

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
EN TURISMO Y HOTELERIA



TESIS

**Plan de marketing para el logro de los objetivos comerciales del
establecimiento de hospedaje “El Príncipe Hoteles” en el distrito de
Sechura. 2011.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERIA**

AUTOR:

**Rodriguez Sánchez Sharon Lizeth
Soto Castro Paola Estela**

ASESORES

**Lic. Edwin Torres Tafur
Lic. Mariela Olaya Torres**

Piura - Perú

2011

DEDICATORIA

Dedicado a mi madre Lucila y a mi mamita Amelia, que gracias a su apoyo me impulsan a seguir adelante, a mis hermanos Geanmarco, Flavio y Fabian, que son parte importante en mi vida y a mi padre Segundo a quien quiero mucho...

Sharon Lizeth

Dedicatoria

Dedicado a mi familia y muy en especial a
mi madre, que siempre está conmigo.

Paola Estela

Agradecimiento

Agradecemos a nuestras madres que son quienes más nos han apoyado y sobre todo a nuestros maestros que estuvieron con nosotras desde el inicio de nuestro proyecto.

Sharon Lizeth

Paola Estela

INDICE

	Pág.
INDICE.....	v
INDICE DE TABLAS.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO 1- PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.1. Plan de Investigación.....	12
1.1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	12
1.1.2. Formulación del Problema.....	14
1.2. Objetivos.....	15
1.2.1. Objetivo General.....	15
1.2.2. Objetivos Específicos.....	15
1.3. Justificación.....	16
1.4. Limitaciones de la Investigación.....	17
CAPÍTULO 2 - MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO.....	18
2.1. Antecedentes de Estudio.....	18
2.1.1. Nacionales.....	18
2.1.2. Internacionales.....	22
2.2. Marco Teórico.....	26
2.2.1. Definición de marketing.....	26
2.2.2. Definición de servicio.....	27
2.2.3. Marketing de servicios.....	30
2.2.4. Plan de marketing.....	31
2.2.5. Objetivos comerciales.....	39

2.3. Marco Conceptual.....	41
CAPÍTULO 3 -MARCO METODOLÓGICO	43
3.1. Hipótesis	43
3.2. Variables - Indicadores	43
3.2.1. Variable Independiente	43
3.2.2. Variable dependiente	43
3.3. Tipo de estudio	43
3.4. Diseño del estudio.....	44
3.5. Población y muestra.....	44
3.5.1. Población	44
3.5.2. Muestra	45
3.5.3. Métodos de Investigación	47
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de la información	47
3.7. Métodos de análisis de datos	47
CAPÍTULO 4 - RESULTADOS	48
4.1. Análisis y diagnóstico de la situación.....	48
4.1.1. Análisis de la situación	48
4.1.2. Diagnóstico de la situación	58
4.2. Decisiones estratégicas de marketing	61
4.3. Decisiones operativas de marketing.	72
CAPÍTULO 5 - DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	78
5.1. Discusión de resultados	78
5.2. Contrastación de la hipótesis	80
CAPÍTULO 6 - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
6.1. Conclusiones.....	81
6.2. Recomendaciones	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS	87

INDICE DE TABLAS

Tabla	Pág.
Tabla 1:	
<i>Segmentación del mercado de turistas del distrito de Sechura</i>	63
Tabla 2:	
<i>Inventario de posicionamiento</i>	65
Tabla 3:	
<i>Plan de Acción</i>	74
Tabla 4:	
<i>Presupuesto</i>	75
Tabla 5:	
<i>Proyección del presupuesto de resultados mensual implementando el plan de marketing</i>	76
Tabla 6:	
<i>Proyección del presupuesto de resultados anual implementando el plan de marketing</i>	77
Tabla 7:	
<i>Indicadores de control</i>	78

INTRODUCCIÓN

El crecimiento económico del Perú ha sido apreciado tanto por los ciudadanos peruanos como por la comunidad internacional, calificando al país como una buena alternativa de inversión en los diferentes sectores productivos y en diferentes regiones del país.

La región norte se ha visto enormemente favorecida con la inversión nacional y extranjera, especialmente Piura es uno de los departamentos con mayor impacto positivo debido a este fenómeno. Las inversiones realizadas en los últimos años están orientadas, fundamentalmente, al incremento de actividad productiva y uno de los distritos elegidos por los inversionistas, debido a las enormes reservas minerales que posee, es el distrito de Sechura.

La operación de las empresas en el distrito de Sechura, principalmente mineras, requiere de personal con mano de obra calificada, que no ha conseguido en la zona, motivando el desplazamiento de personas de diferentes puntos del país para cubrir diferentes puestos de trabajo, los mismos que se ven en la necesidad de pernoctar en el distrito, convirtiéndose en turistas de negocios.

