



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS
UNIDAD ACADÉMICA MULTIDISCIPLINARIA DE COMERCIO Y
ADMINISTRACIÓN VICTORIA
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



TESIS:

***“COMPETITIVIDAD DEL SECTOR HOTELERO EN CIUDAD VICTORIA,
TAMAULIPAS; DESDE LA PERSPECTIVA DEL MERCADO”***

Para obtener el grado de

Maestro en Dirección Empresarial con énfasis en Administración Estratégica

Presentado por:

MÓNICA VICENTA GUEVARA RODRÍGUEZ

Directores de Tesis:

DOCTOR FRANCISCO GARCÍA FERNÁNDEZ

DOCTORA MARITZA ÁLVAREZ HERRERA

Ciudad Victoria, Tamaulipas, México

Junio 2010

ÍNDICE

CAPÍTULO I ANTECEDENTES.....	25
-------------------------------------	-----------

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Pregunta de investigación.....	34
2.2. Objetivos.....	34
2.2.1 Objetivo general.....	34
2.2.2 Objetivos específicos.....	34
2.3 Justificación.....	35
2.4 Limitaciones.....	36
2.5 Marco conceptual.....	37

CAPÍTULO III MARCO TEORICO

3.1. Competitividad.....	39
3.1.1. Competitividad a nivel país.....	39
3.1.2. Los doce pilares de la competitividad, según el Foro Mundial 2008 – 2009.	40
3.1.3. Competitividad a nivel industria o sector.....	44
3.1.3.1. El análisis estructural de las industrias.....	44

3.1.3.2	Determinantes estructurales de la intensidad de la competencia.....	45
3.1.3.3	Análisis estructural y estrategia competitiva.....	52
3.1.4.	Estrategias competitivas genéricas.....	54
3.1.5.	Análisis estructural dentro de la industria.....	55
3.1.5.1.	Dimensiones de la estrategia competitiva.....	55
3.1.5.2.	Modelo de análisis competitivo sectorial.....	56
3.1.6.	Competitividad a nivel Turismo.....	58
3.1.6.1.	Introducción al Turismo.....	58
3.1.6.2.	Turismo en México.....	60
3.1.6.3.	Programa Competitividad SECTUR.....	64

CAPITULO IV DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS

4.1.	Turista.....	70
4.2.	Hoteles.....	71

CAPÍTULO V METODOLOGÍA

5.1.	Tipo de investigación.....	74
------	----------------------------	----

5.1.1. Alcance.....	75
5.1.2. Enfoque del estudio.....	75
5.2. Tamaño de muestra.....	76
5.3. Muestreo.....	77
5.4. Método de recopilación de información.....	79
5.5. Método de procesamiento de la información.....	83

CAPÍTULO VI ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1. Perfil demográfico.....	84
6.1.1. Ciudad de procedencia.....	84
6.1.2. Edad.....	88
6.1.3. Ocupación.....	88
6.1.4. Sexo.....	89
6.1.5. Nivel socioeconómico.....	90
6.2. Hábitos de viaje.....	91
6.2.1. Motivo de viaje.....	91
6.2.2. Frecuencia de viaje.....	92
6.2.3. Duración del viaje.....	93

6.2.4. Planeación del viaje.....	94
6.2.5. Acompañantes.....	95
6.2.6. Gastos en el viaje.....	96
6.2.7. Época del año.....	101
6.2.8. Medio de transporte.....	102
6.2.9. Publicidad del destino.....	103
6.3. Hábitos de hospedaje.....	105
6.3.1. Tipo de hospedaje.....	105
6.3.2. Nivel de satisfacción de expectativas.....	106
6.3.3. Top of mind.....	107
6.3.4. Participación de mercado.....	108
6.3.5. Servicios adicionales.....	110
6.3.6. Servicio por hotel.....	111
6.3.7. Nivel de importancia de servicios adicionales.....	122
6.3.8. Nivel de importancia de servicios adicionales por hotel.....	133
6.4. Evaluación de aspectos del servicio.....	148
6.4.1. Evaluación de aspectos del servicio (total)	148

