



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO BASADO
EN LA CULTURA LORETANA, UBICADO EN LA CIUDAD DE
IQUITOS - 2016”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTORES

PUENTE HUARI, KATHERIN HASLYN

VILLARREAL RUIZ, JHADIRA

JOCELYN

ASESORA

MG. MOZOMBITE INUMA, DENISSE TATIANA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: DESARROLLO SOSTENBLE EN
LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS**

**LORETO – PERÚ
2017**

APROBACIÓN

Tesis sustentada en acto público el día...20... de...Abril... del 2017



.....
Lic. Tur. Magaly García Vilchez

Presidente



.....
Lic. Nit. Lourdes Sánchez García

Miembro



.....
Lic. Nit. Claudia Lozano Rocha

Miembro



.....
Mg. Denisse Mozombite Inuma

Asesora

DEDICATORIA

La presente tesis dedico con mucho cariño a mis padres Osaem Puente Villanueva y Lucy Huari Leyva, por darme la oportunidad de haber estudiado una linda carrera profesional, por estar en cada paso de mi vida, por aconsejarme para crecer como persona y poder desarrollarme en cualquier ámbito de la vida.

A mis hermanos Marjory Puente Huari y Denilson Puente Huari, por el gran amor que les tengo, por todos los momentos buenos que disfrutamos juntos y por ser testigos del esfuerzo y dedicación que pongo en mis estudios.

A mi abuelo Moisés Puente Alión por el amor que le tengo, por la formación y enseñanzas que me brindo para ser cada vez una mejor persona.

PUENTE HUARI, Katherin Haslyn

Dedico este trabajo de investigación principalmente a Dios, porque que siempre está guiando mi camino y gracias a él, he logrado concluir mi carrera. Además, por darme la oportunidad de dar este paso tan importante en mi vida y mi formación profesional.

A mis padres, Elffer Villarreal Díaz y Nancy Ruiz Sánchez, porque ellos me dieron la oportunidad de estudiar esta hermosa carrera profesional e hicieron hasta lo imposible para que cumpla este maravilloso sueño.

A mis hermanos, Gian Franco y Darby Daniel, porque este es uno de los primeros logros que comparto con ustedes y porque siempre puedo contar con su apoyo y confianza.

A Joel Rivas Sanjinés, porque a pesar de estar lejos puedo contar contigo en todo momento.

VILLARREAL RUIZ, Jhadira Jocelyn

AGRADECIMIENTO

En primero lugar agradezco a Dios, por darme una hermosa familia que me brinda su apoyo incondicional en cada situación de mi vida, por confiar en mis esfuerzos y darme la gran oportunidad de ser quien soy.

Al señor decano de la Facultad de Negocios Mg. Jorge Pérez Santillán, por ser un gran guía constante en la elaboración de la tesis.

A mi prima Gianella Puente Álvaro, por brindarme su apoyo para la realización de las encuestas de la presente tesis.

PUENTE HUARI, Katherin Haslyn

A la Universidad Científica del Perú, que me abrió sus puertas y por formarme con los conocimientos de cada uno de los profesores durante todos estos años para aprender, mejorar y ser alguien en la vida.

A mi Asesora Mg. Denisse T. Mozombite Inuma, por su orientación y colaboración valiosa en el desarrollo de este importante trabajo de investigación.

A los administradores, Luis Ramírez del hotel Samiria Jungle y a Carlos Acosta del hotel Victoria Regia, por permitirnos realizar las encuestas a los huéspedes nacionales y extranjeros dentro de sus instalaciones.

Al Ing. Estadístico Joel Rivas, por su asesoría estadística en el tema para el desarrollo de este trabajo de investigación.

VILLARREAL RUIZ, Jhadira Jocelyn



FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Iquitos, a las 10:30 horas del día 20, del mes de Abril del año 2017 se reunió el Jurado Examinador, que firma al final del presente documento, para evaluar la sustentación de las bachilleres:

KATHERIN HASLYN PUENTE HUARI Y
JHADIRA JOCELYN VILLARREAL RUIZ

En la modalidad de: TESIS

Con el tema "ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL TEMÁTICO BASADO EN LA CULTURA LORETANA DE LA CIUDAD DE IQUITOS, 2016"

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar:

Table with 5 columns: Indicador, Examinador 1 (Presidente), Examinador 2 (Miembro), Examinador 3 (Miembro), Promedio. Rows include A) Dominio del Tema, B) Calidad de redacción, C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia, D) Calidad de respuestas, E) Uso de terminología especializada, and final average of 14 (CATORCE).

Leyenda:

Legend table with 3 columns: Indicador, Descripción, Puntaje. Rows: A Deficiente (1), B Regular (2), C Satisfactoria (3), D Optima (4).

El Jurado considera Aprobado la sustentación.

Presidente: Lic. Tur. Magaly García Vilchez

Miembro: Lic. Nit. Lourdes Sánchez García

Miembro: Lic. Nit. Claudia Lozano Rocha

Handwritten signatures of the jury members.

RESUMEN

Estudio para la creación de un hotel temático basado en la cultura loretana, ubicado en la ciudad de Iquitos – 2016

Katherin Haslyn Puente Huari
Jhadira Villareal Ruiz

El mayor porcentaje de turistas tanto nacionales como extranjeros calificaron como bueno a los establecimientos hoteleros donde se alojaron en la ciudad de Iquitos, siendo el motivo principal de viaje por vacaciones, seguido de los que vienen por negocios y trabajo. Los turistas optan como prioridad la calidad de un hotel al momento de elegir donde hospedarse. La mayoría de turistas encuestados nunca se hospedaron en un hotel temático, desconociendo su significado y sus características, pero sí estarían dispuesto a hospedarse en uno. Los turistas nacionales y extranjeros desean hospedarse en un hotel temático que su ubicación sea frente al río, porque tiene una mejor vista hacia la naturaleza y reflejaría tranquilidad.

Además los buscadores hoteleros son la fuente principal para que los turistas busquen y reserven sus habitaciones.

Palabras claves: Hotel, cultura, turístico.

ABSTRACT

Study for the creation of a thematic hotel based on culture Loretana,
located in the city of Iquitos – 2016.

Katherin Haslyn Puente Huari
Jhadira Villareal Ruiz

The highest percentage of both national and foreign tourists rated the hotel establishments where they stayed in the city of Iquitos as good, being the main reason for vacation travel, followed by those who come for business and work. Tourists choose the quality of a hotel as a priority when choosing where to stay. Most of the surveyed tourists have never stayed in a themed hotel, unaware of its meaning and characteristics, but they would be willing to stay in one. National and foreign tourists want to stay in a themed hotel that is located in front of the river, because it has a better view of nature and would reflect tranquility.

In addition, hotel search engines are the main source for tourists to search for and reserve their rooms.

Keywords: Hotel, culture, tourist.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 El problema.....	1
1.1.1 Planteamiento del problema.....	1
Establecimientos temáticos en el mundo	13
Establecimientos temáticos en el Perú.....	17
Establecimientos temáticos en la ciudad de Iquitos.....	19
1.1.2 Formulación del problema	21
1.2 Objetivos.....	21
1.2.1 Objetivo general.....	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL	22
2.1 Antecedentes de investigaciones.....	22
2.2 Marco teórico	26
2.2.1 Turismo.....	26
2.2.2 Hotel temático.....	27
2.3 Marco conceptual.....	27
2.3.1 Ambientación hotelera	27
2.3.2 Diseño del producto	28
2.3.3 Características para elegir un hotel	28
2.3.4 Cultura	28
2.3.5 Estrategias de publicidad	29
2.3.6 Festividades.....	29
2.3.7 Grado de satisfacción	29
2.3.8 Grupos étnicos.....	29
2.3.9 Hotel boutique.....	30
2.3.10 Servicios complementarios	30
2.3.11 Slogan.....	30
2.3.12 Turismo según motivo de viaje	30

2.3.13 Percepción	31
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	32
3.1 Hipótesis.....	32
3.1.1 Hipótesis general	32
3.1.2 Hipótesis específicas.....	32
3.1.3 Variables, indicadores e índices.....	32
3.2 Tipo de investigación	33
3.3 Población y muestra.....	33
3.3.1. Población.....	33
Criterios de inclusión.....	33
Criterios de exclusión	33
3.3.2. Muestra	33
3.4 Técnica	34
3.5 Instrumento de recolección de datos.....	35
3.6 Ética	35
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	36
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	49
WEBGRAFÍA.....	51
ANEXO 01. Encuesta para turistas nacionales	52
ANEXO 02. Encuesta para turistas extranjeros.....	54
ANEXO 03. Matriz de consistencia.....	56
ANEXO 04. Fotos de las encuestas realizadas a los turistas.....	57

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Arribos de turistas nacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010-2015.....	2
Cuadro N° 02 Arribos de turistas internacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010-2015	3
Cuadro N° 03 Aerolíneas de Lima a Iquitos.....	4
Cuadro N° 04 Aerolíneas de Tarapoto a Iquitos	5
Cuadro N° 05 Aerolíneas de Pucallpa a Iquitos.....	5
Cuadro N° 06 Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje Perú 2016	6
Cuadro N° 07 Requisitos mínimos para la categorización de un hotel	7
Cuadro N° 08 Requisitos mínimos para la categorización de un apart-hotel.....	8
Cuadro N° 09 Requisitos mínimos para la categorización de un hostel.....	9
Cuadro N° 10 Requisitos mínimos para la clasificación de un albergue	10
Cuadro N° 11 Hoteles de 5 y 4 estrellas en la ciudad de Iquitos.	11
Cuadro N° 12 Hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Iquitos... ..	11
Cuadro N° 13 Hoteles de 2 estrellas en la ciudad de Iquitos... ..	12
Cuadro N° 14 Variables, indicadores e índices	32
Cuadro N° 15 Validez de constructo.....	34
Cuadro N° 16 Género de sexo de los turistas encuestados	36

Cuadro N° 17 Procedencia de los turistas nacionales.....	36
Cuadro N° 18 Procedencia de los turistas extranjeros.....	37
Cuadro N° 19 Edad de los turistas encuestados.....	37
Cuadro N° 20 Motivo de viaje de los turistas encuestados... ..	37
Cuadro N° 21 Característica más importante para los turistas al elegir un hotel	37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico N° 01 Arribos de turistas nacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010-2015.....	2
Gráfico N° 02 Arribos de turistas internacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010-2015	3
Gráfico N° 03: Calificación de los turistas encuestados al hotel en el que se hospedaron en la ciudad de Iquitos... ..	38
Gráfico N° 04: Ubicación y experiencias anteriores en hoteles temáticos a los turistas encuestados... ..	39
Gráfico N° 05: Grado de satisfacción de los turistas encuestados sobre el hotel temático visitado	40
Gráfico N° 06: nivel Interés de los turistas encuestados por la creación de un hotel temático basado en la cultura loretana	40
Gráfico N° 07: Interés de los turistas nacionales y extranjeros por hospedarse en un hotel temático basado en la cultura loretana.....	41
Gráfico N° 08: Ubicación preferida por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loretana	41
Gráfico N° 09: Decoración externa preferida por los turistas nacionales y extranjeros para el hotel temático basado en la cultura loretana.....	42

Gráfico N° 10: Decoración de la habitación preferida por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loretana	43
Gráfico N° 11: Contenido de la habitación propuesta por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loretana	43
Gráfico N° 12: Servicio complementario preferido por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loretana.....	44
Gráfico N° 13: Slogan propuesto por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loretana	45
Gráfico N° 14: Red más usada por los turistas encuestados para la búsqueda de hoteles....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Establecimientos temáticos en el mundo:

Figura N° 01: Instalaciones del hotel Luxor. EE.UU 2016	13
Figura N° 02: Instalaciones del hotel the venetian, EE.UU 2016.....	14
Figura N° 03: Instalaciones del hotel Hard days night, Inglaterra 2016	15
Figura N° 04: Instalaciones del hotel paraíso, Taiwan 2016	15
Figura N° 05: Instalaciones del hotel Poseidon undersea resort, Fiji, 2016	16

Establecimientos temáticos en el Perú:

Figura N° 06: Instalaciones del hotel Wifala, Cusco, 2016	17
Figura N° 07: Instalaciones del Andean wings hotel, Cusco 2016.....	18
Figura N° 08: Instalaciones del hotel Hollywood, Lima, 2016	18

Establecimientos temáticos en la ciudad de Iquitos:

Figura N° 09: Instalaciones del hotel boutique Casa Morey, 2016	19
Figura N° 10: Hotel boutique Época, 2016	20

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 El problema.