Dado a que el cambio ha sido muy acelerado, Sechura se ha visto asediado por un incremento en la demanda de servicios turísticos, para la cual no se encontraba preparada. Uno de los servicios principalmente buscados, son los servicios de alojamiento, que debido a la necesidad, han tomado la oferta de los servicios existentes, aún cuando se ofrecen muy pocas comodidades. Esto constituye una enorme oportunidad para ingresar en el sector, pero ingresar con un beneficio diferenciador, con

un producto que permita satisfacer verdaderamente los requerimientos de los turistas y que desde su ingreso se pueda obtener una posición privilegiada en el mercado, pero, ¿Qué se deberá hacer para lograr obtener esa posición privilegiada? ¿Se podrán cumplir los objetivos comerciales de un hotel tres estrellas? ¿Qué estrategias se deberán seguir?

Es precisamente la necesidad de buscar el logro efectivo de objetivos comerciales lo que da origen a la presente investigación, por ello el problema de investigación es: ¿Contribuirá un Plan de marketing al logro de objetivos comerciales del establecimiento de hospedaje “El Príncipe Hoteles” en el distrito de Sechura. 2011? Siendo el objetivo: Determinar la contribución de un Plan de marketing al logro de objetivos comerciales del establecimiento de hospedaje “El Príncipe Hoteles” en el distrito de Sechura.

Para cumplir con el objetivo planteado, se desarrolló un estudio cuantitativo, transversal, aplicando una encuesta a 360 turistas del distrito de Sechura, asimismo se aplicaron encuestas a los actuales clientes del hotel, para luego analizar la información y formular el plan de marketing.

La presente investigación consta de seis capítulos: En el Capítulo 1, se describe la realidad problemática y se formula el problema de investigación, el objetivo general y específico, la justificación y limitaciones de la investigación; en el Capítulo 2, se presentan los antecedentes del estudio, nacionales y extranjeros, el marco teórico y el marco conceptual; en el Capítulo 3, se presenta el Marco metodológico, la hipótesis, variables, tipo y diseño de estudio, la población investigada, los métodos de investigación y análisis de datos; en el Capítulo 4, se presentan los resultados del estudio; en el capítulo 5, se desarrolla la discusión de resultados y en el Capítulo 6, las conclusiones y recomendaciones.

Finalizando el trabajo de investigación, se presenta la Bibliografía y Anexos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación lleva por título: Plan de marketing para el logro de los objetivos comerciales del establecimiento de hospedaje “El Príncipe Hoteles” en el distrito de Sechura 2011. El objetivo de esta investigación es determinar la contribución de un plan de marketing para el logro de los objetivos comerciales del establecimiento de hospedaje El Príncipe Hoteles en el distrito de Sechura.

La presente investigación formula un plan de marketing y verifica la contribución que puede tener éste al logro de objetivos comerciales del establecimiento de hospedaje “El Príncipe Hoteles” en el distrito de Sechura. La investigación es descriptiva con un diseño no experimental, transeccional, en la se realizó una encuesta personal, aplicada 360 de los actuales turistas de la zona para conocer sus preferencias y percepciones por los servicios de alojamiento durante los diferentes días de la semana en los actuales alojamientos del distrito de Sechura, asimismo se aplicaron encuestas a los clientes actuales del establecimiento de hospedaje y a partir de ese análisis se diagnosticó la actual situación y se formularon objetivos, estrategias y planes de acción que conlleven al logro de los objetivos propuestos.

Los resultados muestran que existe una alta contribución del plan de marketing al logro de objetivos comerciales de un establecimiento de hospedaje en el distrito de Sechura.

Palabras clave: Plan de Marketing, objetivos comerciales

ABSTRACT

This research project is entitled: "Marketing Plan to achieve the business objectives of a three star hotel in the district of Sechura. 2011." The objective of this research is to determine the role of a marketing plan to achieve business objectives of a three star hotel in the district of Sechura.

This research develops a marketing plan and verifies the contribution it can to achievement of business objectives of a three star hotel in the district of Sechura. The research is descriptive design with a transactional, the staff were surveyed, 360 of the current applied tourists in the area to learn their preferences and perceptions of hosting services for different days of the week in the current district accommodation Sechura and from this analysis were diagnosed with the current situation and formulated objectives, strategies and action plans that lead to the achievement of objectives.

The results show that there is a high contribution of the marketing plan to achieve business objectives a three star hotel in the district of Sechura.

Keywords: Marketing plan, business objectives