



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL
DOS ESTRELLAS EN EL DISTRITO DE ZORRITOS – AÑO 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

BACH. FRÍAS GUERRERO MIGUEL ÁNGEL

ASESOR

MG. CECILIA RAMOS ALTAMIRANO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

DESARROLLO EMPRESARIAL

**PIURA – PERÚ
2013**

JURADO



**DR. FREDDY WILLIAM
CASTILLO PALACIOS.**

PRESIDENTE



**MG. CECILIA RAMOS
ALTAMIRANO**

SECRETARIO



**DRA. BLANCA ALVAREZ
LUJAN**

VOCAL

DEDICATORIA

A DIOS Y A MI MADRE: LIRA DE LOS MILAGROS

Esta tesis la dedico a Dios por regalarme cada maravilloso día para cumplir con mis metas, a mi madre gracias por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre has estado apoyándome y brindándome todo tu amor, apoyo, comprensión y sacrificios por todo esto te agradezco de corazón el que estés a mi lado.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis me gustaría agradecer a Dios por darme las fuerzas para que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la universidad César Vallejo por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional y así seguir cumpliendo mis metas

A mis profesores de tesis Dr. Freddy William Castillo Palacios y a la Dra. Cecilia Ramos Altamirano por su capacidad y sus conocimientos brindados para llegar a realizar mi tesis con satisfacción porque me guiaron siempre con responsabilidad

Por último quiero agradecer a mis compañeros de tesis porque en armonía hemos logrado realizar nuestra tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Miguel Ángel Frías Guerrero, con DNI N° 44761685, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Miguel Ángel Frías Guerrero

PRESENTACIÓN

Señores miembros de Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Estudio de mercado para la creación de un hotel dos estrellas en el distrito de zorritos año - 2013”, con la finalidad de determinar el grado de viabilidad de mercado para la creación de un hotel dos estrellas en el distrito de Zorritos, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor.

ÍNDICE

| | Página |
|--|--------|
| Carátula | |
| Página del jurado | |
| Dedicatoria | |
| Agradecimiento | |
| Declaratoria de autenticidad | |
| Presentación | |
| RESUMEN | |
| ABSTRACT | |
| I. INTRODUCCIÓN | 14 |
| II. MARCO METODOLÓGICO | 38 |
| 2.1. Variables | 38 |
| 2.2. Operacionalización de variables | 38 |
| 2.3. Metodología | 40 |
| 2.4. Tipo de estudio | 41 |
| 2.5. Diseño | 41 |
| 2.6. Población, muestra y muestreo | 41 |
| 2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 44 |
| 2.8. Métodos de análisis de datos | 45 |
| 2.9. Aspectos éticos | 45 |
| III. RESULTADOS | 46 |
| IV. DISCUSIÓN | 92 |
| V. CONCLUSIONES | 94 |
| VI. RECOMENDACIONES | 96 |
| VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 97 |
| ANEXO I: Matriz de consistencia | 101 |
| ANEXO II: Encuesta de estudio, Guía de análisis | 106 |
| ANEXO III: Validaciones, Prueba de confiabilidad | 108 |