1.1.1 Planteamiento del problema.

Encontramos en un entorno cada vez más reñido, en el que las empresas hoteleras y la mayoría de las organizaciones turísticas se enfrentan a un medio continuamente cambiante y competitivo; también una gran exigencia del cliente.

La tematización es un fenómeno que se produjo hace muchos años en el sector turismo, siendo claros ejemplos los cruceros y parques como Disneyland e incluso en nuestro país se puede observar el Parque de las aguas. Existen antecedentes de hoteles temáticos en muchas partes del mundo; siendo Las Vegas el gran centro impulsor de ellos en la década del 80. Poco a poco este tipo de hotel ha ido aumentando en busca de diferenciación y actualmente se ha convertido en una de las tendencias con más demanda por llamar la atención y con el fin de satisfacer las necesidades de muchos clientes.

A través de los años, Iquitos recibe una cantidad considerable de extranjeros ofrecidos por el aeropuerto de la ciudad tal como se puede visualizar en el siguiente cuadro:

En el cuadro N° 01 se puede observar que durante el periodo 2010 – 2015 los arribos nacionales experimentaron un aumento positivo; según el cuadro estadístico fue durante el año 2011, caso contrario sucedió en el año 2015 en la cual se obtuvo una variación anual de -14%.

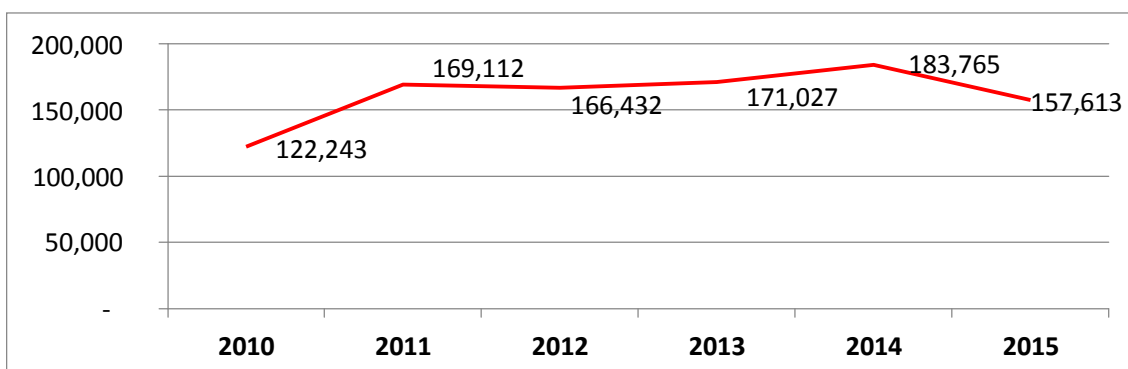
Cuadro N° 01: Arribos de turistas nacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010 – 2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turistas nacionales	122,243	169,112	166,432	171,027	183,765	157,613
Índice 2010 = 100	100.0	138.3	136.1	139.9	150.3	128.9
Variación anual		38%	-2%	3%	7%	-14%

Fuente: DIRCETURA de la ciudad de Iquitos Perú, 2016

En el gráfico N° 01 se observa una tendencia creciente en el periodo 2011 y 2014 con un arribo de turistas nacionales de 169,112 y 183,765 respectivamente. Teniendo una fuerte caída en el 2015 con el 14%.

Gráfico N° 01: Arribos de turistas nacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010 - 2015



Fuente: Cuadro N° 01.

En el cuadro N° 02 se puede observar que durante el periodo 2010 – 2015 los arribos extranjeros experimentaron un aumento positivo; según el cuadro estadístico fue durante el año 2011 con una variación anual del 17%, caso contrario sucedió en el año 2015 en la cual se obtuvo una variación anual de - 17%.

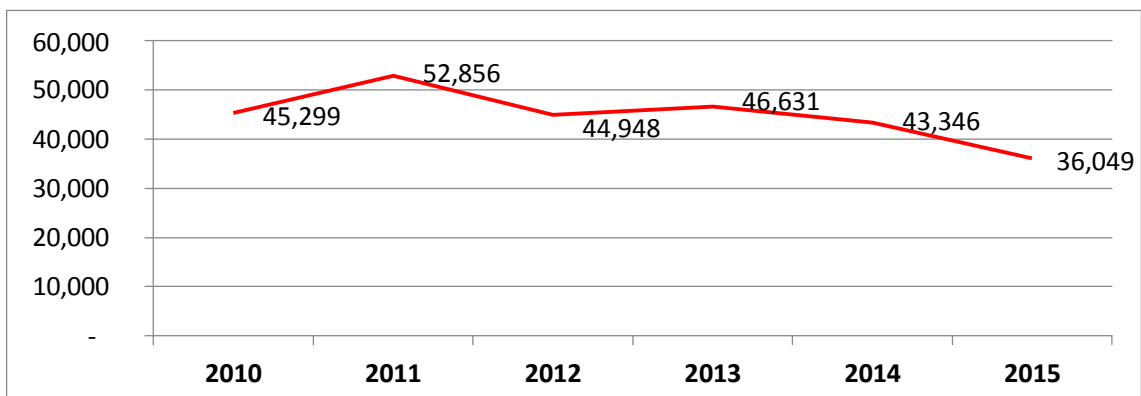
Cuadro N° 02: Arribos de turistas internacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010 - 2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turistas internacionales	45,299	52,856	44,948	46,631	43,346	36,049
Índice 2010 = 100	100.0	116.7	99.2	102.9	95.7	79.6
Variación anual		17%	-15%	4%	-7%	-17%

Fuente: DIRCETURA de la ciudad de Iquitos Perú, 2016.

En el gráfico N° 02 se observa que el año con una tendencia decreciente respecto a los arribos extranjeros a la ciudad de Iquitos fue durante el 2015 con 36,049 turistas; caso contrario sucedió durante el 2011 la cual obtuvo una frecuencia creciente de 52,856.

Gráfico N° 02: Arribos de turistas internacionales a la ciudad de Iquitos, periodo 2010 – 2015



Fuente: Cuadro N° 02.

El sistema de transporte de la ciudad de Iquitos es un sistema de infraestructura en pleno desarrollo. Iquitos, siendo la capital de Loreto, no cuenta con carreteras que la unan con otras grandes ciudades del Perú; sólo existe una carretera de 115 Km. desde Iquitos a Nauta. Los automóviles sólo circulan en la zona urbana y a sus alrededores predomina el medio fluvial.

Transporte aéreo:

Iquitos está servido por el Aeropuerto Internacional Coronel FAP Francisco Secada Vignetta, en la que existen vuelos diarios a Iquitos desde Lima y algunos hacen escala en Pucallpa o Tarapoto.

Las aerolíneas que arriban de la ciudad de Lima llevando a sus pasajeros hasta la ciudad de Iquitos son las siguientes:

Cuadro N° 03: Aerolíneas de Lima a Iquitos

Aerolíneas	Itinerarios		Escala
	Horarios	Duración	
LATAM	(LIM) 05:20 – 07:20 (IQT)	02 : 00 hrs	0
	(LIM) 10:05 – 12:05 (IQT)	02 : 00 hrs.	0
	(LIM) 17:40 – 19:30 (IQT)	1h : 50 min	0
	(LIM) 20:45 – 22:40 (IQT)	1h : 55 min	0
Peruvian Airlines	(LIM) 06:20 – 08:10 (IQT)	1h : 50 min	0
	(LIM) 11:20 – 12:10 (IQT)	2h : 40 min	1
	(LIM) 18:00 – 19:50 (IQT)	1h : 50 min	0
Star Perú	(LIM) 07:44 – 10:25 (IQT)	2h: 41 min	1
	(LIM) 14:45 – 17:40 (IQT)	2h: 55 min	1
Avianca	(LIM) 21:30 – 23:20 (IQT)	1h : 50 min	0

Fuente: Páginas web de Latam, Peruvian Airlines, Star Perú y Avianca.

Las aerolíneas que arriban desde la ciudad de Tarapoto a la ciudad de Iquitos son las siguientes:

Cuadro N° 04: Aerolíneas de Tarapoto a Iquitos

Aerolíneas	Itinerarios		Escala
	Horarios	Duración	
LATAM	(TPP) 11:30 – 17:10 (IQT)	5h : 45 min	1
Star Perú	(TPP) 16:40 – 17:40 (IQT)	01: 00 hrs.	0

Fuente: Páginas web de Latam, y Star Perú.

Las aerolíneas que arriban desde la ciudad de Pucallpa hasta la ciudad de Iquitos son las siguientes:

Cuadro N° 05: Aerolíneas de Pucallpa a Iquitos

Aerolíneas	Itinerarios		Escala
	Horarios	Duración	
Peruvian Airlines	(PCL) 13:10 – 14:10 (IQT)	1: 00 hrs.	0
Star Perú	(PCL) 09:25 – 10:25 (IQT)	1: 00 hrs.	1

Fuente: Páginas web de Peruvian Airlines y Star Perú.

Muchos turistas que desean tener la experiencia de navegar por los ríos amazónicos inician su travesía desde el puerto de Iquitos por el río Amazonas y pueden llegar hasta puertos en Brasil y su desembocadura en el océano Atlántico, llegando a puertos como el de Manaus y Tabatinga en Brasil y Leticia en Colombia.

Desde el puerto de Iquitos zarpan regularmente motonaves a Pucallpa y Yurimaguas. Desde Pucallpa a Iquitos puede tomar de 4 a 7 días por el río Ucayali, con paradas en Requena y Contamana, y desde Iquitos a Yurimaguas 3 a 6 días. Los grandes ríos más utilizados son el Amazonas, Napo, Marañón y el Ucayali.

Por otro lado, la hotelería es parte fundamental del turismo, ya que brinda los servicios básicos y necesarios al turista por un tiempo determinado, tal es el caso del alojamiento, alimentación y otros servicios a cambio de una transacción monetaria. Además, es muy importante para el sector laboral y económico del país, ya que genera fuertes ingresos por concepto de rentas de habitaciones.

