



FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

ESTUDIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE
LA INSTALACIÓN DE UN HOTEL DOS ESTRELLAS
EN LA CIUDAD DE SECHURA – PIURA – 2011

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
ORTIZ GARCIA NOHELIA MILAGROS

ASESOR:
DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA

PIURA – PERÚ

2011

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela profesional de Administración, de optar el grado de Licenciado en Administración.

Someto a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

ESTUDIO PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA INSTALACIÓN DE UN HOTEL DOS ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE SECHURA – PIURA – 2011

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden el presente trabajo de investigación.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a mi familia.

A Dios, por haberme dado una maravillosa familia, por darnos la vida y porque sin él nada es posible. Tú lo eres todo.

A mi padre, por enseñarme con su ejemplo que en la vida nada es fácil y que no hay nada imposible de lograr en base a esfuerzo y trabajo. Con tu amor siempre trataste de hacerme ver el mejor camino, no siempre lo vi, pero aún así estuviste junto a mí.

A mi madre, por ser el ser que me dio la vida y la persona más amorosa y buena del mundo que me enseñó que para una madre no hay límites, estuvo siempre conmigo en cada momento, buenos y malos, gracias por enseñarme que no importa cuántas veces haya caído sino cuantas veces me ayudaste a levantarme. Eres un ejemplo de madre y mujer.

A mi hermano, por estar siempre conmigo, físicamente y espiritualmente, por su cariño y comprensión. Eres y serás siempre un ejemplo a seguir y el mejor hermano que Dios me puedo dar.

A mi hija, tú que para mi tienes un único e inmenso significado, AMOR, tú que eres el ser más especial que Dios me pudo mandar, aún no me puedes hablar pero basta con una sonrisa tuya para que me alientes a ser una mejor madre y mujer. Tú me das fuerza para todo. Te amo.

A Steward, por aparecer en mi vida y ayudarme a comprender que todo en esta vida pasa por algo. Por estar siempre conmigo y dejarme aprender muchas cosas juntos, siempre de tu mano; y sobretodo porque me enseñaste el verdadero amor.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todos mis compañeros, profesores y personal de la universidad.

Una mención muy especial al Profesor Juan Pablo León Lerggios, quien me ayudó y supo entenderme muchas veces durante mi embarazo, y me asesoró muchas veces.

A mis asesores, Profesor Ricardo por motivarme a realizar un mejor trabajo y al Profesor Mario Díaz, por estar siempre con una amplia sonrisa y dispuesto a ayudarme y motivarme a ser una mejor alumna.

A todos y cada uno de los profesores que he tenido a lo largo de mi carrera, porque todos han sido importantes para mí.

A mis compañeros en general, por estar siempre juntos y ayudarnos mutuamente.

A mi esposo y a mi madre, por haberme ayudado cada vez que tenía que salir y quedarse al cuidado de mi hijita. Mil gracias porque con ustedes dejaba el tesoro más valioso que tengo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE	5
INTRODUCCIÓN.....	13
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. Planteamiento del Problema.....	14
1.2. Formulación del Problema	15
1.2.1. Problema General	15
1.2.2. Problemas Específicos	15
1.3. Justificación	15
1.4. Limitaciones.....	17
Información.....	17
Tiempo	17
. Viabilidad conceptual . Viabilidad operacional	17
. Viabilidad de mercado . Viabilidad económica.....	17
1.5. Objetivos	18
1.5.1. General.....	18
1.5.2. Específicos	18
• Identificar las condiciones de la Demanda Hotelera del mercado en la Ciudad de Sechura que permita la viabilidad para instalar un hotel dos estrellas en dicha Ciudad-2011.	
18	
II. MARCO TEÓRICO CIENTÍFICO.....	19
2.1. Marco Referencial.....	19
2.1.1. Antecedentes	19