LISTA DE TABLAS

| | Página |
|--|--------|
| Tabla N° 01. Número de establecimientos a nivel Nacional. | 54 |
| Tabla N° 02. Número de habitaciones a nivel Nacional. | 55 |
| Tabla N° 03. Número de camas a nivel Nacional | 55 |
| Tabla N° 04. Capacidad Instalada de Establecimientos de Hospedaje. | 57 |
| Tabla N° 05. Arribos a Establecimientos de Hospedaje por Procedencia. | 58 |
| Tabla N° 06. Arribos de Extranjeros a Establecimientos de Hospedajes. | 58 |
| Tabla N° 07. Grado de afluencia según tipo de visitante a la playa Zorritos | 59 |
| Tabla N° 08. Actividades que presentes en la playa Zorritos | 59 |
| Tabla N° 09. Diversidad de servicios presentes en la playa Zorritos | 59 |
| Tabla N° 10. Análisis FODA | 61 |
| Tabla N° 11. Frecuencia y porcentaje de acuerdo al sexo. | 63 |
| Tabla N° 12. Frecuencia y porcentaje de acuerdo a la edad. | 64 |
| Tabla N° 13. Frecuencia y porcentaje de acuerdo al lugar de procedencia. | 64 |
| Tabla N° 14. Frecuencia y porcentaje de acuerdo a los ingresos económicos. | 65 |
| Tabla N° 15. Frecuencia y porcentaje frecuencia de visita al distrito de Zorritos. | 66 |
| Tabla N° 16. Frecuencia y porcentaje por qué razón visita el distrito de Zorritos. | 66 |
| Tabla N° 17. Frecuencia y porcentaje con quien viaja frecuentemente. | 67 |
| Tabla N° 18. Frecuencia y porcentaje con cuantas personas viaja normalmente. | 67 |
| Tabla N° 19. Frecuencia y porcentaje cuantos días suele quedarse en Zorritos. | 68 |
| Tabla N° 20. Frecuencia y porcentaje donde se hospeda en el distrito de Zorritos. | 68 |
| Tabla N° 21. Frecuencia y porcentaje la categoría de hoteles y hospedajes. | 69 |
| Tabla N° 22. Frecuencia y porcentaje cuánto gasta en alojamiento por día. | 69 |
| Tabla N° 23. Frecuencia y porcentaje factores que determinaron la elección del hotel. | 70 |
| Tabla N° 24. Frecuencia y porcentaje satisfecho con el servicio del hotel | 70 |
| Tabla N° 25. Frecuencia y porcentaje cómo se informó del servicio del hotel. | 71 |
| Tabla N° 26. Frecuencia y porcentaje que servicio valora más | 71 |
| Tabla N° 27. Frecuencia y porcentaje demandaría de los servicios un nuevo hotel. | 72 |
| Tabla N° 28. Frecuencia y porcentaje tipo de infraestructura que prefiere en un hotel. | 72 |
| Tabla N° 29. Frecuencia y porcentaje donde esté ubicado el hotel. | 73 |
| Tabla N° 30. Frecuencia y porcentaje por qué quiere que esté ubicado en esa zona. | 73 |
| Tabla N° 31. Proyección de la demanda. | 75 |
| Tabla N° 32: Detalle de hoteles de Zorritos según categoría | 76 |
| Tabla N° 33: Caracterización de hoteles de Zorritos | 77 |

| | |
|---|-----------|
| Tabla N° 34: Caracterización de hospedajes de Zorritos | 80 |
| Tabla N° 35: Caracterización de Bungalós de Zorritos | 80 |
| Tabla N° 36: Caracterización de casa de pobladores de Zorritos | 80 |
| Tabla N° 37: Caracterización de casa de pobladores de Zorritos | 81 |
| Tabla N° 38: Proyección de la oferta. | 82 |
| Tabla N° 39: Determinación de la demanda insatisfecha | 83 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | Página |
|--|--------|
| Gráfico N°01. Proyección de la demanda | 75 |
| Gráfico N°02. Proyección de la Oferta | 82 |
| Gráfico N°03. Balance Demanda/Oferta. | 83 |
| Gráfico N° 04. Representación del sexo de los encuestados. | 112 |
| Gráfico N° 05. Representación del rango de edad de los encuestados. | 112 |
| Gráfico N° 06. Representación del lugar de procedencia de los encuestados. | 113 |
| Gráfico N° 07. Representación de los ingresos económicos de los encuestados. | 113 |
| Gráfico N° 08. Representación con qué frecuencia viene al distrito de Zorritos. | 114 |
| Gráfico N° 09. Representación por qué razón visita el distrito de Zorritos. | 114 |
| Gráfico N° 10. Representación con quien viaja frecuentemente. | 115 |
| Gráfico N° 11. Representación con cuantas personas viaja normalmente. | 115 |
| Gráfico N° 12. Representación cuantos días suele quedarse en Zorritos. | 116 |
| Gráfico N° 13. Representación donde se hospeda en el distrito de Zorritos. | 116 |
| Gráfico N° 14. Representación categoría de hoteles y hospedajes donde se hospeda | 117 |
| Gráfico N° 15. Representación cuánto gasta en alojamiento por día. | 117 |
| Gráfico N° 16. Representación factores determinaron la elección del hotel. | 118 |
| Gráfico N° 17. Representación si está satisfecho con el servicio del hotel | 118 |
| Gráfico N° 18. Representación de la pregunta cómo se informó del servicio del hotel. | 119 |
| Gráfico N° 19. Representación que servicio valora más en un hotel. | 119 |
| Gráfico N° 20. Representación demandaría de los servicios un nuevo hotel. | 120 |
| Gráfico N° 21. Representación tipo de infraestructura prefiere en un hotel | 120 |
| Gráfico N° 22. Representación en qué lugar quisiera que esté ubicado el hotel. | 121 |
| Gráfico N° 23. Representación por qué quiere que esté ubicado en esa zona. | 121 |