Este puede tener diversas clasificaciones, según el nivel que ofrecen, el grado de confort y el lugar donde se encuentren. Según, el reglamento de hospedajes 2015, estos se clasifican y/o categorizan en la siguiente forma:

Cuadro N° 06: Clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje, Perú, 2016

Clase	Categoría
1. Hotel	Una a cinco estrellas
2. Apart Hotel	Tres a cinco estrellas
3. Hostal	Una a tres estrellas
4. Albergue	-.-

Fuente: Reglamento de hospedaje, 2015.

Cuadro N° 07: Requisitos mínimos para la categorización de un hotel.

Hotel					
Requisitos mínimos de equipamiento					
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
En habitaciones					
Frigobar	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el hotel.					
Requisitos mínimos de servicio					
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales					
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Servicio de custodia de equipaje	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios	Obligatorio	Obligatorio	Botiquín	Botiquín	Botiquín
Habitaciones					
Atención en habitación	Obligatorio	Obligatorio	-	-	-
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
(1) Servicio prestado en el Hotel o a través de terceros. (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del ministerio de Salud. (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.					
Requisitos mínimos del personal					
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 h.	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio	-	-

Fuente: Reglamento de hospedaje, 2015

Cuadro N° 08: Requisitos mínimos para la categorización de un apart-hotel.

Apart - hotel			
Requisitos mínimos de equipamiento			
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Generales			
Custodia de valores (individual en la habitación o caja fuerte común)	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Internet	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
En habitaciones			
Televisor	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Teléfono con comunicación nacional e internacional	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
- En el caso de los requisitos de teléfono, televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Apart-Hotel			
Requisitos mínimos de servicio			
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Generales			
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Apart- Hotel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de lavado y planchado	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de llamadas, mensajes internos y contratación de taxis	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Servicio de custodia de equipaje.	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Habitaciones			
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
(1) Servicio prestado en el Apart Hotel o a través de terceros. (2) Para las categorías de 4 y 5 estrellas el servicio puede ser brindado en el mismo local o a través de terceros. En caso se requiera botiquín, este deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud. (3) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.			
Requisitos mínimos del personal			
Requisitos	5 estrellas	4 estrellas	3 estrellas
Personal calificado	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Personal uniformado las 24 h.	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio

Fuente: Reglamento de hospedaje, 2015

Cuadro N° 09: Requisitos mínimos para la categorización de un hostel.

Hostal			
Requisitos mínimos de equipamiento			
Requisitos	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales			
Internet	Obligatorio	-	-
Caja fuerte en recepción	Obligatorio	-	-
En habitaciones			
Televisor	Obligatorio	-	-
- En el caso de requisitos de televisor, internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Hostel.			
Requisitos mínimos de servicio			
Requisitos	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Generales			
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Hostel	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Primeros auxilios	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
Habitaciones			
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud. (2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.			
Requisitos mínimos del personal			
Requisitos	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella
Personal calificado	Obligatorio	-	-
Personal uniformado las 24 horas	Obligatorio	-	-

Fuente: Reglamento de hospedaje, 2015

Cuadro N° 10: Requisitos mínimos para la clasificación de un albergue.

Albergue	
Requisitos mínimos de equipamiento	
Requisitos	
Generales	
Internet	Obligatorio
- En el caso de requisitos de internet u otros similares, se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva en el lugar donde se ubique el Albergue.	
Requisitos mínimos de servicio	
Generales	
Limpieza diaria de habitaciones y de todos los ambientes del Albergue.	Obligatorio
Primeros auxilios	Botiquín
Habitaciones	
Cambio regular de sábanas y toallas diario y cada cambio del huésped	Obligatorio
(1) Deberá contar con las especificaciones técnicas del Ministerio de Salud. (2) El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.	

Fuente: Reglamento de hospedaje, 2015

Cuadro N° 11: Hoteles de 5 y 4 estrellas en la ciudad de Iquitos.

Clasificación		Categoría	Nombre	Dirección
1.	Hotel	5 estrellas	Dorado plaza hotel	Jr. Napo 254
2.	Hotel	4 estrellas	Samiria jungle hotel	Jr. Ricardo Palma 159

Fuente: Oficina de iPerú, Iquitos, 2016.

Cuadro N° 12: Hoteles de 3 estrellas en la ciudad de Iquitos.

Clasificación		Categoría	Nombre	Dirección
1.	Hotel	3 estrellas	Victoria regia hotel & suites	Jr. Ricardo palma 252
2.	Hotel	3 estrellas	El dorado Isabel	Jr. Napo 362
3.	Hotel	3 estrellas	Parthenon hotel Iquitos	Av. Guardia civil 283
4.	Hotel	3 estrellas	Hotel sol del Oriente	Av. Quiñones km 2.5
5.	Hotel	3 estrellas	Royal inn & Casino hotel	Jr. Elias Aguirre 793
6.	Hotel	3 estrellas	Hotel acosta	Jr. Huallaga 254
7.	Hotel	3 estrellas	Hotel la posada del lobo	Jr. Cabo pantoja 417
8.	Hotel	3 estrellas	Copoazú	Jr. Prospero 544
9.	Hotel	3 estrellas	Hotel marañón	Jr. Nauta 285
10.	Hotel	3 estrellas	Hotel gran marañón	Jr. Loreto 446
11.	Hotel	3 estrellas	Real hotel Iquitos	Malecón Tarapacá 1
12.	Hotel	3 estrellas	Golden star	Jr. Bermudez 567
13.	Hotel	3 estrellas	Palau amazonas hotel	Jr. Huallaga 346
14.	Hotel	3 estrellas	Oro verde & suites	Jr. Ucayali 315
15.	Hotel	3 estrellas	Hotel Europa	Jr. Prospero 494

Fuente: Oficina de iPerú, Iquitos, 2016.

Cuadro N° 13: Hoteles de 2 estrellas en la ciudad de Iquitos.

Clasificación		Categoría	Nombre	Dirección
1.	Hotel	2 estrellas	La casona	Jr. Fitzcarrald 147
2.	Hotel	2 estrellas	Baltazar	Jr. Condamine 265
3.	Hotel	2 estrellas	Hotel Trujillo	Av. Alfonso Ugarte 651
4.	Hotel	2 estrellas	Hotel morona	Jr. Morona 420
5.	Hotel	2 estrellas	Hotel rio mar	Jr. Próspero 835
6.	Hotel	2 estrellas	Oti cerva hotel	Jr. Abtao 440
7.	Hostal	2 estrellas	Sándalo	Jr. Próspero 616

Fuente: oficina de iPerú, Iquitos, 2016.

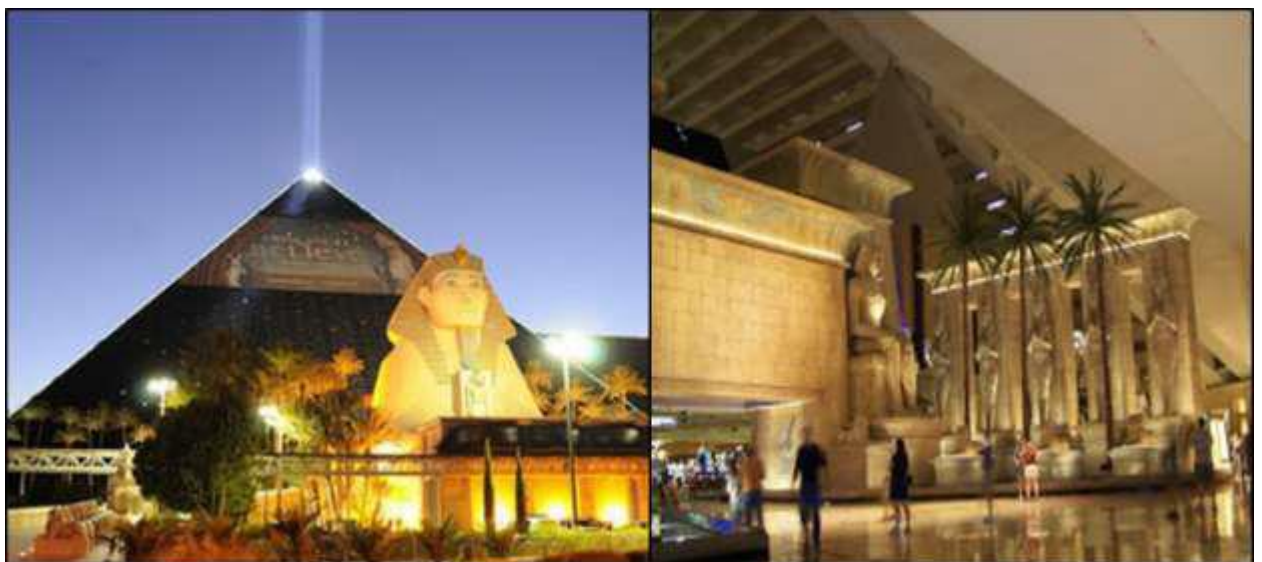
ESTABLECIMIENTOS TEMÁTICOS EN EL MUNDO

En el mundo existen varios hoteles temáticos, que permiten pasar una noche diferente al resto de alojamientos donde el cliente puede disfrutar de estar en un lugar extravagante. Hoy en día los hoteles temáticos ganan más importancia, por los experimentos a través de la búsqueda de las preferencias de los turistas. Por ejemplo tenemos los siguientes:

Hotel Luxor - Las Vegas, EE.UU.

El hotel Luxor se construyó en 1993, es el más famoso y solicitado en toda las Vegas. Su diseño es de una gran pirámide con la esfinge de Tutankamon, tiene 30 pisos, es el más alto en toda la ciudad y además, cuenta con 4,408 habitaciones. Su lujo se aprecia desde que se observa la forma de pirámide y la decoración de su interior tiene el estilo de un palacio del antiguo Egipto.

Figura N° 01: Instalaciones del hotel Luxor. EE.UU.



Fuente: <http://hotelesmaticosdelmundo.blogspot.pe/>

Hotel “The Venetian” - Las Vegas, EE.UU.

El hotel empezó a operar en 1999, ofrece la temática de Venecia. Cuenta con 4,049 suites y está categorizado en 5 diamantes en los Estados Unidos. En el lobby, los visitantes toman fotos del techo como si estuvieran en la capilla sixtina: el techo abovedado que va desde el área de la recepción hasta el casino. Es un complejo muy interesante que te hace sentir como si estuvieras en Venecia aunque nunca la hayas visitado.

Figura N° 02. Instalaciones del hotel the venetian, 2016



Fuente: <http://hotelesmaticosdelmundo.blogspot.pe/>

Hard days night hotel – Inglaterra

El hotel abrió sus puertas en el 2008, su objetivo es alojar a muchos de los fans de los Beatles que quieren impregnarse de una atmósfera beatle y compartir el hall, el lobby o el bar con otros fans.

Cuenta con 110 habitaciones, 2 suites y 1 capilla para casarse. Está decorado con pinturas del artista plástico norteamericano “Shannon”, ya que era el preferido de los Beatles y objetos que cuentan la historia del grupo de principio a fin. Además, puede escucharse su música por todas partes, ya que hay reproductores digitales disponibles y antiguas rockcolas con discos de vinilo.

