020**

<b>Año</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
<b>2011</b>	<b>117,345</b>	<b>14,844</b>	<b>132,189</b>
<b>2012</b>	<b>122,039</b>	<b>15,735</b>	<b>137,774</b>
<b>2013</b>	<b>126,921</b>	<b>16,679</b>	<b>143,600</b>
<b>2014</b>	<b>131,997</b>	<b>17,680</b>	<b>149,677</b>
<b>2015</b>	<b>137,277</b>	<b>18,740</b>	<b>156,017</b>
<b>2016</b>	<b>142,768</b>	<b>19,865</b>	<b>162,633</b>
<b>2017</b>	<b>148,479</b>	<b>21,057</b>	<b>169,536</b>
<b>2018</b>	<b>154,418</b>	<b>22,320</b>	<b>176,738</b>
<b>2019</b>	<b>160,595</b>	<b>23,659</b>	<b>184,254</b>
<b>2020</b>	<b>167,018</b>	<b>25,079</b>	<b>192,097</b>

Fuente: Estimaciones propias en base al cuadro No.3.

Una vez determinada la afluencia turística para el Municipio de San Blas 2011-2020 se procedió a aplicar la formula antes señalada para determinar la demanda histórica, los resultados se presentan el cuadro 7, estos son:

Cuadro 7  
Demanda de hospedaje futura del municipio  
de San Blas 2011-2020

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
<b>2011</b>	<b>111,030</b>
<b>2012</b>	<b>115,730</b>
<b>2013</b>	<b>120,624</b>
<b>2014</b>	<b>125,729</b>
<b>2015</b>	<b>131,054</b>
<b>2016</b>	<b>136,612</b>
<b>2017</b>	<b>142,410</b>
<b>2018</b>	<b>148,460</b>
<b>2019</b>	<b>154,773</b>
<b>2020</b>	<b>161,361</b>

Fuente: Estimaciones propias en base al cuadro No.6.

Como puede observarse en el cuadro 7 en el año 2013 la demanda de turistas en el municipio de San Blas será de 120,624; en el 2016 de 136,612 y en el 2020 llegará a 161,361 turistas nacionales e internacionales que visitarán el Municipio de San Blas.

### **3.2 Análisis de la Oferta.**

Antes de iniciar el estudio de la oferta es conveniente definir a qué se refiere este concepto. Oferta es:

*“Es cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (27)*

### **3.2.1 Tipo de Oferta.**

La oferta hotelera en México y Nayarit se puede considerar oferta competitiva o de mercado libre, porque existen muchos productores en el mercado de servicios de alojamiento, en sus diferentes categorías. Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos señala lo siguiente:

*“En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo bien o servicio, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor” (28).*

### **3.2.2 Establecimientos por Tipos de Alojamiento.**

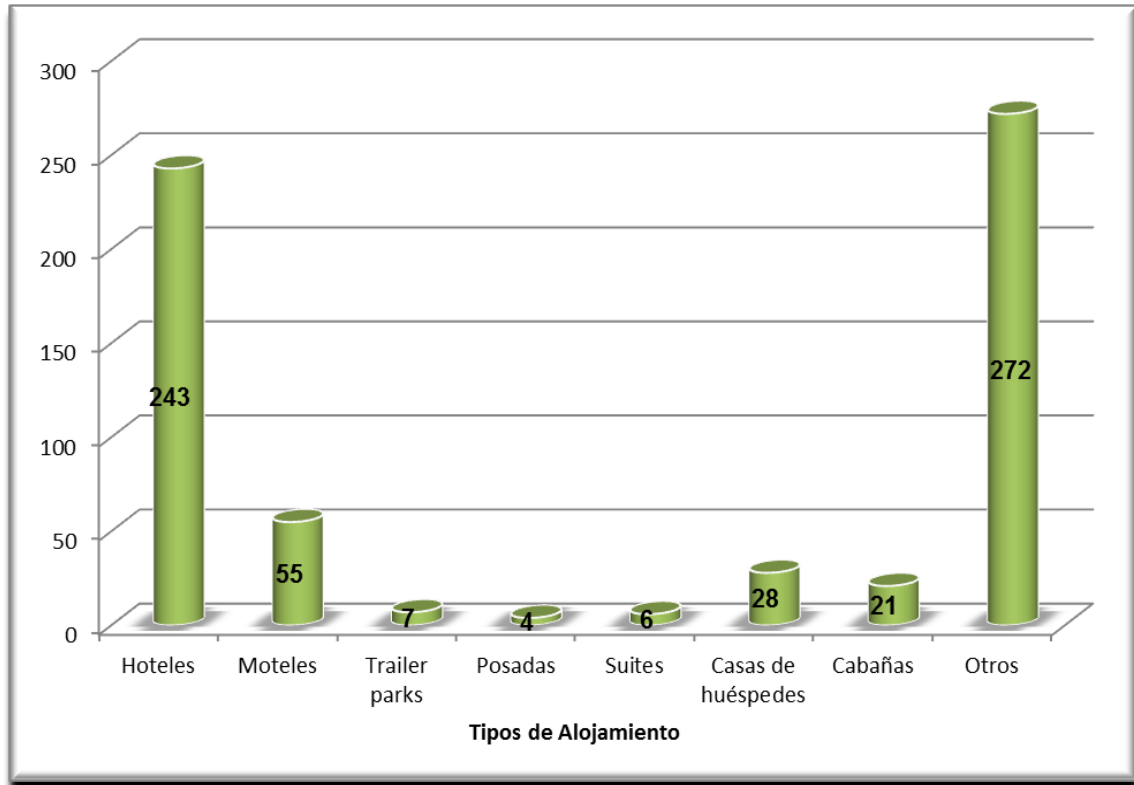
Al 31 de diciembre del 2010, de acuerdo al Anuario Estadístico del Estado, Nayarit tiene registrados 636 establecimientos de hospedaje, de los cuales 243 son hoteles, 55 Moteles, 7 casas de huéspedes, 4 cabañas, 6 suites, 28 posadas, 21 tráiler parks y 272 otros (comprende: establecimientos de clase económica, apartamentos, bungalows, campamentos, condominios, cuartos amueblados, haciendas y villas), como puede observarse en la gráfica 6. *Los Hoteles representan el 38.2% del total de los tipos de hospedaje en Nayarit.*

(27) *Ibíd.* P. 41.

(28) *Ibíd.* P. 42.



**Gráfica 6**  
**Establecimientos de hospedaje Nayarit, 2010**  
**Por tipo de alojamiento**



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

De los 636 establecimientos de hospedaje registrados en Nayarit, el municipio de Compostela cuenta con 230, es decir, un 36.2% del total. En tanto en Municipio de Bahía de Banderas tiene 187, con un 29.4%, la capital del Estado Tepic con 85, que representan el 13.3% y finalmente el municipio de San Blas con 40 establecimientos de hospedaje que representan un 6.3% dentro del total del Estado.

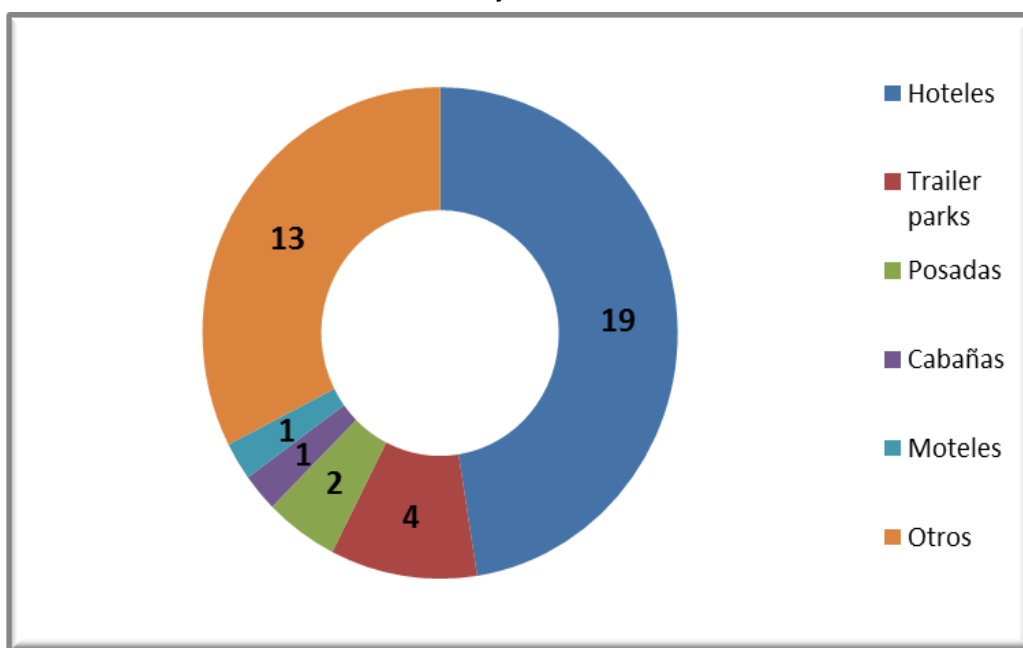
Es importante comentar que aún se puede considerar que existen pocos establecimientos de Hospedaje en Nayarit, pero el Gobierno del Estado espera un crecimiento importante con el desarrollo de la Riviera Nayarita.