2.2. Marco Teórico	21
2.2.1. Estudio de mercado.....	22
2.2.2. El negocio Hotelero.....	26
2.2.2. Departamentos de un Servicio Hotelero.....	26
2.2.2.1. Departamento de Habitaciones	26
2.2.2.2. Departamento de Alimentos y Bebidas	26
2.2.2.3. Departamento de lavandería.....	27
2.2.2.4. Departamento de teléfono e internet	28
2.2.2.5. Departamentos Menores.....	28
2.2.2.6. Administración.....	29
2.2.2.7. Publicidad y promoción.....	29
2.2.3. Características de las Empresas Turísticas.....	29
2.2.4. Hoteles de servicio completo.....	30
2.2.5. Contratos hoteleros.....	32
2.2.6. ¿Qué es un Estudio de Viabilidad?	34
2.2.7. ¿Por qué es importante el Estudio de Viabilidad?	34
2.2.8. Propósitos del estudio.....	35
2.2.9. ¿Cómo Hacemos un Estudio de Viabilidad?.....	35
2.2.10. Viabilidad conceptual	36
2.2.11. Viabilidad Operacional	36
2.2.12. Viabilidad de mercado	36
2.2.13. Viabilidad Económica.....	37
2.3. Marco Contextual.....	38
2.4. Marco Conceptual	38

2.5. Marco Legal.....	40
3. MARCO METODOLÓGICO.....	42
3.1. Hipótesis.....	42
3.1.1. General.....	42
3.1.2. Específicos.....	42
3.2. Variables.....	42
3.2.1. Definición Conceptual.....	42
3.2.2. Definición Operacional.....	43
3.3. Metodología.....	44
3.3.1. Tipo de Estudio.....	44
3.3.2. Diseño.....	44
3.3.3. Población y Muestra.....	44
De donde tenemos:	45
Evaluando nuestros datos tenemos:	45
3.3.4. Método de Investigación.....	46
El procedimiento utilizado en la presente investigación será Deductivo –Inductivo.....	46
3.3.5. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	46
3.3.6.1. Forma de Tratamiento de Datos.....	46
3.3.6.2. Forma de Análisis de la Información.....	46
4. RESULTADOS.....	48
4.1. Descripción.....	48
4.1.1. Diagnóstico de las Condiciones de Demanda.....	48
Tabla 1. Motivo y Modalidades del viaje del Turista Extranjero-2010.....	48
Gráfica 1. Gasto Promedio Visitante- Ciudad de Sechura.....	49

Gráfico 2. Frecuencia de las Visitas a Sechura.....	50
Tabla 3. Arribos y pernотaciones de nacionales del 2003 al 2008.....	50
Fuente: DIRCETUR-Dirección de Turismo.....	50
Fuente: DIRCETUR-Dirección de Turismo.....	51
Gráfica 3. Duración de la Estadía de los Visitantes.....	51
4.1.1.4. Clasificación de de la demanda según origen.....	52
Tabla 5. Variación Porcentual de arribos Nacionales y Extranjeros	52
Fuente: DIRCETUR-Dirección de Turismo.....	52
Fuente: DIRCETUR Piura-Dirección de Turismo	52
Gráfica 4. Frecuencia de Visita por Motivo Principal de la Visita a Sechura	53
Gráfica 6. Épocas Preferidas de las Visitas por Sechura	54
Gráfica 7. Tipo de Personas que acompañan al Turista.....	54
Gráfica 8. Número Personas Acompañan al Turista	55
Gráfica 9. Gasto por Rubros según Elección del Turista	55
Gráfica 10. Alojamiento elegido por el Visitante.....	56
Gráfica 11. Factores Importantes de un Alojamiento según Turista	56
4.1.2. Diagnóstico de las Condiciones de Oferta.	57
4.1.2.1. Establecimientos que conforman la oferta complementaria.....	57
Fuente: DIRCETUR Piura-Dirección de Turismo	58
4.1.2.2. Establecimientos que Conforman la Oferta Sustituta	58
Tabla 10. Establecimientos ubicados Ciudad Sechura	58
4.1.2.3. Características de los Servicios de los Competidores.....	59
Tabla 11. Características de los Servicios de los Competidores.....	59
4.1.2.4 Medio de transporte que utilizan los turistas para llegar a Sechura y métodos de comercialización que utiliza la competencia para promocionar sus servicios.....	60