Figura N° 03: Instalaciones del hotel Hard days night, 2016



Fuente: <http://hotelesmaticosdelmundo.blogspot.pe/>

Hotel Edén – Taiwán

Uno de los principales atractivos de este hotel es la “Baticueva”, una habitación para los que sueñan en ser un superhéroe como Batman, el justiciero que castiga a los malos. Cuenta con habitaciones decoradas con los símbolos del murciélago por todos lados, desde el cabecero de la cama, hasta la puerta de los armarios.

Cuenta con una jacuzzi en medio del cuarto, una Bat-televisión, un sofá con forma de Bat-móvil y todo aquello que se puede necesitar durante la estadía en Taiwán.

Figura N° 04: Instalaciones del hotel Edén, 2016



Fuente: http://m.spanish.china.org.cn/spanish/doc_1_26370_231290.html

Hotel Poseidón undersea resort - Isla Fiji

Este hotel abrió sus puertas en el 2010, se encuentra al sur de Estados Unidos, situado bajo el mar de la playa Jumeirah. Su creador es Bruce Jones, quien ha dedicado gran parte de su vida a diseñar todo tipo de “juguetes” submarinos para los famosos.

Su diseño está realizado con las últimas herramientas en innovación hasta conseguir que los visitantes y huéspedes se sientan como en sus propias casas en alguna de las 220 suites de las que dispone. Además, dispone de un spa, siete bares y siete restaurantes, uno de los cuales responde a las exigencias de los más exigentes paladares culinarios con una amplia variedad de degustaciones, una tienda de deportes acuáticos, una boutique, café para lectura, una capilla, una sala de teatro y otra para conferencias.

Figura N° 05: Instalaciones del hotel Poseidon undersea resort, 2016



Fuente: <https://mrworldwideblog.wordpress.com/2012/12/13/hotel-poseidon-islas-fiji/>

ESTABLECIMIENTOS TEMÁTICOS EN EL PERÚ

Wifala thematic hotel – Cusco

Hotel cómodo y con encanto, cuenta con habitaciones matrimoniales y dobles, que hacen que la estadía sea agradable. El servicio es especializado y personalizado, pues cuentan con personal capacitado donde los huéspedes disfrutan su estadía para recobrar energías después de visitar los atractivos de la ciudad de Cusco y sus alrededores.

Sus instalaciones han sido cuidadosamente decoradas, tematizadas por reconocidos artistas plásticos cusqueños, con colores armónicos tomando como base elementos la cultura e iconografía pre colombinas del Perú; logrando un espacio armónico con estilo, comodidad y modernidad.

Figura N° 06: Instalaciones del hotel Wifala, 2016



Fuente: <http://www.wifalahotel.com/>

Andean wings hotel – Cusco

Se encuentra ubicado a dos cuadras de la plaza de armas, en el corazón de la histórica ciudad, funciona en una totalmente restaurada casona colonial; una joya colonial del siglo XVI que combina estilo, lujo, confort para ofrecer una experiencia inolvidable, con comodidades de cinco estrellas y un servicio personalizado incomparable. Cuenta con 17 habitaciones y suites que están decoradas con antigüedades del lugar y obras de arte originales (todos disponibles para su compra).

Figura N° 07: Instalaciones del Andean wings hotel, 2016



Fuente: <http://andeanwingshotel.com/>

Hotel Hollywood suites – Lima

Es una cadena de hoteles, ubicados en Surco y San Miguel, que ofrece a sus visitantes la posibilidad de salir de sus casas para deleitarse de una velada especial.

Cuenta con habitaciones de pole dance (estrado, donde se puede realizar el famoso y sensual baile del tubo), look de discoteca (barra y luces de colores), y sillones de cuero (sillón potro con distintos accesorios: látigo, antifaz y boas de plumas).

Figura N° 08: Instalaciones del hotel Hollywood – Lima, 2016



Fuente: <http://www.hotelhollywood.com.pe/Surco/Suite.html>

ESTABLECIMIENTOS TEMÁTICOS EN LA CIUDAD DE IQUITOS

En la ciudad de Iquitos existen muchos establecimientos de hospedaje. Sin embargo, en cuanto a establecimientos temáticos se refiere, podemos encontrar solo a los hoteles boutique; teniendo a la “casa Morey” y el “Hotel época” ambos con la temática época del caucho.

Hotel Casa Morey

Este establecimiento es un monumento histórico, ubicado a las orillas del río Itaya en la ciudad de Iquitos, este hotel boutique cuenta con 14 habitaciones. Ofrece un ambiente de los tiempos pasados en alojamientos espaciosos y servicio personalizado. Construido por el opulento barón del caucho, Luis Morey en 1913. Ofrece visitas a la ciudad, excursiones por la selva y paseos en bote.

Figura N° 09: Instalaciones del hotel boutique Casa Morey, 2016



Fuente: <http://www.es.casamorey.com/el-hotel-casa-morey-iquitos/>

Hotel boutique Época

La casona fue edificada en 1902, en plena época del caucho.

Está ubicado en el malecón de la ciudad de Iquitos, con una vista espectacular hacia el río Itaya. Cuenta con 11 habitaciones decoradas totalmente con el estilo de la época del caucho, en los salones de la casona se pueden revivir los años dorados de la ciudad durante esa época.

Figura N° 10: Hotel boutique Época, 2016



Fuente: <http://www.booking.com/hotel/pe/epoca.es>

Analizando los dos últimos establecimientos ya mencionados, se puede apreciar que la ciudad de Iquitos no cuenta con un hotel categorizado que brinde una temática basada en la cultura loreana, es por ello que se pretende crear un hotel temático que proporcione una alternativa más para que los huéspedes vivan la experiencia de estar en la selva sin salir de la ciudad, un establecimiento hotelero que brinde al huésped un ambiente especial, con comodidades, decoración y servicios acorde a lo que se pretende ofrecer. Desde la decoración en las paredes, objetos de la habitación, y otras áreas públicas, al igual que la atención del personal. Para ello se considera realizar un estudio para conocer el mercado turístico existente en la ciudad de Iquitos y determinar si es atractivo crear un hotel temático el cual exprese la cultura loreana con la finalidad de culturizar y generar interés en los turistas.

El hotel tendrá como motivo expresar la cultura loreana, pasillos y habitaciones con decoración de flora y fauna, comunidades indígenas,

festividades (carnaval, san Juan, san Pedro y san Pablo, etc.); y la época más importante de la historia de la Amazonía que es la época del caucho. Además; el hotel debe brindar servicio de restaurante que ofrezca la gastronomía de la región con diseño rústico y contemporáneo; y una zona de wifi mitológico, estos serían los principales aspectos a los cuales se harían referencia para la tematización del hotel.

1.1.2 Formulación del problema.

El problema general identificado es el siguiente:

¿Existen preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreana en la ciudad de Iquitos?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cuál es la percepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos?

¿Cuál es el diseño del producto de un hotel temático que espera encontrar al alojarse en la ciudad de Iquitos?

1.2 Objetivos de la investigación.

1.2.1 Objetivo general.

Determinar las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreana en la ciudad de Iquitos.

1.2.2 Objetivos específicos.

- a. Analizar la percepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos.
- b. Determinar el diseño del producto de un hotel temático que espera encontrar los turistas nacionales y extranjeros al alojarse en la ciudad de Iquitos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes

Fleitas (2011), en su tesis *Análisis situacional del mercado turístico para la creación de un hotel temático basado en las tradiciones venezolanas, localizado en Puerto Ordaz, estado Bolívar*, tuvo como objetivo realizar un análisis situacional del mercado turístico actual

Su metodología de investigación fue descriptiva, ya que realizó una previa búsqueda de campo mediante la observación directa de los servicios turísticos. Su población de estudio lo conforman las agencias de viajes y hoteles ubicadas en la ciudad de Puerto Ordaz, Estado Bolívar, de cada una de ellas tomó como muestra a 20 agencias de viajes y 08 hoteles de la ciudad.

Concluye que, se puede generar una gran oportunidad para la creación del hotel temático con categoría 5 estrellas, ya que la ciudad de Puerto Ordaz ofrece dos hoteles de esta categorización, dejando una demanda insatisfecha notable al momento de poseer todas las habitaciones ocupadas.

Observa que los hoteles de 4 estrellas de Puerto Ordaz, también generan un alto nivel de ocupación, ya que representa la segunda opción que tienen los clientes, al momento de elegir un establecimiento obligatorio para sustituir a los hoteles 5 estrellas. Por otro lado, las personas que van de paso por la ciudad se dirigen al parque nacional Canaima y a la ruta de la gran sabana, para lo cual sugiere proponer un centro de información turística en el hotel temático.

Finalmente, la temática que propone describe cada pueblo venezolano y es otro motivo por el cual Venezuela es una excelente opción para el turista, más aún si se logra unir las tradiciones más representativas de cada Estado en un mismo lugar.

Xinwei (2012), en su tesis *Estudio de factibilidad y viabilidad para la creación del hotel temático Allpasumaq en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha*, tuvo como objetivo evaluar la factibilidad financiera de crear un hotel temático.

Su metodología de investigación fue descriptiva, ya que analizó a la ciudad y en especial su entorno comercial y turístico. Su población de estudio lo conforman 234,682 personas, teniendo como muestra a 384 personas.

Concluye que, el turismo es la tercera industria más importante del Ecuador y que produce altos ingresos y a la vez es un generador de empleos. El estudio financiero de este proyecto comprobado con el TIR y el VAN determinaron la factibilidad de la idea de negocio, siendo conveniente de aceptar y realizar la inversión, con la finalidad de alcanzar una alta rentabilidad. Además, a través del adecuado desarrollo del Plan de marketing se pudo desplegar las estrategias que viabilicen la promoción y comercialización del servicio turístico a través de una promoción directa a los clientes mediante páginas web del hotel, redes sociales, y marketing móvil; e indirecta a través de motores de reservas y agencias de viaje.

Finalmente con la elaboración del estudio organizacional de la empresa pudo determinar los parámetros necesarios para el correcto funcionamiento de una compañía de servicios destinada a crecer y satisfacer necesidades de los clientes, en este caso, huéspedes del hotel Allpasumaq, tomando en cuenta sus estructuras, personal, misión, visión, entre otros, orientada siempre a cumplir su papel de empresa turística que busca brindar al huésped relajación, esparcimiento y descanso.

Carpintero (2007) en su tesis *Análisis de los factores de mercado, estructurales y mercadotécnicos relevantes para la realización de un anteproyecto de inversión hotelera en el barrio de San Telmo, ciudad autónoma de Buenos Aires*. Tuvo como objetivo analizar

la estructura de los hoteles.

Su metodología fue tipo explorativa y descriptiva. Su población lo conformaron los hoteles temáticos.

Concluye que, con la intención de captar el segmento del mercado es que propone el anteproyecto de inversión basado en un hotel temático de los años 20, consiste en un producto diferenciado con un verdadero valor agregado que intenta satisfacer y superar las necesidades y expectativas de dichos clientes particulares, ofreciendo la posibilidad de vivir una experiencia única, de poder acceder a una capsula del tiempo que proporcione una vivencia inigualable.