Con respecto al Municipio de San Blas tiene registrados 40 establecimientos de hospedaje en 2010, de los cuales 19 son hoteles, 1 Motel, 1 cabaña, 2 posadas, 4 tráiler parks y 13 otros (comprende: establecimientos de clase

económica, apartamentos, bungalows, campamentos, condominios, cuartos amueblados, haciendas y villas), como puede observarse en la gráfica No.7. Los hoteles representan el 47.5% del total de los tipos de hospedaje en el municipio de San Blas y otros tipos de hospedaje representan 32.5%. Cabe mencionar que en Nayarit la modalidad de hospedaje de tráiler parks es muy común, muy al estilo de nuestro país vecino E.U.A. (ver gráfica 7).

Es evidente que aún existen pocos establecimientos de hospedaje en el Municipio de San Blas, por ello surge la oportunidad de instalar un Hotel Boutique en esta zona.

Gráfica 7  
Establecimientos de hospedaje municipio de San Blas, 2010, por tipo de alojamiento



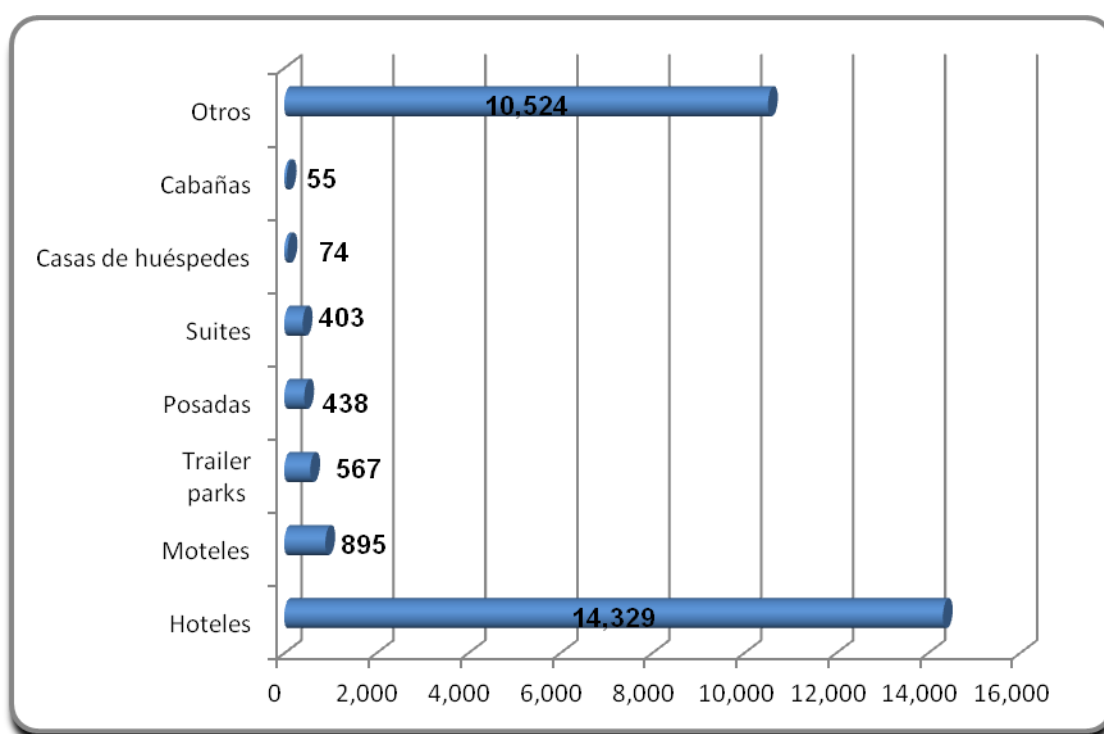
Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

### ***Cuartos por tipos de Alojamiento.***

En lo que se refiere a cuartos y unidades de hospedaje registrados al 2010, Nayarit cuenta con 14,329 en Hoteles, 895 en Moteles, 567 Tráiler Parks, 438 Posadas, 403 Suites, 74 Casas de Huéspedes, 55 cabañas y 10,524 otros; dando un total de 27,285 (ver gráfica 8).

Dentro de estos 27,285 cuartos y unidades de hospedaje, el municipio de San Blas participa con 787, es decir, un 2.88%; el municipio de Bahía de Banderas con 17,944, un 65.7%; el municipio de Compostela con 4,262, un 15.6%; y Tepic, la capital del Estado con 2,600, un 9.5%, entre los municipios más destacables. Hay que señalar que Bahía de Banderas forma parte de la Riviera Nayarita y es un municipio en pleno crecimiento en lo que se refiere a la actividad turística, porque ello se concentran ahí la gran mayoría de cuartos y unidades de hospedaje del Estado.

Gráfica 8  
Cuartos registrados en Nayarit 2010  
Por tipo de alojamiento



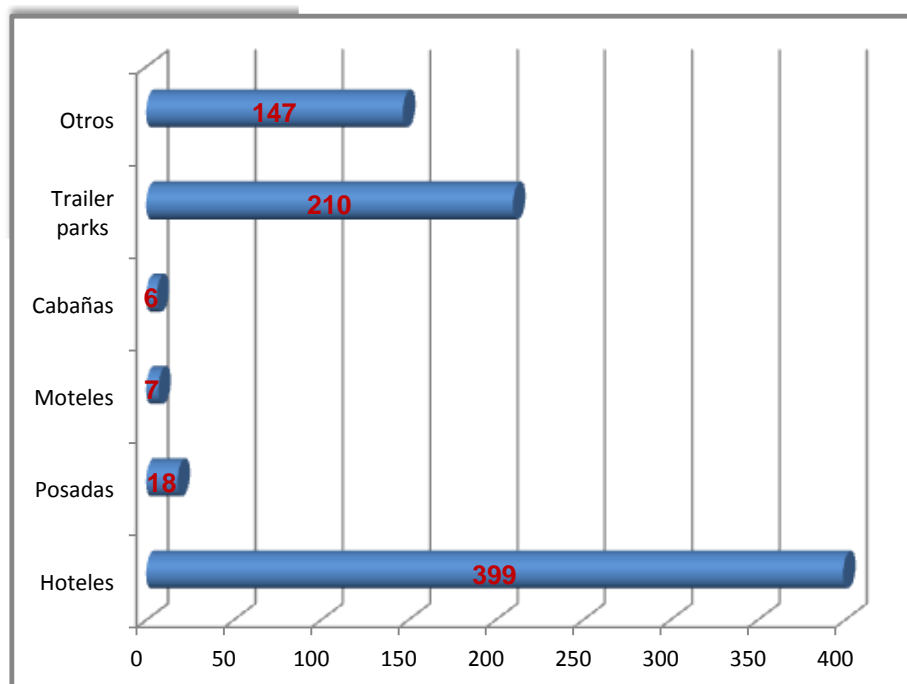
Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

En la gráfica 9 se presenta los cuartos y unidades de hospedaje registrados al 2010 en el Municipio de San Blas, en donde se puede observar que se cuentan con 399 en Hoteles, 210 tráiler parks, 18 posadas, 7 moteles, 6 cabañas y otros 147, dando un total de 787 cuartos disponibles.

Se puede entrever que aún existen pocos cuartos y unidades de hospedaje, de acuerdo al desarrollo que se espera del municipio de San Blas, por lo que

existe una gran oportunidad para los inversionistas privados de instalar nuevos sitios de alojamiento y también para los restauranteros.

