



UCV
UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración

“El comercio electrónico y su incidencia en la captación de clientes en los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Tarapoto - 2009”.

Tesis que presenta el Bachiller:

LUIS ANTONIO VÁSQUEZ AGUILAR

Para obtener El Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

ASESORES: Lic. LÁZARO RUIZ BARRERA

M. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO.

TARAPOTO - PERÚ

2011

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida,
por ser mi guía y por las
personas que puso en mi
camino

A mis padres porque con
su infinito apoyo y
comprensión en mis años
de estudio.

A mi esposa y a mi hijo
por ser el motor y el pilar
de mi motivación.

PRESENTACION

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento con las disposiciones contenidas en el Reglamento Interno de la Facultad de CIENIAS EMPRESARIALES de la Universidad “César Vallejo”, ponemos a vuestra consideración el presente Desarrollo de Tesis titulado **“El comercio electrónico y su incidencia en la captación de clientes en los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Tarapoto - 2009”**.

El contenido del presente trabajo ha sido realizado en base a los conocimientos adquiridos en las aulas durante nuestra formación profesional, en base a consultas de fuentes bibliográficas e información obtenida de las empresas en estudio.

Aprovecho la oportunidad para expresarles mi más profundo agradecimiento a ustedes Señores Profesores, quienes en todo momento impartieron sus conocimientos y supieron encaminarnos hacia la superación, contribuyendo de esta manera, a nuestra formación profesional.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi profundo agradecimiento a la Cámara de comercio Tarapoto y MINCETUR, así como también a las empresas del sector hotelero que me facilitaron información para poder realizar la presente Tesis Titulada: “El comercio electrónico y su incidencia en la captación de clientes en los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Tarapoto – 2009”.

También expreso mi sincero agradecimiento a los Asesores: M. Sc. Alberto Sotero Montero, Lic. Lázaro Ruiz Barrera por el apoyo y comprensión en la realización del presente trabajo de investigación.

Asimismo agradezco a mis padres: Manuel Antonio Vásquez Cubas y Martha Aguilar Zamora, por su apoyo moral y económico, para la realización de esta tesis; a mi esposa María Susana Vargas Vargas, quien fue mi mejor apoyo y fuerza para lograr con éxito el presente trabajo de investigación.

INDICE

<i>INDICE DE CONTENIDOS</i>	<i>Pág.</i>
DEDICATORIA	
PRESENTACION	
AGRADECIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
CAPITULO I: Marco Metodológico	
1.1 El Problema	01
1.1.1 Selección del Problema	01
1.1.2 Antecedentes del Problema	03
1.1.3 Formulación del Problema	05
1.1.4 Justificación	05
1.1.5 Limitaciones.....	06
1.2 Objetivos.....	07
1.2.1 Objetivo General	07
1.2.2 Objetivos Específicos	07
1.3 Hipótesis	07
07	
1.4 Variables - Indicadores	08
1.4.1 Variables - Indicadores Independientes.....	08
1.4.2 Variables - Indicadores Dependientes.....	08
1.5 Diseño de la Ejecución	09
1.5.1 Tipo de Diseño	09
1.5.2 Población - Muestra	09

1.5.3 Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes	09
---	----

CAPITULO II: Marco Referencial Científico

2.1 Marco Teórico	10
-------------------------	----

2.2 Marco Conceptual	20
----------------------------	----

CAPITULO III: Descripción de Resultados.....	22
---	-----------

CAPITULO IV: Contrastación de Hipótesis	36
--	-----------

CAPITULO V: Discusión de Resultados	37
--	-----------

CAPITULO VI: Conclusiones y Recomendaciones	40
--	-----------

6.1 Conclusiones	40
------------------------	----

6.2 Recomendaciones	41
---------------------------	----

CAPITULO VII: Bibliografía y webgrafía	42
---	-----------

7.1 Bibliografía	42
------------------------	----

7.2 Anexos	44
------------------	----

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata de dar una explicación sobre la incidencia del comercio electrónico en la captación de clientes de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Tarapoto.

Dentro de los objetivos que se planteó, fue analizar el porcentaje de ocupabilidad y la variación en el flujo de clientes de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad de Tarapoto antes y después de la implementación del Comercio Electrónico. Para realizar el presente trabajo se utilizó la metodología de Investigación no Experimental con corte longitudinal.

De los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que El Comercio Electrónico influye de manera significativa en el porcentaje de ocupación de los establecimientos (hospedajes, hostales y hoteles de la ciudad de Tarapoto). Como también el incremento en el flujo de turistas de los establecimientos que emplean el Comercio Electrónico además de permitir al empresario desaparecer los límites geográficos para su negocio y permanecer disponible las 24 horas en línea; así como la rápida actualización en información de productos y servicios de la empresa (ofertas, promociones). También permite tener un menor costo en publicidad en comparación con otros medios de comunicación (radio, televisión, periódicos y revistas).

ABSTRACT

The present work of investigation tries to give an explanation on the incident of the electronic commerce in the clients captation of the establishments of housing and accomodations of Tarapoto city.

Inside the aims that one raised, it was to analyze the percentage of ocupabilidad and the variation in the clients flow of the establishments of housing and accomodations of Tarapoto city before and after the implementation of the Electronic Trade. To realize the present work there was in use the methodology of Not experimental Investigation research with longitudinal court cut.

Of the obtained results it came near to the conclusion of which The Electronic Trade influences in a significant way the percentage of occupation of the establishments (accomodations, hotels and hotels of Tarapoto city). As also the increase in the tourists flow of the establishments that use the Electronic Trade beside allowing to the businessman to eliminate the geographical limits for his business and to remain available 24 hours on line; as well as the rapid update in information of products and services of the company (offers, promotions). Also it allows to have a minor cost in advertising in comparison with other mass media (radio, television, newspapers and magazines).