A su vez, pudo conocer las características del cliente objetivo que conforma un mercado actual de los hoteles temáticos de la ciudad autónoma de Buenos Aires. El tener información detallada y pertinente sobre el público que consume este particular producto fue de vital importancia para poder así diseñar un producto que se ajuste a las necesidades y deseos de los potenciales consumidores, a la vez se corroboró el alto nivel de aceptación del producto propuesto por parte de los mismos.

Andrade (2012) en su tesis *Estudio de factibilidad para la creación de un hotel temático en cantón Gualaceo para el periodo 2012-2016*, tuvo como objetivo proporcionar la información necesaria sobre el mercado, clientes y demanda futura.

Su metodología empleada para este estudio fue cuantitativa; la población considerada para su estudio estuvo conformado por 4000 turistas extranjeros, teniendo como muestra a 448 personas.

Concluye que los resultados del estudio de factibilidad para la creación de un hotel temático de cinco estrellas en la ciudad de Gualaceo han sido negativos

debido a que planteó como objetivo al turista extranjero pero el 95% de turistas que visitan la ciudad de Gualaceo en Ecuador son turistas nacionales y solo el 5% son extranjeros. Y que estos turistas nacionales no cuentan con las condiciones económicas para cubrir los costos que brinda un hotel de esta categoría. Sin embargo los turistas extranjeros si están en las condiciones para hospedarse en este hotel temático pero la demanda de turistas que visitan esa ciudad es baja. Estos resultados indican que no se generarían grandes beneficios para el hotel sino más bien grandes pérdidas debido a que los ingresos que producirían los turistas extranjeros no cubrirían ni los costos en los que incurre el hotel para su normal funcionamiento.

Polar (2013) en su tesis *Estudio de mercado para la creación de un hotel temático- ecológico en Cabanaconde - Caylloma y su importancia para el desarrollo turístico en el 2013*, tuvo como objetivo realizar el estudio de mercado para la creación de un hotel temático. Su metodología empleada para este estudio es descriptiva.

La población estuvo conformado por 164,114 de turistas nacionales y extranjeros quienes arribaron a la ciudad y muestra a 339 turistas.

Concluye que el turista nacional muestra interés para hospedarse en un hotel temático – ecológico y los turistas extranjeros prefieren establecimientos ubicados en áreas naturales y un alto porcentaje de preferencia por un hotel temático- ecológico. Y los competidores actuales que más se aproximan al producto que se propone, se encuentran ubicados en la ciudad de Caylloma pero no en el distrito de Cabanaconde.

Palomares (2012), en su tesis *Análisis situacional del mercado turístico para un hotel temático basado en las tradiciones limeñas, ubicado en el distrito de Barranco en la ciudad de Lima*, tuvo como objetivo realizar un análisis situacional del mercado turístico actual.

Su metodología empleada para este estudio es descriptiva. La población estuvo conformada por todos los turistas nacionales y extranjeros, quienes visitaron la ciudad de Lima en el 2012, y muestran a 150 turistas nacionales y 150 turistas extranjeros.

Concluye que en la actualidad cuenta con variedad de restaurantes y bares temáticos, así como lugares de recreación que promueven la historia o cultura limeña. Sin embargo en el aspecto de alojamiento turístico, no se ha implementado ninguna propuesta de creación de un establecimiento de hospedaje temático, en este caso vender cultura y tradiciones limeñas.

Finalmente considera que los turistas extranjeros son los que más están dispuestos a hospedarse en un hotel temático basado en las tradiciones limeñas. Sin embargo, la población limeña manifiesta una gran pérdida de interés por el aprendizaje su propia cultura e historia nacional.

2.2 Marco teórico.

2.2.1 Turismo

OMT (1998), "el turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran periodos inferiores a un año"

Arrillaga (1955), "es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar".

PENTUR El Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, como herramienta de visión del sector que permite reconocer los lineamientos y estrategias a seguir para el desarrollo de la actividad turística en el Perú. Asimismo, esta herramienta marca la pauta

respecto a las necesidades de actuación conjunta intersectorial.

Este plan es actualizado cada cinco años, a partir de su aprobación o su última publicación, salvo circunstancias que ameriten una actualización antes del plazo indicado.

2.2.2 Hotel temático

Andrade (2012), lo define como “hoteles únicos con personalidad propia de diseño y sofisticación inigualables, donde cada elemento se piensa para el confort de quienes lo visitan. Un ambiente romántico o un toque artístico especial que no puede faltar, para hacer de cada estadía una experiencia que quede grabada entre los mejores recuerdos del huésped”.

López (2010), lo define como un “hotel que ofrece al visitante un ambiente especial, comodidades y decoración acorde a un tema en específico”.

Polar (2013), lo define como “una tendencia que viene siendo desarrollada por algunas empresas del turismo y ocio que buscan satisfacer una demanda a fin de una determinada marca. Existen tres formas de tematizarlo, puede ser un tema central para todo el hotel, tematizar solo las habitaciones o tematizar solo una zona”.

Xinwei (2012), lo define como “un concepto diferente de alojamiento, que brinda no solo el hospedaje y los servicios regulares de la hotelería, sino una ambientación dedicada a un tema particular, que se combina con actividades, cursos y eventos relacionados. Estos hoteles se diferencian de las grandes cadenas por ofrecer un nivel de alojamiento, servicios e instalaciones excepcionales y personalizadas.”

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Ambientación hotelera

Ingrid (2011), la ambientación dentro de un establecimiento hotelero está considerada como parte fundamental de un servicio a la hora de satisfacer al cliente, es decir que en muchos de los casos hay clientes que buscan un lugar acorde a sus gustos y necesidades, que mejor si se puede ofrecer un lugar con estas exigencias, lo cual le permita satisfacerlo.

2.3.2 Diseño del producto

Schroeder (2005), El diseño del producto es de suma importancia para el desarrollo y supervivencia de las empresas. Existen industrias que cambian con rapidez, y la introducción de nuevos productos bien diseñados ha constituido parte fundamental de su éxito. El diseño del producto puede estar enfocado tanto a bienes como servicios. Se puede establecer una serie de elementos que constituyen el diseño de productos.

2.3.3 Características para elegir un hotel

Nicuesa (2016), “Elegir un buen hotel es una decisión positiva para tener esa sensación agradable de “estar como en casa”.

2.3.4 Cultura

Geertz (1990), sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida.

Malinowski (1931), es la herencia social, es una realidad instrumental que ha aparecido para satisfacer las necesidades del hombre que sobrepasan su adaptación al medio ambiente. La cultura es un todo integrado.

Tylor (1995), la cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las

costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre.

2.3.5 Estrategias de publicidad

Kotler (2008), las estrategias son acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo de marketing, objetivos tales como captar más clientes, incentivar las ventas, dar a conocer los productos, informar sobre sus principales características.

2.3.6 Festividades

Flores (2011), reunión de personas para celebrar un acontecimiento o divertirse. Por lo general, una fiesta suele acompañarse de comida y bebida, y a menudo también de música y baile. Algunas se llevan a cabo en honor de una persona, día o evento concretos; a este tipo de festividades también se les suele denominar: Fiestas, celebraciones o conmemoraciones.

2.3.7 Grado de satisfacción

Kotler (2008), define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

2.3.8 Grupos étnicos

Bodmer (2009), "Las poblaciones indígenas amazónica se caracterizan por una mayor diversidad de lenguas y situaciones de mayor o menor contacto con la sociedad occidental; es necesario resaltar que los grupos étnicos no han estado históricamente tan aislados como se suele pensar. Si bien existieron algunos grupos que optaron por un aislamiento voluntario.

2.3.9 Hotel boutique

Anhar (2001), “los hoteles boutique son inventados en 1980, en Nueva York, pero su expansión definitiva se produjo a finales de los años 1990. El hotel boutique, en contraposición, busca un estilo y carácter propio”.

Zisko (2013), “los hoteles boutique son generalmente más pequeños que sus propiedades hermanas de gran tamaño, tienen un estilo arquitectónico único y un tema que los distingue. Estos hoteles no están estandarizados, sino que están diseñados para proporcionar una atención personalizada a cada huésped en un ambiente íntimo”.

2.3.10 Servicios complementarios

Pecosa (1998), la diversidad de servicios hoteleros constituye por sí mismos una mezcla, ya que cuanto mayor número de servicios diferentes se ofrezcan, mayor número de segmentos de mercado se captan. Es decir, cuanto más profundo sea cada servicio, más lealtad y penetración se obtiene de cada segmento.

2.3.11 Slogan

Pérez (2010), es una frase usada en un contexto comercial o político como expresión de una idea o de un propósito publicitario. Se dice que los eslóganes publicitarios son el medio más efectivo de atraer la atención del público sobre uno o varios aspectos del producto. Estos deben ser cortos y simples, la afirmación tiene que ser positiva, recordable y sobre todo original.

2.3.12 Turismo según motivo de viaje

OMT (2005), El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a distintas tipologías permite identificar diferentes

subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.)

2.3.13 Percepción

Neisser (1967), la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo-anticipatorio, que le permite contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo según se adecue o no a lo propuesto por el esquema.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1 Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general:

Sí existen preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreana en la ciudad de Iquitos.

3.1.2 Hipótesis específicas:

La percepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos son establecimientos comunes y fríos.

El diseño de las habitaciones que el turista espera encontrar al alojarse en la ciudad de Iquitos es referente a las principales comunidades indígenas.

Cuadro N° 14: Variables, indicadores e índices.

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Creación de un hotel temático.	1. Percepción del cliente	1.1 Motivo de viaje 1.2 Característica más importante para elegir un hotel. 1.3 Calificación del turista al hotel en el que se hospedó en la ciudad de Iquitos. 1.4 Ubicación y experiencias anteriores en hoteles temáticos. 1.5 Grado de satisfacción de los turistas sobre el hotel temático visitado. 1.6 Interés por la creación de un hotel temático basado en la cultura loreana. 1.7 Interés de hospedarse en un hotel temático basado en la cultura loreana.
	2. Diseño del producto	2.1 Ubicación 2.2 Decoración externa e interna 2.3 Contenido de la habitación y servicios complementarios. 2.4 Slogan del hotel 2.5 Estrategias de publicidad y promoción

Fuente: Anexo 03, matriz de consistencia de la presente tesis.

3.2. Tipo de investigación

En la presente investigación, la categoría de investigación a utilizar fue descriptivo porque permite describir la situación en un momento dado y no requieren la observación de los sujetos estudiados durante un periodo de tiempo.

3.3 Marco poblacional y muestra

3.3.1 Población

La población conformada por 193,662 turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Iquitos, ubicados en el cuadro N° 01 y cuadro N° 02.

Criterios de inclusión:

Personas u acompañantes mayores de 18 años, ya que las personas mayores de edad pueden dar una opinión más certera a las preguntas (turistas de ambos sexos).

Criterios de exclusión:

Fueron excluidos todas aquellas personas u acompañantes menores de 18 años.

Se excluyen personas en estado alcohol notorio.

Turistas nacionales o extranjeros que no desean participar en el estudio de investigación.