Gráfica 9  
Cuartos registrados en el municipio de San Blas 2010  
por tipo de alojamiento

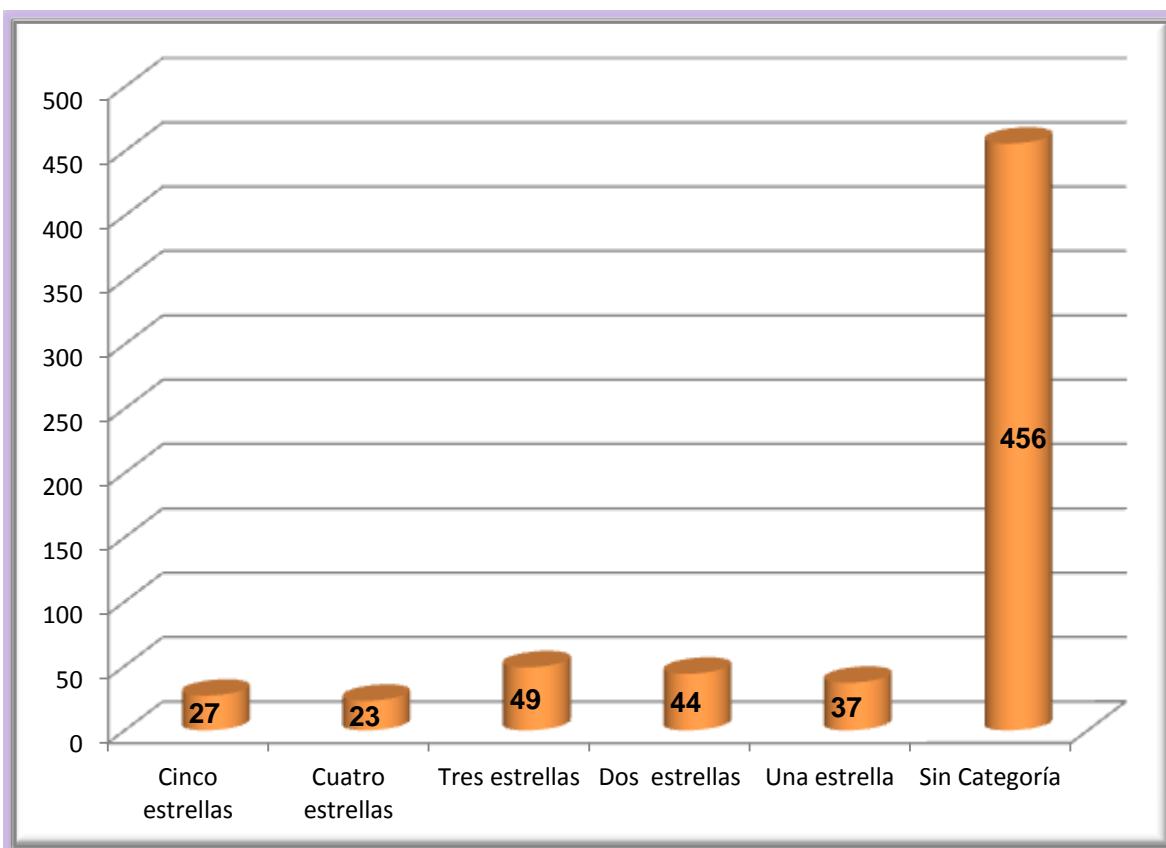


Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

### **3.2.3 Tipos de Alojamiento por Categoría Turística.**

Nuestro siguiente análisis es por categoría turística en Nayarit al 2010, en la gráfica 10 se puede observar que existen 27 establecimientos de cinco estrellas, que representan un 4.24% del total; hay 23 cuatro estrellas con un 3.6%, 49 establecimientos de tres estrellas que representan el 7.70%; 44 de dos estrellas con un 6.9%; 37 establecimientos de hospedaje de una estrella con 5.8% y la mayor cantidad con 456 sin categoría y representan el 71.7% del total de establecimientos de hospedaje en Nayarit.

Gráfica 10  
 Establecimientos de hospedaje en Nayarit 2010  
 por categoría turística



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

Este 71.7% de establecimientos sin categoría se refiere como ya se ha mencionado a establecimientos de clase económica, apartamentos, bungalows, cabañas, campamentos, casas de huéspedes, condominios, cuartos amueblados, haciendas, hoteles, moteles, posadas, suites, tráiler parks y villas.

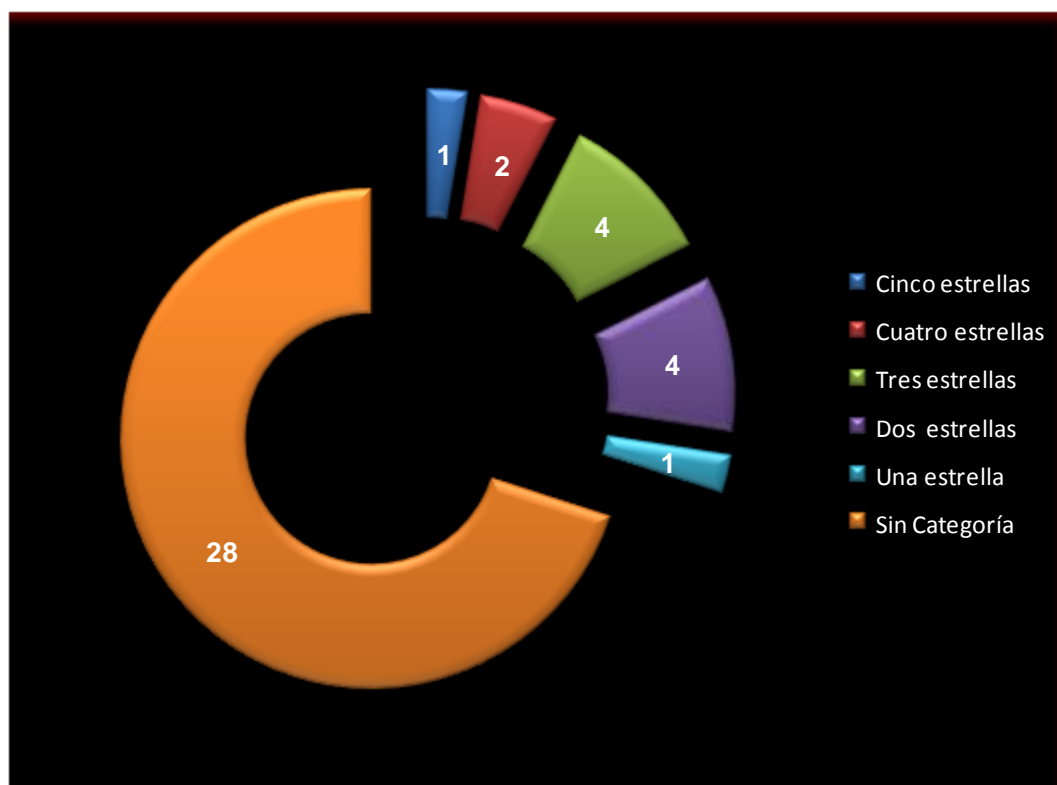
Este análisis también nos arroja que en Nayarit existen una gran cantidad de micro, pequeños y medianos empresarios hoteleros, que hasta el momento son los que sostienen en gran parte la demanda de turistas nacionales e internacionales que llegan a Nayarit. Sin embargo, el Hotel Boutique el Puerto de San Blas representará una de las mejores alternativas de hospedaje en Nayarit. Cabe señalar que de los 27 establecimientos de hospedaje de Cinco Estrellas que están registrados en Nayarit, 19 se ubican en el municipio de Bahía de Banderas, representando un 70.3%; dos en el municipio de Compostela y dos en la capital de Tepic, otros dos en el municipio de Santa

María el Oro, uno en Jala y el último en San Blas. Este análisis nos lleva a decir, que las posibilidades de inversión son grandes ante el descubrimiento de la Riviera Nayarita. En la gráfica 11 se puede observar el número de establecimientos por categoría turística en el municipio de San Blas, al 2010 se tienen registrados uno de cinco estrellas, dos de cuatro estrellas, cuatro de tres estrellas, cuatro de dos estrellas, uno de una estrella y 28 sin categoría (ver gráfica 11), para un total de 40 establecimientos de hospedaje, como ya se ha mencionado anteriormente. No olvidar que los establecimientos sin categoría son los que prevalecen en el municipio de San Blas hasta este momento.

Cabe destacar que actualmente están en construcción en San Blas una marina de 75 espacios, un muelle flotante, una marina seca, un muelle de combustible, todo como parte de la inversión pública que está llevando a cabo en este momento el Gobierno de Nayarit, con su gobernador Roberto Sandoval Castañeda, que tiene desde septiembre del 2011 asumiendo este cargo.