6.4.1.1.	Ubicación.....	148
6.4.1.2.	Estacionamiento.....	149
6.4.1.3.	Información disponible para el cliente.....	149
6.4.1.4.	Precios.....	150
6.4.1.5.	Atención del personal.....	151
6.4.1.6.	Comodidad de las camas.....	152
6.4.1.7.	Espacio en las habitaciones.....	153
6.4.1.8.	Limpieza de las habitaciones.....	154
6.4.1.9.	Eficiencia de las recamareras.....	155
6.4.1.10.	Área de restaurante.....	156
6.4.1.11.	Calidad de los alimentos.....	157
6.4.1.12.	Amabilidad del personal.....	158
6.4.2.	Evaluación de aspectos del servicio por hotel	159
6.4.2.1.	Hacienda Escondida.....	159
6.4.2.2.	Hampton Inn.....	160
6.4.2.3.	Holiday Inn.....	160
6.4.2.4.	Imperial.....	161
6.4.2.5.	Los Monteros.....	161
6.4.2.6.	Panorámico.....	162
6.4.2.7.	Paradise.....	162
6.4.2.8.	Ramada.....	163
6.4.2.9.	Santorín.....	163

6.4.2.10.	Sierra Gorda.....	164
6.4.2.11.	Victoria Inn.....	164
6.4.2.12.	Blanquita.....	165
6.4.2.13.	Vazdra.....	165
6.4.2.14.	Villa de Aguayo.....	166
6.4.2.15.	Escandón.....	166
6.4.2.16.	Posada Don Diego.....	167
6.4.2.17.	La Villa.....	167
6.4.2.18.	Fiesta Jardín.....	168
6.4.2.19.	Naranjos.....	168
6.5	Análisis cruzado.....	169
6.5.1.	Número de viajes realizados en el año – Motivo de viaje.....	169
6.5.2.	Duración del viaje – Motivo de viaje.....	170
6.5.3.	Número de acompañantes – Motivo de viaje.....	170
6.5.4.	Porcentaje de gasto destinado a hospedaje – Motivo de viaje.....	171
6.5.5.	Edad – Motivo de viaje.....	173
6.5.6.	Número de acompañantes – Medio de transporte.....	174
6.5.7.	Número de viajes realizados en el año – Ciudad de procedencia.....	174
6.5.8.	Duración del viaje – Ciudad de procedencia.....	175
6.5.9.	Número de acompañantes – Ciudad de procedencia.....	176

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES

7.1. Perfil demográfico de los turistas de Ciudad Victoria.....	1578
7.1.1. Edad.....	178
7.1.2. Ocupación.....	179
7.1.3. Sexo.....	179
7.1.4. Nivel socioeconómico.....	179
7.2. Hábitos de viaje de los turistas de Ciudad Victoria.....	180
7.2.1. Motivo de viaje.....	180
7.2.2. Frecuencia de viaje.....	180
7.2.3. Duración del viaje.....	181
7.2.4. Planeación de viaje.....	181
7.2.5. Número de acompañantes.....	182
7.2.6. Gasto en el viaje.....	183
7.2.7. Época del año.....	183
7.2.8. Medio de transporte.....	184
7.2.9. Publicidad del destino.....	185
7.3. Hábitos de hospedaje de los turistas de Ciudad Victoria.....	185
7.3.1. Tipo de hospedaje.....	185
7.3.2. Nivel de satisfacción de expectativas.....	186
7.3.3. Posicionamiento de hoteles.....	186
7.3.4. Participación de mercado.....	187
7.3.5. Servicios adicionales.....	187
7.4. Nivel de satisfacción de los turistas con la oferta hotelera en Ciudad Victoria.....	190

REFERENCIAS.....193

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento para levantamiento de información.....196

Anexo 2: Ranking de países según el Foro Económico Mundial 2008-2009.....199

ÍNDICE DE TABLAS

1.1. Longitud de los Litorales Mexicanos.....	28
1.2. Principales sectores de actividad.....	31
1.3. Longitud de la red carretera, según tipo de camino.....	32
3.1.4.1 Requisitos de las estrategias.....	54
3.1.6.3.1. Resultados del Programa de Calidad Moderniza–Distintivo “M”	65
3.1.6.3.2. Impacto del Programa M en las empresas participantes.....	67
4.2.1. Establecimientos de hospedaje Tamaulipas y Ciudad Victoria.....	71
4.2.2. Cuartos de hospedaje registrados según categoría Tamaulipas y Cd. Victoria.....	72
4.2.3. Características de hoteles en Ciudad Victoria.....	73
6.1.1.1. Desglose de ciudad de procedencia de cada zona.....	86
6.1.3.1. Ocupación.....	89
6.2.5.1. Número de acompañantes.....	96
6.2.9.2. Medio publicitario utilizado.....	105
6.3.3.1. Top of mind de hoteles.....	108
6.3.4.1. Participación de mercado de los hoteles.....	109
6.3.5.1. Servicios adicionales en los hoteles.....	111