3.3.2 Muestra

$$n = \frac{z^2 pqN}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

En donde:

N : Tamaño de la

muestra Z : Nivel

de confianza

p : Probabilidad de éxito

q : Probabilidad de fracaso

e : Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Turistas nacionales: 157,613

Turistas extranjeros: 36,049

N = 193662

Z (95%) 1.96

p = 0.6

q = 0.4

e = 0.05

Muestra:

n =	368
-----	-----

3.4 Técnica

Cuadro N° 15: Validez de constructo:

INDICADORES	INDICES	PREGUNTAS
Percepción del cliente	Motivo de viaje	4
	Característica más importante para elegir un hotel.	5
	Calificación del turista al hotel en el que se hospedó en la ciudad de Iquitos.	6
	Ubicación y experiencias anteriores en hoteles temáticos.	7
	Grado de satisfacción de los turistas sobre el hotel temático visitado.	8
	Interés por la creación de un hotel temático basado en la cultura loretana.	9
	Interés de hospedarse en un hotel temático basado en la cultura loretana.	10
	Diseño del producto	Ubicación
Decoración externa		12
Decoración interna		13
Contenido de la habitación		14
Servicios complementarios		15
Slogan del hotel		16
Estrategias de publicidad y promoción		17

Fuente: Anexo N°01 y anexo N°03

3.5 Instrumento de recolección de datos

El cuestionario:

3.6 Ética

En la presente investigación se respetó los derechos intelectuales, y en el uso de información se citan a los autores.

Además, la información recolectada en encuestas fue de carácter anónimo, confidencial y privado, que respeta a las personas informantes.

CAPITULO IV RESULTADOS

Cuadro N°16: Género de sexo de los turistas encuestados.

	Sexo		TOTAL	Porcentaje
	Femenino	Masculino		
Turistas nacionales	86	98	184	50%
Turistas extranjeros	83	101	184	50%
TOTAL	169	199	368	
Porcentaje	46%	54%		100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

Cuadro N° 17: Procedencia de los turistas nacionales:

Procedencia	Turistas nacionales
Arequipa	4
Cajamarca	1
Chiclayo	8
Cusco	6
Huancayo	1
Ica	9
Junín	2
Lima	112
Piura	8
Pucallpa	5
Tacna	1
Tarapoto	10
Trujillo	10
Tumbes	7
TOTAL	184

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

Cuadro N° 18: Procedencia de los turistas extranjeros.

Procedencia	Turistas extranjeros	%
América	136	74%
Europa	43	23%
Asia	5	3%
TOTAL	184	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

Cuadro N° 19: Edad de los turistas encuestados.

Edad	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Turistas	
18-25	41	17	58	16%
26-35	80	107	187	51%
36-45	44	42	86	23%
46 -más	19	18	37	10%
TOTAL	184	184	368	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

Cuadro N° 20: Motivo de viaje de los turistas encuestados

Motivo de viaje	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Turistas	
Vacaciones	94	159	253	69%
Negocios	66	17	83	23%
Visita familiar	18	4	22	6%
Estudio	6	4	10	3%
TOTAL	184	184	368	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

Cuadro N° 21: Característica más importante para los turistas al elegir un hotel.

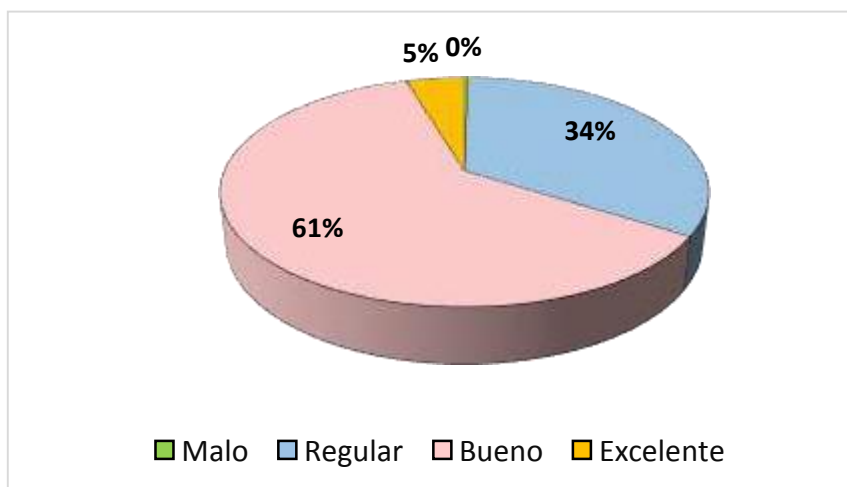
Características	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Turistas	
Precio	23	49	72	20%

Calidad	79	77	156	42%
Seguridad	65	56	121	33%
Servicios complementarios	17	2	19	5%
TOTAL	184	184	368	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Iquitos, 2016.

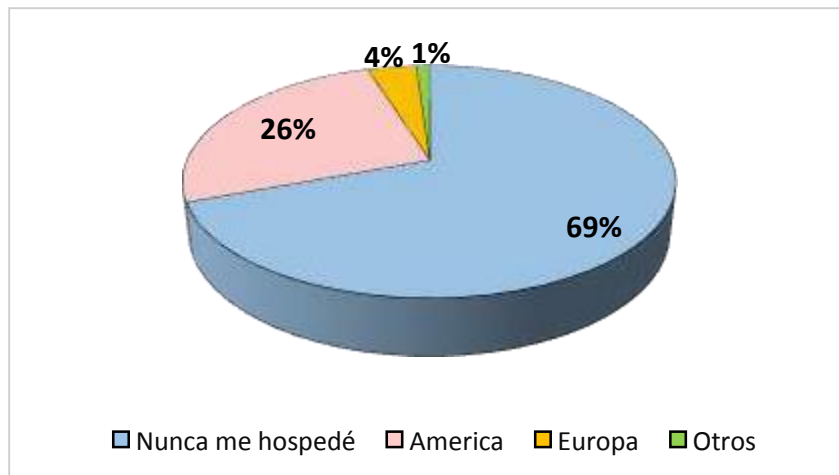
En el gráfico N° 03 se puede observar que el 61% de los turistas encuestados calificaron al hotel en el que se hospedaron como bueno, 34% lo calificó como regular, y el 5% lo calificó como excelente. Teniendo como mayoría al 61% de turistas que calificaron al hotel en el que se hospedaron en la ciudad de Iquitos como bueno.

Gráfico N° 03: Calificación de los turistas encuestados al hotel en el que se hospedaron en la ciudad de Iquitos.



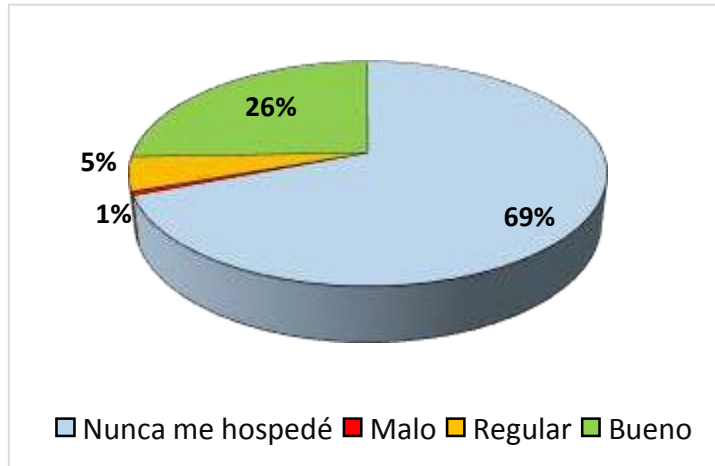
En el gráfico N° 04 se puede observar que 69% de los turistas encuestados nunca se hospedaron en un hotel temático, el 26% se hospedó en un hotel temático ubicado en el continente americano, el 4% en el continente europeo y el 1% se hospedo en otro continente. Teniendo como mayoría al 69% de turistas que nunca se hospedaron en un hotel temático.

Gráfico N° 04: Ubicación y experiencias anteriores en hoteles temáticos a los turistas encuestados.



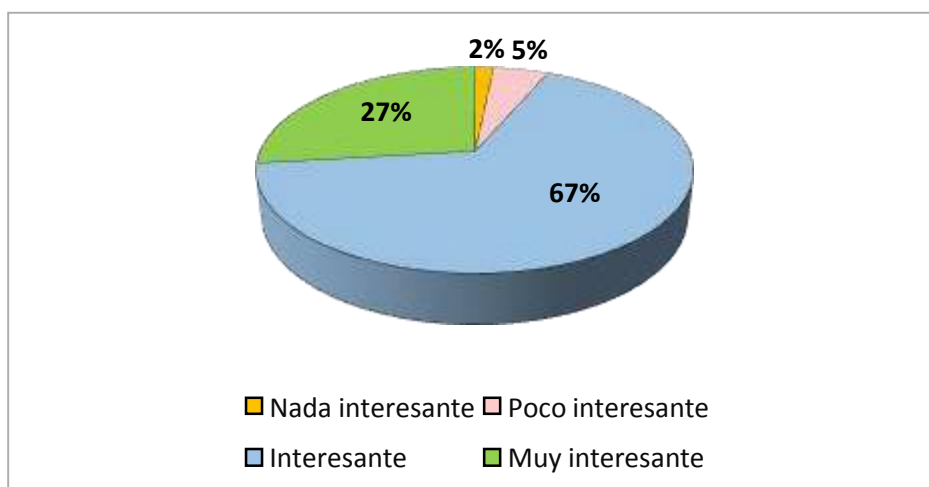
En el gráfico N° 05 se puede observar que el 69% de los turistas encuestados nunca se hospedaron en un hotel temático, el 26% calificó como buena a la experiencia de haberse hospedado en ese hotel, el 5% lo calificó como regular y el 1% calificó como mala experiencia.

Gráfico N° 05: Grado de satisfacción de los turistas encuestados sobre el hotel temático visitado.



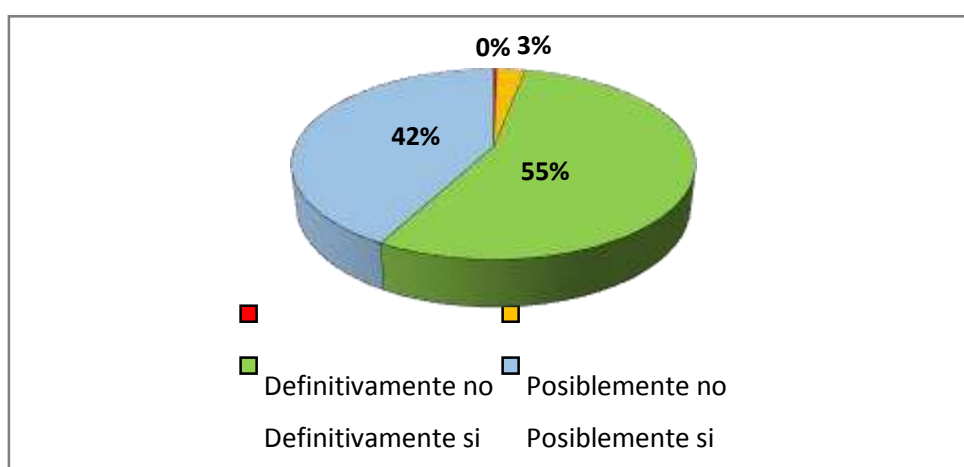
En el gráfico N° 06 se puede observar que el 67% de los turistas encuestados consideran interesante la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана en la ciudad de Iquitos, el 27% lo considera muy interesante, el 5% lo considera poco interesante y el 2% consideran nada interesante.

Gráfico N° 06: Nivel de interés de los turistas encuestados por la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана.