Gráfica 11

Establecimientos de hospedaje en el municipio de San Blas 2010, por categoría turística

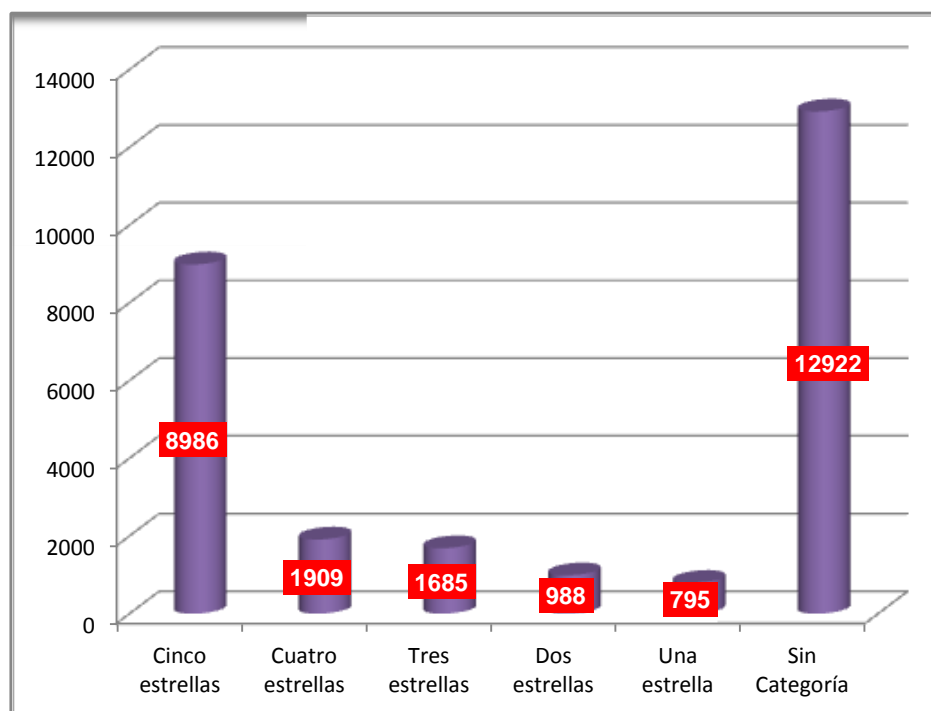


Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

A continuación en la gráfica 12 se aprecia el número de cuartos y unidades de hospedaje en Nayarit, se desprende de esta gráfica que hay registrados 8,986 en categoría cinco estrellas, representando el 32.9% del total, el siguen 1,909 de cuatro estrellas con un 6.99%; tres estrellas con 1685 y una participación dentro del total de 6.17%; dos estrellas 988 con 3.62%; una estrella con 795 cuartos y representa un 2.91%; y, sin categoría 12,922 cuartos con una participación de 47.35% (veáse gráfica 11).

A pesar que solo existen en Nayarit 27 establecimientos de hospedaje, los mismos tienen 8,986 cuartos disponibles para los turistas nacionales e internacionales. Cabe mencionar que el municipio de Bahía de Banderas cuenta con 8535 cuartos, Tepic 326, Santa María el Oro 58, Compostela tiene 30 cuartos, el municipio de San Blas 20 y Jala 17.

Gráfica 12  
Cuartos y unidades de hospedaje en Nayarit 2010, por categoría turística

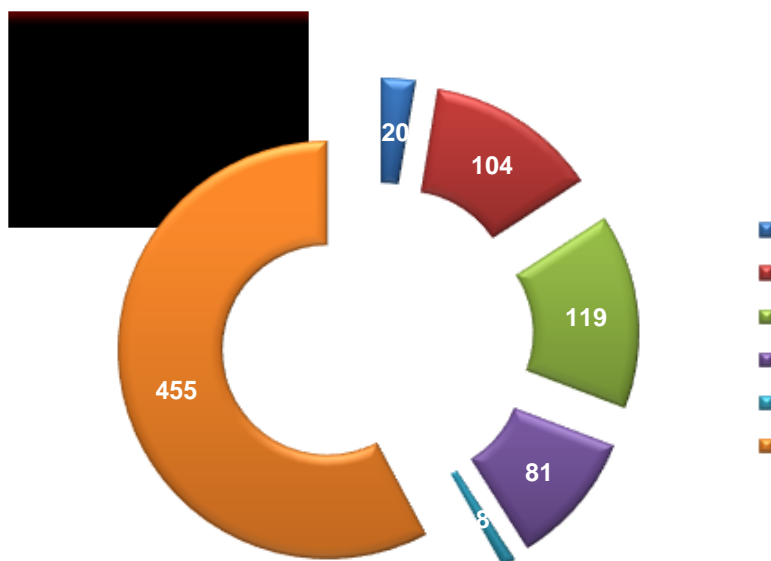


Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.

En la gráfica 13 se puede observar el número de cuartos y unidades de hospedaje en el Municipio de San Blas, este cuenta con 20 de categoría cinco estrellas, recordando que solo existe actualmente un hotel de estas características. Por otra parte, la categoría cuatro estrellas cuenta con 104 cuartos, la tres estrellas 119, la dos estrellas 81, una estrella 8 y sin categoría tiene la cantidad de 455, que representa el 57.8%. Esto nos señala que el fuerte de alojamiento esta en esta categoría y que es ofertado por micro y pequeños empresarios hoteleros, que aprovechan la belleza del municipio de San Blas para tener una oportunidad de negocio.

Para efectos de esta investigación solo se consideran como competidores directos del nuevo Hotel Boutique El Puerto de San Blas a los hoteles de cinco estrellas y cuatro estrellas principalmente ubicados en este municipio.

Gráfica 13  
Cuartos y unidades de hospedaje en Nayarit 2010, por categoría turística



Fuente: Anuario estadístico del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011.



### **3.2.4 Competencia Directa y Localización de los competidores.**

Dentro de la investigación realizada para esta tesina se encontró que en Nayarit y en particular en la Riviera de Nayarit existen ocho Hoteles Boutique, estos son los siguientes:

- Costa Azul Adventure Resort, ubicada en San Francisco.
- Hacienda Flamingos, ubicado en el municipio de San Blas.
- Hotel Cinco ubicado en Punta de Mita
- Hotel Garza Canela, ubicado en el municipio de San Blas.
- Imanta Resort Punta de Mita, ubicado en Litibu.
- Marina Banderas, ubicada en Nuevo Vallarta.
- Villa Bella ubicado en La Cruz de Huanacastle
- Villa Corona del Mar ubicado en Guayabitos.

Para fines de esta tesina se considero conveniente únicamente investigar a los competidores directos ubicados en el Municipio de San Blas, los hoteles Boutique son: Hacienda Flamingos y Hotel Garza Canela, a continuación se verá algunas de sus características y localización de estos dos hoteles.

#### ***Hotel Garza Canela***

Este hotel boutique fue inaugurado en 1970, actualmente cuenta con 50 habitaciones, está ubicado a 2 y media horas del aeropuerto de Puerto Vallarta, y a una hora del aeropuerto de Tepic, la Capital del Estado. Garza Canela esta a cinco minutos de distancia caminando de la playa del Puerto, con 2 km de suave arena y posibilidades para surfear. Su ubicación exacta es: Paredes No. 106 Sur, San Blas, Nayarit, México 63740. *En la imagen 6 se puede apreciar la entrada a este Hotel.*

Imagen 6  
Hotel Garza Canela



Fuente: [www.rivieranayarit.com.mx](http://www.rivieranayarit.com.mx).

El Hotel cuenta con *50 habitaciones y suites todas con:*

- Aire acondicionado y ventilador.
- T.V. vía satélite.
- Caja de seguridad.
- 5 suites: King size.
- 1 suite: dos recámaras.
- 44 habitaciones: doble/doble .
- Restaurant-Bar "El Delfín".
- Alberca y chapoteadero.
- Estacionamiento interior.
- Espaciosos jardines.
- Boutique de Artesanías.
- Salón de juntas y eventos.
- Agencia de viajes.
- Servicio médico 24 hrs.
- Lavandería.
- Servicio de niñeras.

El Hotel Garza Canela esta ya bien posicionado en el Municipio de San Blas y se considera uno de los de más categoría, gracias ha su estrategia y a su excelente mantenimiento en fachada e interiores que pocos creerían que cuenta con más de 40 años por ello es indudablemente la competencia directa del nuevo Hotel El Puerto de San Blas.

### ***Hacienda Flamingos***

El Hotel Hacienda Flamingos es un Hotel Categoría Especial que se encuentra en una Gran Casona llena de Historia que originalmente fue construida en 1880. Originalmente abrió en 1950 como Hotel Flamingos, ahora se encuentra totalmente renovado y reestructurado, siendo reinaugurado en 1999.

Se ubica a 69 Km al oeste de Tepic, Nayarit, aproximadamente a hora y media del aeropuerto de la ciudad. También se encuentra a 169 Km al norte de Puerto Vallarta, Jalisco, a dos horas y media del aeropuerto internacional de esta ciudad y a 280 Km al sur de Mazatlán, Sinaloa, a cuatro horas del aeropuerto Mazatleco. Su localización exacta es: *Domicilio Calle Juárez No. 105 Poniente San Blas, Nayarit, México 63740.*

Actualmente cuenta con *19 Habitaciones y una Suite.* En la imagen 7 se puede apreciar el patio central del Hotel Flamingos.

Imagen 7  
Hotel Hacienda Flamingos



Fuente: [www.rivieranayarit.com.mx](http://www.rivieranayarit.com.mx).