LISTA DE FIGURAS

| | Página |
|---|--------|
| Figura N° 01: Componentes de un estudio de mercado | 26 |
| Figura N° 02. Proceso de Estudio de Viabilidad | 34 |
| Figura N° 03: Producto Bruto Interno por Actividad Económica 2013_III / 2012_III | 48 |
| Figura N° 04: Población de Perú, por segmentos de edad. | 50 |
| Figura N° 05: Perú: Numero de hoteles por categorías 2012 | 56 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado "Estudio de mercado para la creación de un hotel dos estrellas en el distrito de zorritos – Año 2013". La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el grado de viabilidad para la creación de un hotel en el distrito de Zorritos en el año 2013. La metodología de esta investigación es de tipo explicativo con enfoque cuantitativo, mediante un diseño no experimental y transversal; Se elaboró una encuesta para determinar el perfil y volumen de la demanda de servicios de hoteles en el distrito de Zorritos, identificando las características y requerimientos de los usuarios del servicio y para su elaboración se cogió para turistas una muestra de 142 personas. Dentro de las principales conclusiones se observa que oferta de este tipo de servicio es variada dentro de los cuales se ofrecen servicios de hoteles de 1, 2 y 3 estrellas; además hospedajes; bungalos y casas acondicionadas para brindar hospedaje; las características de la oferta también es variada de acuerdo al nivel de tipo de hotel. La preferencia de la demanda es hacer uso de los servicios de hoteles de 02 estrellas. Los usuarios están conformes con los estándares de servicios de los diferentes hoteles y que los factores predominantes en un 80.9% son seguridad, precio y comodidad, respectivamente en ese orden. En relación a las preferencias y gustos se puede observar que la frecuencia de visita al distrito de Zorritos; es de forma anual o semestral; el 88,1% suele gastar entre S/. 61 a más de S/. 100 nuevos soles, por alojamiento en hoteles.

Palabras clave: Estudio de mercado, hoteles dos estrellas.

ABSTRACT

The present work of investigation titled "Market research for the creation of a hotel two stars in the in Zorritos's district in the year 2013" The investigation had as objective general determine the degree of viability for the creation of a hotel in Zorritos's district in the year 2013. The methodology of this investigation is of explanatory type with quantitative approach, by means of a not experimental and transverse design. A survey was elaborated to determine the profile and volume of the demand of services of hotels in Zorritos's district. Identifying the characteristics and requirements of the users of the service and for his production there was taken for tourists a sample of 142 persons. Inside the principal conclusions is observed that it offers of this type of service is changed inside which there offer services of hotels of 1, 2 and 3 stars. In addition accomodations; bungalows and houses conditioned to offer accomodations; the characteristics of the offer also it is changed in agreement at the level of type of hotel. The preference of the demand is use the services of hotels of 02 stars. The users are consent to the standards of services of the different hotels and that the predominant factors in 80.9 % are safety, price and comfort, respectively in this order. In relation to the preferences and tastes it is possible to observe that the frequency of visit to Zorritos's district; it is of annual or half-yearly form; 88,1 % is in the habit of spending between S/. 61.00 to more of S/. 100.00 nuevos soles, for housing in hotels.

Key Words: Market research, two star hotels