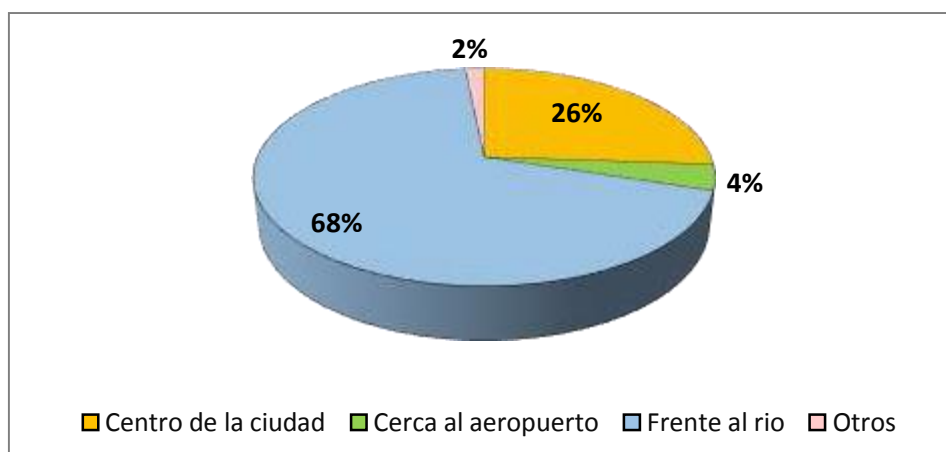
En el gráfico N° 07 se puede observar que el 55% de los turistas encuestados definitivamente si se hospedarían en el hotel temático Amazonía Plus, el 42% posiblemente si se hospedarían y el 3% posiblemente no se hospedarían.

Gráfico N° 07: Preferencia de los turistas nacionales y extranjeros por hospedarse en un hotel temático basado en la cultura loreтана.



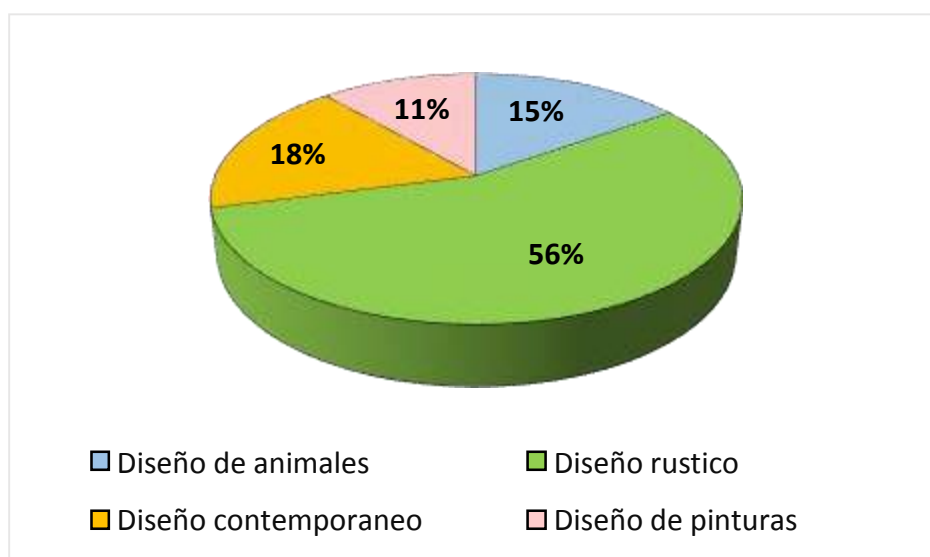
En el gráfico N° 08 se puede observar que el 68% de los turistas encuestados prefieren que frente al río sea la ubicación del hotel temático Amazonía Plus, 26% prefiere el centro de la ciudad, el 4% prefiere cerca al aeropuerto, y el 2% prefiere otra ubicación.

Gráfico N° 08: Ubicación preferida por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



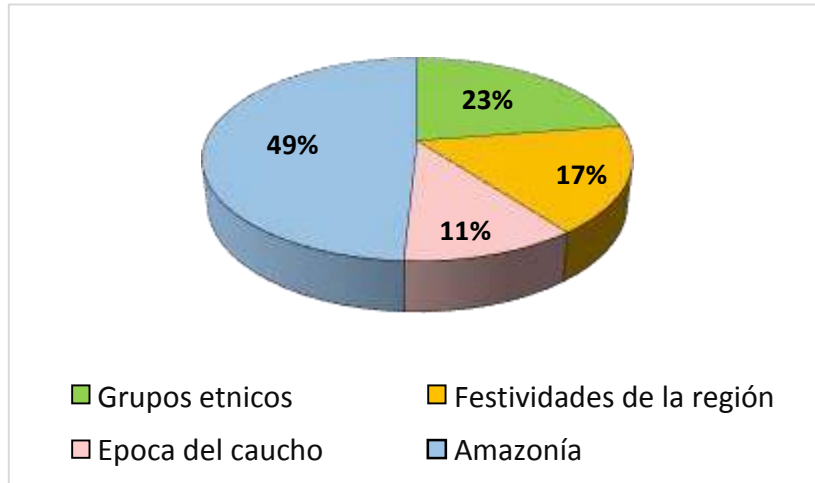
En el gráfico N° 09 se puede observar que el 56% de los turistas encuestados prefiere el diseño rústico para la decoración externa del hotel temático Amazonía Plus, el 18% prefiere el diseño contemporáneo, el 15% prefieren el diseño de animales y el 11% prefiere el diseño en pinturas.

Gráfico N° 09: Decoración externa preferida por los turistas nacionales y extranjeros para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



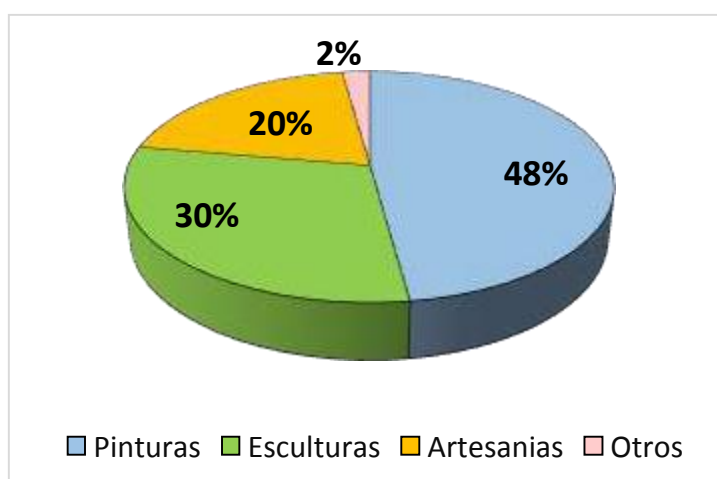
En el gráfico N° 10 se puede observar que el 49% de los turistas encuestados prefiere a la Amazonía como decoración para la habitación del hotel temático Amazonía Plus, 23% prefieren la decoración de los grupos étnicos, el 17% prefiere la decoración basada en las festividades de la región y el 11% prefiere la decoración sobre la época del caucho.

Gráfico N° 10: Decoración de la habitación preferida por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



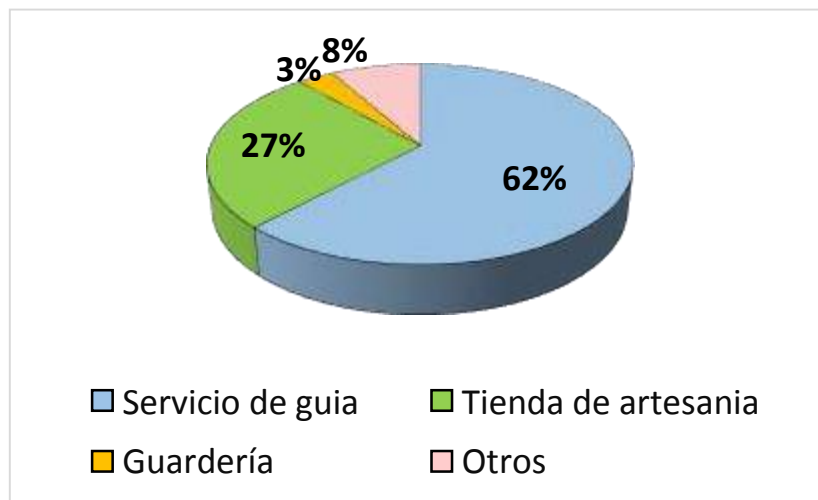
En el gráfico N° 11 se puede observar que el 48% de los turistas encuestados prefieren que la habitación contenga pinturas, el 30% prefiere las esculturas, el 20% prefiere las artesanías y el 2% prefieren otros accesorios para la habitación.

Gráfico N° 11: Contenido de la habitación propuesta por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



En el gráfico N° 12 puede observar que el 62% de los turistas encuestados prefieren el servicio de guía como servicio complementario para el hotel temático Amazonía Plus, el 27% prefiere tienda de artesanía, el 8% prefieren otros servicios complementarios y el 3% prefiere el servicio de guardería.

Gráfico N° 12: Servicio complementario preferido por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



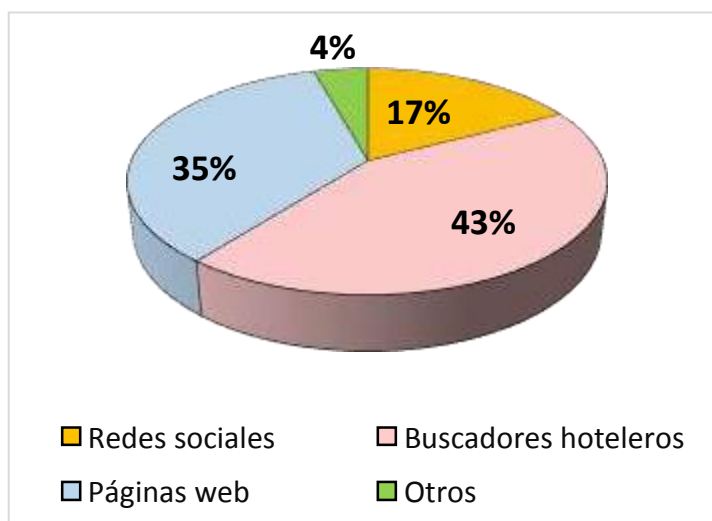
En el gráfico N° 13 se puede observar que el 29% de los turistas encuestados prefiere “un viaje al paraíso” como slogan del hotel temático Amazonía Plus, el 27% prefiere “el paraíso por descubrir”, 26% prefiere “la Amazonía por vivir” y el 19% prefiere “una experiencia única”.

Gráfico N° 13: Slogan propuesto por los turistas encuestados para el hotel temático basado en la cultura loreтана.



En el gráfico N° 14 se puede observar que el 43% de los turistas encuestados utilizan los buscadores hoteleros, el 35% utiliza la página web, el 17% utiliza las redes sociales y el 4% utiliza otros medios para la búsqueda de hoteles.

Gráfico N° 14: Red más usada por los turistas encuestados para la búsqueda de hoteles.