Algunos de los servicios e instalaciones del Hotel Hacienda Flamingos son:

- Alberca y chapoteadero.
- Mini Gimnasio.
- Salón para reuniones de trabajo y pequeños eventos especiales.
- Capilla.
- Accesibilidad para silla de ruedas y 1 habitación para discapacitados.
- Estacionamiento sin costo.
- Acceso a Internet Inalámbrico sin costo.
- Centro de Negocios.
- Amplia selección de películas DVD como cortesía.
- Servicio de Lavandería.
- Caja fuerte en recepción.
- Cunas a solicitud.
- Certificados de regalo para obsequiar a sus seres queridos.

Por todo lo señalado anteriormente, se considera al Hotel Hacienda Flamingos como un competidor directo del nuevo Hotel El Puerto de San Blas.

### ***3.2.5 Comportamiento histórico de la oferta.***

Para determinar el comportamiento histórico de la oferta de hospedaje del Municipio de San Blas, se considero a los Hoteles de cinco estrellas y cuatro estrellas en lo que se refiere a número de cuartos y unidades de hospedaje, que para efectos de esta investigación se consideran actualmente la competencia directa que tendrá el nuevo Hotel Boutique el Puerto de San Blas. En el cuadro 3 se puede observar que la oferta en número de cuartos ha permanecido constante en los años 2008, 2009 y 2010 (véase cuadro 3). Para determinar la oferta histórica se multiplico *el total de habitaciones de cinco y cuatro estrellas por 365 días del año*, como se puede observar en los tres años en estudio la oferta es de 45,260 habitaciones.

Cuadro 3  
Cuartos y unidades de hospedaje en San Blas 2008 - 2010  
cinco y cuatro estrellas.

Año	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Total Hab.	Oferta Histórica (habitaciones)
2008	20	104	124	45,260
2009	20	104	124	45,260
2010	20	104	124	45,260

Fuente: Anuarios estadísticos del Estado de Nayarit, INEGI, Edición México 2011, 2010, 2009.

### **3.2.6 Comportamiento futuro de la oferta.**

Para determinar el comportamiento futuro de la oferta hotelera del municipio de San Blas, considerando solo hoteles de categoría cinco y cuatro estrellas, se procedió a proyectar tomando en cuenta una *tasa media de crecimiento anual de 3.3%* conforme a datos de la *Confederación Nacional Turística* y después de determinar el número de habitaciones de 2011 a 2020, se multiplico el resultado obtenido para cada año por los 365 días del año y así tener la oferta futura para los próximos diez años.

Cuadro 8  
Oferta proyectada para San Blas  
para hoteles cinco y cuatro estrellas 2011-2020

<b>Año</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
<b>2011</b>	<b>128</b>	<b>46,631</b>
<b>2012</b>	<b>131</b>	<b>47,760</b>
<b>2013</b>	<b>135</b>	<b>49,264</b>
<b>2014</b>	<b>139</b>	<b>50,768</b>
<b>2015</b>	<b>143</b>	<b>52,272</b>
<b>2016</b>	<b>147</b>	<b>53,777</b>
<b>2017</b>	<b>151</b>	<b>55,281</b>
<b>2018</b>	<b>156</b>	<b>56,785</b>
<b>2019</b>	<b>161</b>	<b>58,665</b>
<b>2020</b>	<b>166</b>	<b>60,546</b>

Fuente: Estimaciones propias con base a los Anuarios estadísticos de Nayarit, INEGI, Edición México 2011

Con esto se da por terminado el apartado de Análisis de la Oferta, cabe señalar que la información estimada de la oferta futura se utilizará más adelante para determinar el balance entre la oferta y demanda del municipio.

### 3.3 Demanda Potencial Insatisfecha.

“Demanda Potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” (29).

Cuadro 9  
Balance oferta - demanda para San Blas  
2011-2020

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Déficit</b>
2011	111,039	46,631	64,408
2012	115,730	47,760	67,970
2013	120,624	49,264	71,360
2014	125,729	50,768	74,961
2015	131,054	52,272	78,782
2016	136,612	53,777	82,835
2017	142,410	55,281	87,129
2018	148,460	56,785	91,675
2019	154,773	58,665	96,108
2020	161,361	60,546	100,815

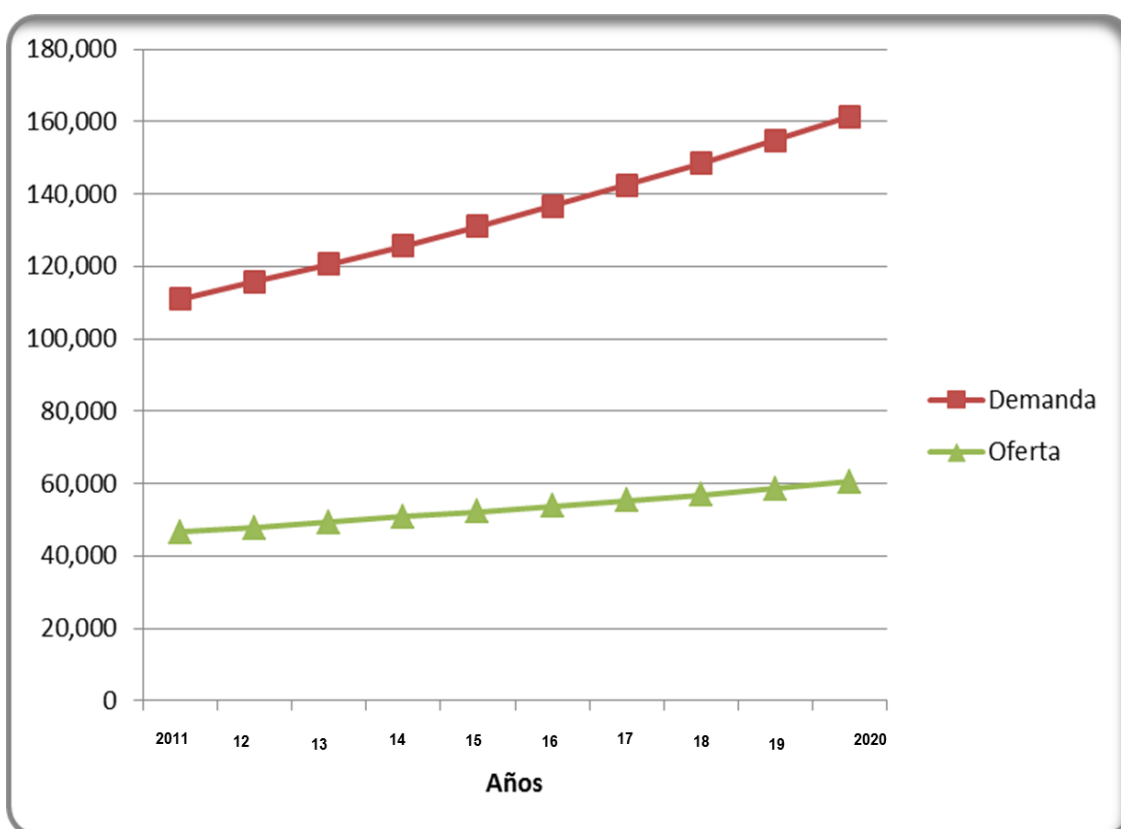
Fuente: Elaborado con base en información estadística de los cuadros 7 y 8

En el cuadro 9 se presenta el Balance Oferta – Demanda en el Municipio de San Blas para el periodo 2011-2020, en donde aparece la brecha entre la oferta y la demanda de hospedaje señalando la existencia de una demanda insatisfecha del servicio hotelero en el Municipio de San Blas.

(29) *Ibíd.* P. 43.

Al analizar el cuadro 9 se puede apreciar que la oferta muestra una rigidez en comparación con la demanda, lo que hace una brecha esperada entre oferta y demanda se incrementa hasta llegar a 100,815 en el año 2020. La brecha entre oferta y demanda se puede apreciar con plena claridad en la gráfica No. 14, que inicia en el año 2011 y termina este análisis en el año 2020, que son los diez años proyectados en esta investigación.

Gráfica 14  
Brecha oferta – demanda en el Municipio de San Blas proyectado durante el periodo 2011-2020.



Fuente: Elaborado con base en información estadística del cuadro 9

### 3.3.1 Pronóstico de ventas.

Como ya se ha presentado, existe una demanda insatisfecha de habitaciones de hoteles de categoría especial, de cinco y cuatro estrellas en municipio de San Blas. Sin embargo, hay que aclarar que El Puerto de San Blas no cubrirá toda esa demanda, sino solamente una parte de está.



Para definir el pronóstico de ventas del nuevo Hotel Boutique El Puerto de San Blas se considero la capacidad instalada que tendrá este establecimiento de hospedaje, que será de 50 cuartos por 365 días al año, da un total de 18,250 cuartos al año, en su máxima capacidad. Pero, hay que recordar que se tiene un objetivo de tener una ocupación de 75% al año con ello se tendrán 13,688 cuartos disponibles para ser ofertados. Siempre considerando las temporadas altas y bajas que cada enfrenta la Industria Hotelera de nuestro país.