6.3.6.1. Servicio por hotel: restaurante.....	112
6.3.6.2. Servicio por hotel: estacionamiento.....	113
6.3.6.3. Servicio por hotel: gimnasio.....	114
6.3.6.4. Servicio por hotel: spa.....	115
6.3.6.5. Servicio por hotel: centro de negocios.....	116
6.3.6.6. Servicio por hotel: alberca.....	117
6.3.6.7. Servicio por hotel: centro de lavado.....	118
6.3.6.8. Servicio por hotel: internet.....	119
6.3.6.9. Servicio por hotel: cajas de seguridad.....	120
6.3.6.10. Servicio por hotel: llamadas locales gratuitas.....	121
6.3.6.11. Servicio por hotel: transportación gratuita a lugares de interés.....	122
6.3.8.1. Importancia de servicios adicionales: Hampton Inn.....	134
6.3.8.2. Importancia de servicios adicionales: Holiday Inn.....	135
6.3.8.3. Importancia de servicios adicionales: Los Monteros.....	136
6.3.8.4. Importancia de servicios adicionales: Panorámico.....	137
6.3.8.5. Importancia de servicios adicionales: Paradise.....	138
6.3.8.6. Importancia de servicios adicionales: Ramada.....	139
6.3.8.7. Importancia de servicios adicionales: Santorín.....	140

6.3.8.8. Importancia de servicios adicionales: Sierra Gorda.....	141
6.3.8.9. Importancia de servicios adicionales: Victoria Inn.....	142
6.3.8.10. Importancia de servicios adicionales: Hacienda Escondida.....	143
6.3.8.11. Importancia de servicios adicionales: Imperial.....	143
6.3.8.12. Importancia de servicios adicionales: Blanquita.....	144
6.3.8.13. Importancia de servicios adicionales: Vazdra.....	144
6.3.8.14. Importancia de servicios adicionales: Villa de Aguayo.....	145
6.3.8.15. Importancia de servicios adicionales: Escandón.....	145
6.3.8.16. Importancia de servicios adicionales: Posada Don Diego.....	146
6.3.8.17. Importancia de servicios adicionales: La Villa.....	146
6.3.8.18. Importancia de servicios adicionales: Fiesta Jardín.....	147
6.3.8.19. Importancia de servicios adicionales: Naranjos.....	147
6.4.2.1.1. Evaluación de aspectos del servicio: Hacienda Escondida.....	159
6.4.2.2.1. Evaluación de aspectos del servicio: Hampton Inn.....	160
6.4.2.3.1. Evaluación de aspectos del servicio: Holiday Inn.....	160
6.4.2.4.1. Evaluación de aspectos del servicio: Imperial.....	161
6.4.2.5.1. Evaluación de aspectos del servicio: Los Monteros.....	161
6.4.2.6.1. Evaluación de aspectos del servicio: Panorámico.....	162
6.4.2.7.1. Evaluación de aspectos del servicio: Paradise.....	162

