



BIBLIOGRAFÍA

Angelo, R., & Vladimir, A. (2001). *Hospitality Today*. EUA: Educational Institute of the American Hotel & Lodging Association.

Barrows, C., & Powers, T. (2006). *Introduction to the hospitality industry*. EUA: Wiley.

Bowie, D., & Buttle, F. (2004). *Hospitality Marketing*. Inglaterra: Elsevier.

Calderón, F. (1 de septiembre de 2007). *Informe de gobierno*. Recuperado el 10 de septiembre de 2007, de Primer informe de gobierno:
http://www.informe.gob.mx/2.10_TURISMO/

Chan, E. S., y Wong, S. C. (2006). Hotel Selection: When price is not the issue. *Journal of Vacation Marketing*, 142-159. DOI10.1177/1356766706062154.

Dittmer, P. (2002). *Dimensions of the Hospitality Industry*. USA: Wiley.

Hawkins, D., Best, R., y Coney, K. (2001). *Consumer behavior building marketing strategy*. EUA: McGraw Hill.

Hyde, K., y Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of travel research*, 42, 13-23. DOI: 10.1177/0047287503253944.



- Kasper, H., Helsdingen, P. v., y de Vries, W. (2000). *Services marketing Management*. EUA: Wiley.
- Kim, K., Oh, I.-K., y Jogaratnam, G. (2007). College student travel: a revised model of push motives. *Journal of vacation marketing*, 13, 73-83. DOI: 10.1177/1356766706071201.
- Kotler, P., Bowen, J., y Makens, J. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. EUA: Prentice Hall.
- Lewis, R. C. (1984). The basis off hotel selection. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 25, 54-69. DOI: 10.1177/001088048402500120.
- Lockyer, T. (2003). Hotel cleanliness - how do guessts view it? Let us get specific. A New Zealand study. *International Journal of Hospitality Management* , 22, 297-305.
- Lockyer, T. (2005). The perceived importance of price as one hotel selection dimension. *Tourism Management* , 26, 529-537.
- Lovelock, C. (2001). *Service Marketing*. EUA: Prentice Hall.



- Ngai, E., y Wat, F. (2003). Design and development of a fuzzy expert system for hotel selection. *Omega The International Journal of Management Science*, 275-286.
- Ninemeier, J., y Perdue, J. (2005). *Hospitality Operations*. EUA: Pearson Prentice Hall.
- Reid, R., y Bojanic, D. (2001). *Hospitality Marketing Management*. USA: Wiley.
- Rutherford, D. (2002). *Hotel Management and Operations*. EUA: Wiley.
- Sandhausen, R. (2002). *Mercadotecnia*. México: Compañía editorial continental.
- Shanahan, K., y Hyman, M. (2007). An exploratory study of desired hotel attributes for American tourists vacationing in China and Ireland. *Journal of Vacation Marketing*, 13, 107-118. DOI: 10.1177/1356766707074735.
- Vieregge, M., Phetkaew, P., Beldona, S., Lumsden, S.-A., y DeMicco, F. (2007). Mature travelers to Thailand: A study of preferences and attributes. *Journal of Vacation Management*, 13, 165-179. DOI: 10.1177/1356766707074739.
- Villena, E. (2003). *Técnico en hotelería y turismo* (Vol. I). España: Cutlural, S.A.
- Walker, J. R. (2002). *Introduction to hospitality*. EUA: Prentice Hall.



Weaver, D., y Lawton, L. (2002). *Tourism Management*. Australia: Wiley.

Zeithaml, V., y Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*. México: McGraw Hill.



RESUMEN

La finalidad de esta tesis es conocer cuáles son los atributos que buscan los estudiantes de la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP) al seleccionar un hotel, así como determinar la importancia de los atributos de los hoteles en base a la preferencia de los estudiantes.

Para llevar a cabo esta investigación se encuestaron a 250 estudiantes de la UDLAP de entre 18 y 25 años de edad, que se encontraron en las salas de cómputo de la institución. Se utilizó un cuestionario de diez preguntas, en el cuál se les pidió a los participantes que marcaran sus respuestas en una escala de valores. Después se analizaron los datos obtenidos con el programa SPSS 14.0 mediante el procedimiento de estadística descriptiva como frecuencias, comparación de proporciones y anova (análisis de varianza).

De esta investigación se puede concluir que existe una diferencia en la preferencia de atributos de los jóvenes a la hora de elegir un hotel, esta diferencia no sólo se ve afectada por el género de los estudiantes, sino también influyen otros aspectos como los intereses, actividades y estilo de vida. Los dos atributos principales que buscan los jóvenes a la hora de elegir un hotel son la limpieza y el precio. Sin embargo, atributos como la seguridad y el servicio son considerados importantes más no decisivos en el proceso de selección.



TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	Error! Bookmark not defined.
1.2 Objetivo general	Error! Bookmark not defined.
1.3 Objetivos específicos.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Preguntas de investigación.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Justificación y relevancia	Error! Bookmark not defined.
1.6 Limitaciones y alcances.....	Error! Bookmark not defined.
CAPÍTULO 2	Error! Bookmark not defined.
2.1 La industria de la hospitalidad	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Clasificación de los hoteles.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Importancia de la mercadotecnia en los hoteles	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Determinación de la mezcla promocional	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1 Producto	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.2 Plaza	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.3 Precio	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.4 Promoción	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.5 Personas	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.6 Evidencia física.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.7 Proceso	Error! Bookmark not defined.
2.3 Comportamiento de los consumidores	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Proceso de toma de decisión de los consumidores	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.1 Búsqueda de información.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.2 Evaluación de las alternativas de servicios	Error! Bookmark not defined.



2.3.1.3 Compra y consumo del servicio.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.4 Evaluación postventa	Error! Bookmark not defined.
2.4 Características personales que afectan el comportamiento de los consumidores	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Factores culturales y sociales	Error! Bookmark not defined.
2.4.1.1 Cultura	Error! Bookmark not defined.
2.4.1.2 Clase social	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Factores personales.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.1 Edad y género	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.2 Educación e ingreso	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.3 Personalidad y estilo de vida	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Factores psicológicos.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.1 Motivación	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.2 Percepción	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.3 Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.4 Creencias y actitudes	Error! Bookmark not defined.
2.5 Motivos para viajar	Error! Bookmark not defined.
2.6 Selección de un hotel	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Atributos de los hoteles.....	Error! Bookmark not defined.
CAPITULO 3	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tipo de investigación	Error! Bookmark not defined.
3.2 Sujetos de estudio	Error! Bookmark not defined.
3.3 Tamaño de la muestra.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Instrumento de evaluación.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Procedimiento.....	Error! Bookmark not defined.



CAPITULO 4	Error! Bookmark not defined.
4.1 Resultados.....	Error! Bookmark not defined.
CAPÍTULO 5	Error! Bookmark not defined.
5.1 Conclusiones	Error! Bookmark not defined.
5.2 Recomendaciones	Error! Bookmark not defined.
BIBLIOGRAFÍA	45
ANEXOS.....	48
Anexo A Cuestionario.....	48
Anexo B Codificador.....	49
Anexo C Frecuencias.....	50