Considerando lo señalado anteriormente, se estima que el Hotel Boutique El Puerto de San Blas pueda cubrir el *21% del déficit* que presenta el cuadro 9 para todos los años. Cabe mencionar, que aunque son varios los servicios que ofrecerá el nuevo hotel, el pronóstico de ventas se calculó exclusivamente para el hospedaje, teniendo en cuenta que los demás servicios son una derivación de este.

*En el cuadro 10* se presenta el pronóstico de ventas que cubrirá el nuevo hotel. Se puede observar en el pronóstico de ventas, que el mismo tiene un crecimiento continuo desde 2011 hasta 2020. Se espera que en cinco años el nuevo Hotel Boutique sea el líder del mercado en el Municipio de San Blas y que sea la mejor opción para turistas nacionales e internacionales.

Cuadro 10  
Pronóstico de ventas para el Municipio de San Blas  
2011-2020

<b>Año</b>	<b>Personas-Días-Estancia</b>
<b>2011</b>	<b>13,526</b>
<b>2012</b>	<b>14,274</b>
<b>2013</b>	<b>14,986</b>
<b>2014</b>	<b>15,742</b>
<b>2015</b>	<b>16,544</b>
<b>2016</b>	<b>17,395</b>
<b>2017</b>	<b>18,297</b>
<b>2018</b>	<b>19,252</b>
<b>2019</b>	<b>20,183</b>
<b>2020</b>	<b>21,171</b>

Fuente: Estimaciones propias en base al Cuadro 9.

Es importante volver a mencionar que el Hotel Boutique El Puerto de San Blas tendrá 45 habitaciones dobles, cinco habitaciones triples y cinco suites, dos de ellas para dolo dos personas y tres suites para cuatro personas.

Para el caso del Restaurante Bar Playa los Cocos se tendrá una capacidad instalada de 80 sillas y 20 mesas para atender en promedio a 300 comensales diarios en los tres turnos.

## **Capítulo 4. Análisis de precios y comercialización.**

### **4.1 Análisis de Precios.**

*“Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (29).*

#### **4.1.1 Objetivos de los precios.**

Los objetivos de los precios del Hotel Boutique el Puerto de San Blas serán:

- Lograr la tasa de retorno sobre la inversión. En este caso se tratará de que los precios de los servicios del Hotel recuperen la inversión inicial hecha para la puesta en marcha de este nuevo proyecto de inversión.
- Se busca también que con los precios de los servicios del nuevo Hotel se puedan maximizar las utilidades del mismo, esencialmente también lograr un buen margen de utilidad.
- Se busca también como objetivo en la asignación de precios enfrentar a la competencia de los hoteles de categoría especial y cinco estrellas que actualmente se encuentran en el Municipio de San Blas.
- Finalmente se busca que los precios de los servicios del nuevo hotel puedan hacer que el mismo pueda penetrar el mercado en Nayarit, considerando que este es un nuevo hotel en el municipio.

#### **4.1.2 Tipos de precios.**

Considerando que El Puerto de San Blas recibirá tanto a turistas nacionales como extranjeros, se tendrán precios a nivel nacional e internacional. A nivel nacional los precios del Hotel Boutique estarán vigentes en todo el país y a nivel internacional dependerá de los convenios realizados con agencias

(29) Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. Editorial: Mc Graw Hill, Sexta edición, México, 2010. P. 45.

turísticas principalmente. Cabe mencionar que para efectos de esta investigación se señalarán únicamente los precios de las habitaciones por ser el servicio principal que se ofrecerá.

#### **4.1.3 Políticas de precios.**

Las políticas de precios que establecerá el Hotel El Puerto de San Blas será en el primer año de operaciones de penetración que consiste en precios más bajos que sus competidores. Sin embargo, del año dos al cinco la política será siguiendo al competidor, se refiere a salir al mercado con precios idénticos a la competencia. Finalmente se espera que la política de precios de El Puerto de San Blas para el año sexto en adelante será de liderazgo en el precio, en donde el nuevo Hotel Boutique fijará los precios como líder del mercado.

En el cuadro 11 se presenta la tabla comparativa de precios para la temporada baja del nuevo Hotel Boutique con relación a sus principales competidores, en la actualidad son Hotel Garza Canela y Hotel Hacienda de Flamingos. Se puede observar que el Hotel El Puerto de San Blas seguirá la política de penetración como ya se menciona anteriormente, para el primer año de operaciones.

Cuadro 11  
Tabla comparativa de precios 2012  
Temporada baja  
Hoteles Garza Canela, Flamingos y Puerto de San Blas

<b>Precios temporada baja (Pesos)</b>			
<b>(Jun, Sept, Oct, Nov)</b>			
<b>TIPO DE HABITACIÓN</b>	<b>Garza Canela</b>	<b>Hacienda de Flamingos</b>	<b>Puerto de San Blas</b>
<b>Sencilla</b>	<b>760</b>	<b>970</b>	<b>850</b>
<b>Doble</b>	<b>960</b>	<b>970</b>	<b>920</b>
<b>Triple</b>	<b>1,205</b>	<b>1,230</b>	<b>1,200</b>
<b>Suite (2)</b>	<b>1,360</b>	<b>1,330</b>	<b>1,280</b>
<b>Suite (4)</b>	<b>2,082</b>	<b>1,610</b>	<b>1,900</b>

Fuente: Hotel Garza Canela, Hacienda de Flamingos y estimaciones propias.

#### **4.1.4 Tabla comparativa de precios en relación con la competencia.**

Los precios para la temporada alta que incluye enero, febrero, marzo, abril, mayo, julio, agosto y diciembre se presentan en el cuadro 12, hay que recordar que los Hoteles Garza Canela y Hacienda de Flamingos ya tienen tiempo en Municipio de San Blas y experiencia en el mercado, por lo que se consideran serios competidores, pero la estrategia del nuevo Hotel Boutique será ofrecer una variedad más amplia de servicios y más atractiva que incline las preferencias de los consumidores para el Puerto de San Blas.

Cuadro 12  
Tabla comparativa de precios 2012  
temporada alta  
Hoteles Garza Canela, Flamingos y Puerto de San Blas

<b>Precios Temporada Alta (Pesos)</b>			
<b>(Ene, Feb, Mar, Abr, May, Jul, Ago, Dic)</b>			
<b>TIPO DE HABITACIÓN</b>	<b>Garza Canela</b>	<b>Hacienda de Flamingos</b>	<b>Puerto de San Blas</b>
<b>Sencilla</b>	<b>942</b>	<b>1,250</b>	<b>1,150</b>
<b>Doble</b>	<b>1,212</b>	<b>1,380</b>	<b>1,200</b>
<b>Triple</b>	<b>1,536</b>	<b>1,580</b>	<b>1,450</b>
<b>Suite (2)</b>	<b>1,964</b>	<b>1,725</b>	<b>1,850</b>
<b>Suite (4)</b>	<b>2,498</b>	<b>2,015</b>	<b>2,250</b>

Fuente: Hotel Garza Canela, Hacienda de Flamingos y estimaciones propias.

## **4.2 Comercialización y Promoción.**

Para el caso de el Hotel Boutique el Puerto de San Blas hay que considerar en la parte de comercialización que esta será *una empresa de servicios*, por ello será importante hacer las diferencias con aquellas empresas industriales que producen un bien.

*“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (30).*

*“Un canal de distribución es la ruta que toma un bien o servicio para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esta trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista” (31).*

### **Algunas características que diferencia a un servicio de un bien**

Entre estas características se pueden mencionar las siguientes:

#### *Intangibilidad.*

Los servicios no pueden verse, degustarse, tocarse, oírse ni olerse antes de la compra.

#### *Imperdurabilidad*

El servicio es momentáneo, satisface la necesidad del consumidor y no requiere ser almacenado.

(30) *Ibíd.* P. 48.

(31) *Ibíd.* P. 49.

### *Variabilidad*

La calidad de los servicios depende de quién los presta, cuándo, dónde y cómo.

### *Inseparabilidad*

Los servicios no pueden separarse de sus proveedores, es decir; el servicio se produce y vende en el mismo establecimiento.

#### **4.2.1 Canales de distribución en el Sector Servicios.**

El canal de propiedad de la mayoría de los servicios es corto y muy sencillo por la característica de la inseparabilidad; esto es, el servicio no puede, por lo general, separarse de su productor.

No se han empleado intermediarios cuando el servicio no puede separarse del vendedor o cuando el servicio es creado y comercializado en forma simultánea.

En el esquema 1 se presenta el canal de distribución de consumo popular en el que se encontrará el Puerto de San Blas, en este canal uno de distribución no hay intermediarios debido a que es directo.