6.4.2.8.1. Evaluación de aspectos del servicio: Ramada.....	163
6.4.2.9.1. Evaluación de aspectos del servicio: Santorín.....	163
6.4.2.10.1. Evaluación de aspectos del servicio: Sierra Gorda.....	164
6.4.2.11.1. Evaluación de aspectos del servicio: Victoria Inn.....	164
6.4.2.12.1. Evaluación de aspectos del servicio: Blanquita.....	165
6.4.2.13.1. Evaluación de aspectos del servicio: Vazdra.....	165
6.4.2.14.1. Evaluación de aspectos del servicio: Villa de Aguayo.....	166
6.4.2.15.1. Evaluación de aspectos del servicio: Escandón.....	166
6.4.2.16.1. Evaluación de aspectos del servicio: Posada Don Diego.....	167
6.4.2.17.1. Evaluación de aspectos del servicio: La Villa.....	167
6.4.2.18.1. Evaluación de aspectos del servicio: Fiesta Jardín.....	168
6.4.2.19.1. Evaluación de aspectos del servicio: Naranjos.....	168
6.5.1.1. Número de viajes realizados en el año – Motivo de viaje.....	169
6.5.2.1. Duración del viaje – Motivo de viaje.....	170
6.5.3.1. Número de acompañantes – Motivo de viaje.....	171
6.5.4.1. Porcentaje de gasto destinado a hospedaje – Motivo de viaje.....	172
6.5.5.1. Edad – Motivo de viaje.....	173
6.5.6.1. Número de acompañantes – Medio de transporte.....	174
6.5.7.1. Número de viajes realizados en el año – Ciudad de procedencia.....	175
6.5.8.1. Duración del viaje – Ciudad de procedencia.....	176
6.5.9.1. Número de acompañantes – Ciudad de procedencia.....	177
7.4.1. Nivel de satisfacción del turista con la oferta hotelera.....	178

ÍNDICE DE FIGURAS

1.1. Habitantes por edad y sexo.....	30
2.5.1 Marco conceptual de investigación.....	37
3.1.2.1. Doce pilares de la competitividad.....	42
3.1.3.1.1 Fuerzas que impulsan la competencia en la industria.....	44
3.1.5.2.1 Modelo de análisis sectorial.....	57

ÍNDICE DE GRÁFICAS

3.1.6.3.2. Participación por giro de empresas.....	66
6.1.1.1. Ciudad de procedencia por zona.....	85
6.1.2.1. Edad.....	88
6.1.4.1. Sexo.....	90
6.1.5.1. Nivel socioeconómico.....	91
6.2.1.1. Motivo de viaje.....	92
6.2.2.1. Frecuencia de viaje.....	93
6.2.3.1. Duración del viaje.....	94
6.2.4.1. Planeación del viaje.....	95
6.2.6.1. Porcentaje del gasto en el viaje (total)	97
6.2.6.2. Porcentaje gasto en alimentos.....	98
6.2.6.3. Porcentaje gasto en transporte.....	99
6.2.6.4. Porcentaje gasto en hospedaje.....	100
6.2.6.5. Porcentaje gasto en esparcimiento o diversión.....	101
6.2.7.1. Época del año.....	102
6.2.8.1. Medio de transporte utilizado.....	103

6.2.9.1. Utilización de medio publicitario.....	104
6.3.1.1. Tipo de hospedaje.....	106
6.3.2.1. Nivel de satisfacción de expectativas.....	107
6.3.7.1. Importancia de servicios adicionales: área de restaurante.....	123
6.3.7.2. Importancia de servicios adicionales: estacionamiento.....	124
6.3.7.3. Importancia de servicios adicionales: gimnasio.....	125
6.3.7.4. Importancia de servicios adicionales: spa.....	126
6.3.7.5. Importancia de servicios adicionales: centro de negocios.....	127
6.3.7.6. Importancia de servicios adicionales: alberca.....	128
6.3.7.7. Importancia de servicios adicionales: centro de lavado.....	129
6.3.7.8. Importancia de servicios adicionales: internet.....	130
6.3.7.9. Importancia de servicios adicionales: cajas de seguridad.....	131
6.3.7.10. Importancia de servicios adicionales: llamadas locales gratuitas.....	132
6.3.7.11. Importancia de servicios adicionales: transportación gratuita.....	133
6.4.1.1.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): ubicación.....	148
6.4.1.2.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): estacionamiento.....	149
6.4.1.3.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): información disponible.....	150

6.4.1.4.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): precios.....	151
6.4.1.5.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): atención del personal.....	152
6.4.1.6.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): comodidad de las camas.....	153
6.4.1.7.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): espacio en las habitaciones.....	154
6.4.1.8.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): limpieza en las habitaciones....	155
6.4.1.9.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): eficiencia de las recamareras...	156
6.4.1.10.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): área de restaurante.....	157
6.4.1.11.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): calidad de los alimentos.....	158
6.4.1.12.1. Evaluación de aspectos del servicio (total): amabilidad del personal.....	159