Gráfica 12. Medio de Transporte de Acceso a la Ciudad de Sechura.....	60
Gráfica 13. Medio Informativo para Conocer Servicio Alojamiento.....	61
4.1.3. Características Particulares del Nuevo Servicio.....	61
4.1.2.4. Ventaja Comparativa del futuro Hotel dos estrellas.....	62
Gráfica 14. Satisfacción del Alojamiento según el Turista.....	62
Gráfica 15. Satisfacción por Tipo de Alojamiento	63
Gráfica 16. Servicios Requeridos de un Nuevo Alojamiento.....	63
4.1.3.2 Ubicación del Nuevo Establecimiento.....	64
Gráfica 17. Factores Considerados al Elegir Alojamiento Sechura.	64
4.1.3.3. Segmento del Mercado Objetivo.....	64
Tabla 18. Segmento de Mercado.....	64
4.1.3.4. Conformación de la estructura organizativa del futuro establecimiento.	65
4.2. Discusión.....	65
4.2.1. Diagnóstico de las Condiciones de Demanda.	65
4.2.1.1. Perfil del Cliente Turístico.	65
4.2.1.2. Afluencia esperada de turistas y viajeros.	66
4.2.1.3. Permanencia Promedio del Turista en la Localidad.	66
4.2.1.4. Clasificación de de la demanda según origen.	67
4.2.1.5. Variables motivacionales y los gustos y preferencias del turista objetivo.	68
4.2.2. Diagnóstico de las Condiciones de Oferta.	70
4.2.2.1. Establecimientos que conforman la oferta complementaria.....	70
4.2.2.2. Establecimientos que Conforman la Oferta Sustituta	71
4.2.2.3. Características de los Servicios de los Competidores.....	71
4.2.2.4. Medios y métodos de comercialización que utiliza la competencia para promocionar sus servicios.....	71

4.2.3.	Características Particulares del Nuevo Servicio.....	71
4.2.3.1.	Ventaja Comparativa del futuro Hotel dos estrellas.....	72
4.2.3.2.	Ubicación del Nuevo Establecimiento.....	73
4.2.3.3.	Segmento del Mercado Objetivo.....	73
4.2.3.4.	Conformación de la estructura organizativa del futuro establecimiento.	75
5.	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	76
6.	CONCLUSIONES.....	78
7.	SUGERENCIAS.....	80
	BIBLIOGRAFÍA.....	82
	ANEXOS.....	84

RESUMEN

La instalación de un Hotel Dos Estrellas sería un proyecto muy ventajoso que se realizaría en la Ciudad de Sechura, dado que promueve su integración y el desarrollo local. Sechura es actualmente una de las provincias de Piura que presenta un alto porcentaje de oportunidades de trabajo, además de poseer grandiosos atractivos turísticos; estos son algunos de los motivos por los que la ciudad de Sechura es considerada una zona altamente rentable.

Es por ello que el estudio de viabilidad de mercado que se ha realizado en la presente investigación se planteo como objetivo: **Demostrar la viabilidad del mercado para la instalación de un Hotel dos estrellas en la ciudad de Sechura – Piura, durante el periodo 2011.**

Habiéndose consultado diversas fuentes bibliográficas, donde se puede dilucidar la metodología de análisis para el estudio de viabilidad de mercado, que se constituyo en la oferta, demanda y la definición del servicio a ofrecer. Dicho procesos permitió demostrar la hipótesis que está definida como: **Sí existen condiciones de mercado que determinan la viabilidad para la apertura de un Hotel dos estrellas en la provincia de Sechura.** Luego de realizada las indagaciones estadísticas y la aplicación de una encuesta a los turistas que visitan la Ciudad de Sechura, se logró demostrar la ACEPTACIÓN de la hipótesis planteada, incluyéndose la generación de una propuesta del valor agregado del servicio.

En la realización de la investigación se ha logrado definir la importancia de un estudio de viabilidad de mercado, ya que permite demostrar si la inversión de una oportunidad de negocio es oportuna.

ABSTRACT

Installing a Two-Star Hotel project would be a very advantageous to be held in the City of Sechura, since it promotes the integration and local development. Sechura is currently one of the provinces of Piura has a high percentage of job opportunities, besides having great tourist attractions, these are some of the reasons why the city is considered an area Sechura highly profitable. That is why the market feasibility study has been performed in this research was the goal: To demonstrate the viability of the market for the installation of a two-star Hotel in the city of Sechura - Piura, during the period 2011. Having consulted various literature sources, which may elucidate the method of analysis for the market feasibility study, which was formed in the supply, demand and the definition of the service to offer. This process permits to confirm the hypothesis that is defined as: To demonstrate the viability of the market for the installation of a two-star Hotel in the city of Sechura - Piura, during the period 2011. After making inquiries and application statistics from a survey of tourists visiting the City of Sechura, was achieved demonstrate acceptance of the hypothesis, including the generation of added value proposition of the service. In conducting the research has failed to define the importance of a market feasibility study, as reveal whether the investment of a business opportunity is timely.