Diagrama 1

Canal de distribución para el Hotel Boutique el Puerto de San Blas

#### **Canal 1**



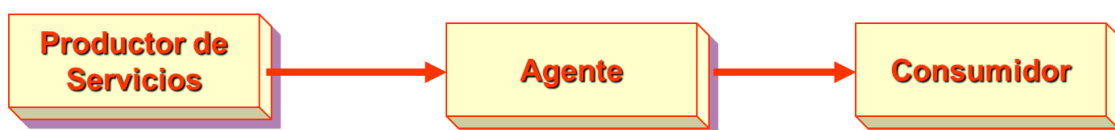
Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, hay que señalar que cuando los servicios del Hotel Boutique el Puerto de San Blas sean contratados a través de un agente intermediario como puede ser una agencia de viajes o una línea aérea previo convenio, se podrá

decir que se esta utilizando el canal dos de distribución de consumo popular, que incluye un intermediario, como puede observarse en el esquema No.2 que a continuación se presenta:

Diagrama 2  
Canal de distribución para el Hotel Boutique El Puerto de San Blas

**Canal 2**



Fuente: Elaboración propia.

**4.2.2 Promoción de Ventas.**

En principio hay que señalar que la promoción de ventas es la actividad de la mercadotecnia que tiene como finalidad estimular la venta de un bien o servicio en forma personal y directa a través de un proceso regular y planeado con resultados mediatos. Hay que resaltar que la inversión que se realice en promoción de ventas del Hotel Boutique El Puerto de San Blas tiene que funcionar muy rápidamente.

La promoción de ventas consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o la venta de un bien o servicio.

Mientras que la publicidad y las ventas personales ofrecen razones para comprar un bien o servicio, la promoción de ventas ofrece razones para comprar ahora.

La promoción de ventas que realizará el Hotel Boutique jugará un papel fundamental para dar a conocer este nuevo servicio en Nayarit. Para tal efecto se seguirán las estrategias siguientes de promoción de ventas:



- **Reducción de Precios.**

Este tipo de estrategia promocional ofrece a los consumidores un descuento de cierta cantidad de dinero sobre el precio regular del servicio. Para el caso del nuevo Hotel Boutique, se otorgarán descuentos preferenciales a Agencias de Viajes nacionales e internacionales previo acuerdo; así también a grupos de tipo turístico o empresarial en su caso. Estos descuentos pueden ir de un 15 a 30%, todo ello con la finalidad de dar a conocer El Puerto de San Blas, principalmente en los dos primeros años.

- **Ofertas.**

Las ofertas van ligadas a las reducciones de precios y son sinónimo de compras de dos o más productos al mismo tiempo con un precio especial. Esta estrategia promocional se realizará principalmente en la temporada baja hotelera con la finalidad de captar a clientes potenciales. Se establecerá la oferta familiar de niños gratis no pagan (en este caso hasta una edad de 10 años).

Como parte de las ofertas se ofrecerá a los clientes potenciales un paquete especial en donde después de cuatro noches de estancia, la quinta noche será gratis, esto tanto en temporada alta como en baja.

- **Paquetes Especiales.**

El Puerto de San Blas tendrá sus paquetes exclusivos entre ellos están, principalmente el paquete *todo incluido*, que contempla hospedaje, desayuno, comida y cena. También se tendrá el *plan europeo* en donde las tarifas no incluyen alimentos y bebidas. Y el último plan será el *plan americano*, que incluye hospedaje y un desayuno buffet.

- **Cupones.**

Para el caso del restaurante *Playa Los Cocos* se tendrán varias promociones, entre ellas se realizará toda una estrategia promocional de cupones, en donde se ofrecerán ofertas para consumo en el mismo Hotel Boutique, esta promoción principalmente tendrá una cobertura especial en Nayarit, pero posteriormente se realizarán acuerdos con las Agencias de Viajes a nivel nacional.

- ***Coctel de Bienvenida Gratis.***

Como parte de la estancia en el Hotel boutique El Puerto de San Blas, a todos los clientes a su llegada se les ofrecerá un coctel de bienvenida para agradecer su preferencia.

- ***Calendario Promocional.***

Como parte del Plan de Introducción al mercado, se llevará a cabo para el restaurante Playa Los Cocos se tendrá un calendario promocional, que estará de acuerdo a la temporada del año y a los días publicitarios como el día de la madre. Se tendrán platillos especiales a promover en el mes y paquetes promocionales. Con este calendario promocional también se busca fomentar la comida típica del estado, que cuenta con una gran tradición gastronómica. En el diagrama 3 se puede apreciar el calendario promocional que nuestra los días festivos en México.

- ***Tarjeta de Cliente Frecuente.***

Como parte de la estrategia promocional a mediano y largo plazo se pondrá en marcha la tarjeta de cliente frecuente que tendrá la finalidad de premiar a los clientes leales que visiten con frecuencia al Hotel otorgando puntos cada vez que se hospeden en el Hotel o utilicen algunos de los servicios del mismo, como puede ser, el restaurante, entre otros. Se premiará a los mismos con puntos que posteriormente pueden ser cambiados por una noche gratis de hospedaje, desayuno, comida ó cena gratis, bebidas gratis o uso de internet sin costo alguno. Esta promoción agresiva seguramente traerá el regreso frecuente de los clientes potenciales tanto nacionales como internacionales.

Diagrama 3  
 Calendario promocional restaurante playa los cocos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
P R O M O C I O N E S	DIA DE REYES	MES DEL AMOR Y LA AMISTAD	MES DE LA PRIMAVERA	MES DEL NIÑO	MES DE LA MADRE	MES DEL PADRE
	VACACIONES	DIA DE LA BANDERA		SEMANA SANTA	DIA DEL MAESTRO	
	MES A TRABAJAR					
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
P R O M O C I O N E S  D E L	VACACIONES	REGRESO A CLASES	MES PATRIO	DIA DE LA RAZA	HALLOWEEN / DIA DE MUERTOS	NAVIDAD
	VACACIONES				REVOLUCION MEXICANA	FIN DE AÑO

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.3 Publicidad.

La publicidad juega un papel determinante, principalmente la publicidad tiene como objetivos dar a conocer un bien ó servicio y pretender modificar la conducta del público ó consumidor, veamos ahora la siguiente definición:

*“Publicidad es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación, pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea” (32).*

(32) Fisher Laura y Espejo Jorge. *Mercadotecnia*. Editorial: Mc Graw Hill, Tercera Edición, 2006. P. 344.

La parte de la publicidad será fundamental para posicionar el Hotel boutique El Puerto de San Blas en la mente del consumidor, para ello se contemplan las estrategias siguientes:

- Elaboración de material publicitario, que incluye folletos y trípticos en donde se incluyen todos los servicios del hotel, sus tipos de habitaciones y sus paquetes especiales.
- Creación de la página del nuevo Hotel Boutique El Puerto de San Blas, en donde se incluye lo que es el Hotel, sus instalaciones y servicios, sus habitaciones, tarifas, galería de fotos y también sobre lo qué es el Municipio de San Blas y sus principales atractivos. La dirección en internet será: *www.puertosanblas.com.mx*.
- Con fin de dar a conocer el Hotel se solicitará al gobierno del Estado que se incluya en la página *www.rivieranayarit.com.mx*, al Puerto de San Blas, en la sección de Hoteles Boutique y desde luego también en la sección de Restaurantes.
- Como parte del Plan publicitario del nuevo Hotel se contratarán los servicios del principal canal de televisión de Nayarit para hacer anuncios comerciales del mismo, esta cobertura será principalmente regional.
- También se contratarán tres espacios para colocar publicidad exterior, específicamente espectaculares en zonas estratégicas, dos ubicadas en el Municipio de San Blas y una en Tepic Nayarit.
- Para el caso del restaurante *Playa Los Cocos* se realizarán volantes especiales que incluyan parte de los platillos que se ofrecen y las promociones del mes, dichos volantes tendrán una cobertura en el municipio de San Blas y cambiarán mensualmente.

#### **4.2.4 Relaciones Públicas.**

Las relaciones públicas es una función de la mercadotecnia y la administración que se ocupa de la información que generan las buenas relaciones entre la empresa y los grupos públicos interesados; estos grupos incluyen a clientes, prensa, proveedores, empleados, gobierno, asociaciones, cámaras, instituciones educativas, accionistas, bancos, comunidad local, grupos ecologistas y en general a todos aquellos que se encuentren directa o indirectamente relacionados con el ejercicio y funcionamiento de la empresa.

Hay que mencionar que el *Corporativo Nayarita S.A. de C.V.* dueño del Hotel El Puerto de San Blas, tendrá un área especial de Relaciones Públicas que se encargará de abrir espacios para el fomento del hotel en el gobierno, en la iniciativa privada y a nivel internacional.

Las relaciones públicas como estrategia promocional del El Puerto de San Blas serán fundamentales, entre éstas se pueden mencionar las siguientes:

- El nuevo hotel llevará a cabo convenios con el Gobierno del Estado de Nayarit para fomentar este nuevo establecimiento de Hospedaje en Nayarit y en el Municipio de San Blas.
- Se llevarán también acuerdos para el fomento de las vistas al nuevo hotel con las autoridades de la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal y del Gobierno Estatal.
- Se establecerán convenios con las principales agencias de viajes de todo el país.
- Asimismo, se llevará a cabo un convenio con la Asociación Mexicana de Agencias de Viaje A.C.
- Se llevarán convenios también con líneas aéreas, marítimas y líneas de autobuses de pasajeros.

- Finalmente se realizará toda una estrategia promocional para contactar a empresas privadas para que realicen sus convenciones y ferias en el nuevo hotel boutique.

## **Conclusiones y Recomendaciones.**

De acuerdo a la investigación realizada a lo largo de esta tesina, se concluye lo siguiente:

- 1.- En la actualidad Nayarit representa una buena alternativa para la inversión privada, especialmente el nuevo paraíso mexicano descubierto que es la Riviera Nayarita.
- 2.- El Municipio de San Blas forma parte de la Riviera Nayarita y reúne las características idóneas para la instalación de un Hotel Boutique, entre las que destacan están: sus maravillosas playas, sus lugares turísticos, sus centros históricos, su gastronomía, la práctica de deportes acuáticos y la calidez de sus habitantes.
- 3.- El Hotel El Puerto de San Blas estará preparado para enfrentar a los competidores ya instalados en este municipio y su principal forma de competir con ellos será su trato exclusivo, de buen gusto y refinado, así como sus políticas de servicio basadas en ofrecer a sus clientes un extraordinario servicio, que se pueden mencionar como distinguidos competitivos del mismo.
- 4.- Al realizar la investigación sobre la Industria del Hospedaje en México, se pudo descubrir que en los últimos años Nayarit presenta un notable crecimiento en establecimientos de hospedaje y número de cuartos, de acuerdo a datos presentados por la Confederación Nacional Turística y el INEGI.
- 5.- El Hotel Boutique El Puerto de San Blas ofrecerá una gama de servicios bastante amplia, que de ponerse en marcha representarán los más completos de todo el Estado.
- 6.- Por otra parte, de acuerdo al análisis de la demanda y de la oferta de hospedaje para el Municipio de San Blas, se puede concluir que es factible instalar este nuevo Hotel Boutique, porque a la largo de esta tesina se ha

demostrado que existe un amplio mercado potencial, como se detallo en las cifras presentadas en el Balance Oferta-Demanda. Con ello ***se comprueba la hipótesis inicialmente presentada en la introducción de esta investigación.***

7.- Se comprobó que existe un déficit de oferta en el Municipio de San Blas se servicios de hospedaje de categoría especial, cinco estrellas y cuatro estrellas.

8.- Conforme a las investigaciones del análisis de la oferta, los principales competidores del Hotel Boutique El Puerto de San Blas serán el Hotel Garza Canela y el Hotel Hacienda Flamingos. Por lo que se tendrá que mantener el nivel de calidad constante en todos los servicios e instalaciones para poder ser competitivos.

9.- Para poder competir en el mercado el Hotel Boutique El Puerto de San Blas iniciará con una política de precios de penetración por debajo de sus competidores, para que más adelante busque una política de liderazgo en el precio.

10.- Por otra parte, se puede concluir que el nuevo Hotel Boutique implementará una estrategia agresiva para introducirse en el mercado en lo que se refiere a una intensa promoción de ventas, una fuerte campaña de publicidad y relaciones públicas, todo con la finalidad de posicionarse rápidamente en el mercado y ser conocido por sus clientes potenciales.

11.- Para finalizar se debe comentar que se recomienda profundizar la investigación aquí presentada, llevando a cabo un estudio de factibilidad del plan de negocios y considerando los temas no vistos como son el estudio técnico del proyecto, el estudio financiero y la evaluación económica, financiera y social del mismo, con lo cuál se reforzará lo presentado en esta tesina.



## ***Bibliografía y Cibergrafía***

---

Alcaraz, Rafael. *El Emprendedor de éxito*.

Editorial: Mc Graw Hill, Cuarta edición, México, 2010.

Baca, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*.

Editorial: Mc Graw Hill, Sexta edición, México, 2010.

Borello, Antonio. *El Plan de Negocios*.

Editorial: Mc Graw Hill, Primera edición, Colombia, 2001.

Castañeda, Luis. *52 semanas de Servicio*.

Editado por José Zoroastro Núñez Carranza. Primera Edición, México, 1998.

Carlzon, Jan. *El Momento de la Verdad*.

Ediciones Díaz de Santos, S.A. México, 1991.

CEPAL-ONU, *Manual de proyectos de desarrollo económico*.

ONU, México, 1965.

CONFERACIÓN NACIONAL TURÍSTICA. *La Industria del Hospedaje en México, 2009*.

Coss, Raúl. *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*

Editorial: Limusa. México, 1994.

De la Vega, Rodolfo. *Formulación y Evaluación Técnico Económica de Proyectos Industriales*.

Edita: Centro Nacional de Enseñanza Técnica – Industrial, Primera Edición, México, 1978.

Diario Oficial 25 de junio de 2009. *Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Secretaría de Economía.

Horovitz, Jacques. *Los Secretos del servicio al cliente*. Movimientos de la dirección para obtener resultados con los clientes.

Editorial: Prentice Hall, Segunda Edición, Madrid, 2006.

Fisher Laura y Espejo Jorge. *Mercadotecnia*. Editorial: Mc Graw Hill, Tercera Edición, 2006.

Gallardo, Juan. *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Un enfoque de sistemas*.

Editorial: Mc Graw Hill, Primera Edición, 1998.

Gray, William S. *Hoteles y Moteles. Administración y Funcionamiento*. Editorial Trillas, Primera Edición, México 2011.

Gallardo, Juan. *Aspectos básicos para elaborar el estudio de factibilidad de un proyecto de inversión*.

Nacional Financiera y OEA, México, 1997.

ILPES, *Guía para la presentación de proyectos*.

Editorial: Siglo Veintiuno Editores, México, 1989.

INEGI, *Anuario Estadístico del Estado de Nayarit 2011*.

INEGI, *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 2011*.

INEGI. *Agenda Estadística de los Estados Unidos Mexicanos 2009*. México, 2009.

INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010*.  
Primera edición, México 2011.

INEGI. *Censos Económicos 2009*. Resultados Definitivos.  
México, 2009.

INEGI. *Censos Económicos 2004*. Resultados Definitivos.  
México, 2004.

INEGI. *Censos Económicos 1999*. Resultados Definitivos.  
México, 1999.

INEGI. *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010*.  
México, 2011.

INEGI, *Producto Interno Bruto por Entidad Federativa*,  
*México, 2010*. México, 2010.

INEGI, *Sistema de cuentas nacionales de México. Cuentas de Bienes y  
Servicios 2005-2009*, primera versión.

Lattin, Gerald W. *Administración Moderna de Hoteles*.  
Editorial Trillas, Primera Edición, México 1982.

Mercado, Salvador. *Promoción de Ventas*  
Editorial: CECSA, Primera Edición, México, 1999.

Munch, Lourdes. *Métodos y Técnicas de Investigación*.  
Editorial: Trillas, Segunda Edición 1990.

Nacional Financiera. *Guía para la Formulación y Evaluación de  
Proyectos de Inversión*.  
Edita: NAFIN. México, 1995.

*Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Nayarit. 2005-2011.* Gobierno del Estado de Nayarit.

*Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011 – 2017.*  
Periódico oficial, Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit. Tepic, Nayarit,  
19 de Marzo 2012.

Rojas, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*, UNAM, Dirección General de Publicaciones, México, 1981.

Rincones y Sabores. *Guía para descubrir los encantos del Estado. Nayarit.*  
Editorial Océano, Primera Edición, Madrid, España, 2010.

Secretaría de Turismo. Dirección de Planeación; Área de Análisis y Estadísticas. México, 2010.

Secretaria de Turismo. “*Compendio Estadístico del Turismo en México (varios años)*”. México, DF., 2010.

Zubillaga, Enrique. *Contabilidad Hotelera*.  
Editorial Banca y Comercio, Tercera Edición, México, 2000.

### ***Cibergrafía.***

[www.RivieraNayarit.com](http://www.RivieraNayarit.com)

[www.sanblas.com.mx](http://www.sanblas.com.mx)

[www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

[www.confederacion.org.mx](http://www.confederacion.org.mx)

[www.garzacanela.com](http://www.garzacanela.com)

[www.conapo.gob.mx](http://www.conapo.gob.mx)

[www.amai.org](http://www.amai.org)