CONCLUSIONES

A través de la presente tesis, se concluye que:

a. Los turistas nacionales y extranjeros tienen preferencias por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreana en la ciudad de Iquitos; por lo que se puede determinar que la creación de este tipo de alojamiento sí es posible y sería muy provechoso para aquel que desee invertir en él.

b. El mayor porcentaje de turistas tanto nacionales como extranjeros calificaron como bueno a los establecimientos hoteleros donde se alojaron en la ciudad de Iquitos, siendo el motivo principal de viaje por vacaciones, seguido de los que vienen por negocios y trabajo.

Los turistas optan como prioridad la calidad de un hotel al momento de elegir donde hospedarse.

La mayoría de turistas encuestados nunca se hospedaron en un hotel temático, desconociendo su significado y sus características, pero sí estarían dispuestos a hospedarse en uno.

c. Los turistas nacionales y extranjeros desean hospedarse en un hotel temático que su ubicación sea frente al río, porque tiene una mejor vista hacia la naturaleza y reflejaría tranquilidad.

Prefieren el diseño rústico para la decoración externa del hotel temático, proponen que las habitaciones estén decoradas con temática de la Amazonía, les gustaría que contengan pinturas y a otros las esculturas dentro de las habitaciones, siendo el servicio de guía como un servicio complementario para el hotel.

Además los buscadores hoteleros son la fuente principal para que los turistas busquen y reserven sus habitaciones.

RECOMENDACIONES

Al conocer que el estudio para la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана tiene una aceptación favorable por los turistas, se recomienda lo siguiente:

- a. Invertir en este hotel temático ya que a través de este estudio se pudo obtener resultados positivos y con la aceptación de los turistas nacionales y extranjeros para su creación. Teniendo en cuenta que la ciudad de Iquitos carece de este tipo de alojamiento y siendo un motivo más para que el turista visite la ciudad.
- b. Contar con personal altamente calificado y con vocación a su trabajo para que brinde un servicio excelente ya que en la ciudad de Iquitos actualmente los hoteles no llegan a cumplir con un alto servicio de calidad. Además de capacitación permanente al personal.

Brindar promociones y ofertas en temporadas altas y bajas, de acuerdo al número de huéspedes o número de días; las cuales dependerán de los convenios que se realice con entidades públicas o privadas y público en general.

La publicidad y promoción debe desarrollarse en los medios de comunicación y redes sociales para motivar a los turistas nacionales y extranjeros a tener una experiencia diferente a lo habitual.

- c. El hotel deberá estar ubicado específicamente en el malecón Tarapacá ya que se encuentra frente al río y en una zona céntrica de la ciudad.

El diseño externo para el hotel debe ser elaborado netamente con productos naturales y rústicos que reflejen la realidad de la selva, dando así oportunidad de trabajo a aquellas personas

expertas en esta área.

Dar prioridad al número de habitaciones con decoración amazónica, no dejando de lado las otras decoraciones (época del caucho, grupos étnicos y festividades). Además, dividir los pisos con cada una de las decoraciones mencionadas anteriormente. Tener su propia página web y tener su cuenta en facebook, tripadvisor, booking, etc., para realizar previas reservaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade V. 2012. Tesis Estudio de factibilidad de un hotel en el cantón de Gualáceo para el periodo 2012- 2016, para obtener el grado de Ingeniería en Comercial, Universidad de Cuenca. Ecuador.
- Anhar L. 2001. The definition of boutique hotels., HVS international,
- Arriaga J. 1955. Publicación “Turismo en la economía nacional”. Madrid, España
- Bodmer. 2009. Pueblos indígenas de la amazonia peruana. Iquitos Perú
- Carpintero N. 2007. Tesis Análisis de los factores de mercado, estructurales y mercadotécnicos relevantes para la realización de un anteproyecto de inversión hotelera en el barrio de San Telmo, Ciudad autónoma de Buenos Aires. Para optar el título profesional de licencia en turismo y hotelería, Universidad Abierta Interamericana. Venezuela.
- Fleitas V. 2012. Tesis Análisis situacional del mercado turístico para la creación de un hotel temático basado en las tradiciones venezolanas, localizado en Puerto Ordaz, estado Bolívar. Para optar el título profesional de administrador de empresas, Universidad Nueva Esparta.
- Flores C. 2011. “Festividades y tradición en Venezuela”. Venezuela.
- Geertz C. 1990. Libro “Interpretación de las culturas”. Nueva visión. Buenos Aires, Argentina.
- Ingrid S. 2011. Tendencias actuales en ambientación hotelera.
- Ecuador Kotler P. 2008. Libro “Fundamentos de Marketing”. Octava edición. México
- López R. 2010. “Hotel temático, “Un concepto novedoso en turismo”. Primera edición. Lima, Perú.
- Malinowski B. 1931. Libro “Una teoría científica de la cultura”.
- Neisser U. 1967. Libro “Procesos cognitivos y realidad, principios e

implicaciones de la psicología cognitiva. Madrid, España”.

Organización Mundial del Turismo (OMT). 1998. “Introducción al turismo”.

Palomares C. 2012. Tesis “Análisis situacional del mercado turístico para un hotel temático basado en las tradiciones limeñas, ubicado en el distrito de barranco en la ciudad de Lima”, para obtener el título profesional de Licenciada en Turismo y hotelería. Perú.

Pecosa. 1998. Servicio hotelero. México

Polar A. 2013. Tesis Estudio de mercado para la creación de un hotel temático- ecológico en Cabanaconde - Caylloma y su importancia para el desarrollo turístico en el 2013”, para obtener el título profesional de Licenciada en Turismo y hotelería. Arequipa. Perú.

Schroeder. 2005. Administración de Operaciones. McGraw Hill.

España Tylor E. 1995. “Cultura”. Publica en Primitive culture.

Reino unido.

Xinwei.L. 2012. Tesis Estudio de factibilidad y viabilidad para la creación del hotel temático Allpasumaq en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, para el grado de Ingeniería en Administración de empresas hoteleras y turística, Universidad de las américas. Ecuador.

WEBGRAFÍA

Arellano. 2011 Amazonía: Los problemas de una maravilla natural.
Disponible en: <http://arellanojuan.com/amazonia-los-problemas-de-una-maravilla-natural/>

Nicuesa. 2016. Como elegir un buen hotel.
Disponible en:
<http://www.puntofape.com/author/maite/>

OMT (2005) Glosario Básico. Disponible en:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Pérez. 2010. Definición de slogan.
Disponible en
<http://definicion.de/slogan/>

Vílchez. 2015 Crisis turística - pro y contra. Disponible en:
<http://proycontra.com.pe/el-descenso-de-visitantes-a-iquitos/>

Zisko. 2013. Qué son los hoteles boutique. Disponible en:
http://www.ehowenespanol.com/son-hoteles-boutique-sobre_261315/

ANEXO 01: Encuesta para turistas nacionales

A continuación le mostraremos una serie de preguntas para conocer la percepción que tiene usted acerca de crear un hotel temático basado en la cultura loreтана en la ciudad de Iquitos y si usted estaría dispuesto a hospedarse en él.

- ❖ *Hotel temático*: Es un establecimiento hotelero que ofrece al huésped un ambiente especial, comodidades, decoración, actividades y servicios, acorde a un tema específico.

INSTRUCCIONES PARA RESPONDER EL CUESTIONARIO:

- Lea las preguntas atentamente, revise todas las opciones y marque solo una alternativa
- Piense antes de contestar y procure no equivocarse porque no puede borrar ni tachar.

INFORMACION GENERAL:

1 **Género:** a) Masculino 1 b) Femenino 2

2 **Procedencia:** _____

3 **Edad** : a) 18 – 25 1 b) 26- 35 2 c) 36- 45 3 d) 46- a más 4

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4. **¿Cuál es su motivo de viaje a la ciudad de Iquitos?**

a) Vacaciones 1 b) Negocios 2 c) visita familiar 3 d) educación 4

5. **¿Cuál es la característica más importante para elegir un hotel?**

a) Precio 1 b) Calidad 2 c) seguridad 3 d) Servicios 4
complementarios

6. **¿Cómo calificaría usted al hotel en el que se hospedó en la ciudad de Iquitos?**

a) Malo 1 b) Regular 2 c) Bueno 3 d) Excelente 4

7. **Si usted se hospedó alguna vez en un hotel temático. ¿En qué continente se encuentra ubicado?**

a) Nunca me 1 b) América 2 c) Europa 3 d) Otros. 4 hospedé

8. **¿Cómo calificaría la experiencia de haberse hospedado en ese hotel temático?**

- a) Nunca me 1 b) mala 2 c) regular 3 d) buena 4

9. **¿Considera interesante la creación de un hotel temático sobre la cultura loreтана?**

- a) Nada 1 b) Poco 2 c) Interesante 3 d) Muy 4
Interesante interesante interesante interesante

10. **¿Usted estaría dispuesto a hospedarse en el hotel temático Amazonía Plus?**

- a) Definitivamente 1 b) Probablemente 2 c) Definitivamente 3 d) Probablemente 4
No No Si Si

11. **¿Cuál es el lugar que más le gustaría para la ubicación del hotel temático Amazonía Plus?**

- a) Centro de la 1 b) cerca al 2 c) frente al río 3 d) Otros 4
ciudad aeropuerto

12. **¿Cuál es el mejor diseño para la decoración externa del hotel Amazonía Plus?**

- a) Diseño de 1 b) Diseño 2 c) Diseño 3 d) Diseño en 4
animales rustico contemporáneo pinturas

13. **¿Cuál es el mejor diseño para la decoración de la habitación del hotel Amazonía Plus?**

- a) Grupos étnicos 1 b) Festividades 2 c) Época del 3 d) Amazonia 4
Caucho

14. **¿Qué es lo que más le gustaría que contenga la habitación del hotel Amazonía Plus?**

- a) Pinturas 1 b) Esculturas 2 c) Artesanías 3 d) Otros 4

15. **¿Para usted cual es el mejor servicio complementario que le gustaría encontrar en el hotel Amazonía Plus?**

- a) Servicio de guía 1 b) tienda de 2 c) guardería 3 d) Otros 4
artesanías

16. **¿Cuál de los siguientes slogans le motiva a hospedarse en el hotel Amazonía Plus?**

- a) La Amazonía por 1 b) El paraíso por 2 c) Un viaje al 3 d) Una 4
Vivir descubrir paraíso experiencia única

17. **¿Cuál es la red que más utiliza para buscar hoteles?**

- a) Redes sociales 1 b) Buscadores 2 c) Páginas web 3 d) Otros 4
hoteleros

ANEXO 02: Encuesta para turistas extranjeros

Below we will show you a series of questions to know the perception you have about creating a themed hotel based on Loreto's culture in Iquitos city and if you would be willing to stay in it.

- ❖ *Themed hotel:* It is a hotel that offers guests a special amenities, decorations, activities and services, according to a specific theme.

INSTRUCTIONS FOR ANSWERING THE QUIESTIONARIE:

- Read the questions carefully, check all the options and check only one alternative.
- Think before you answer and try not to be wrong because you can't erase or cross out.

GENERAL INFORMATION:

- 1 **Gender:** a) Male 1 b) Female 2
2 **Nationality:** _____
3 **Age** : a) 18 – 25 1 b) 26- 35 2 c) 36- 45 3 d) more than 4

SPECIFIC INFORMATION

4. What is the reason for traveling to Iquitos city?

- a) Holidays 1 b) Business 2 c) family visit 3 d) education 4

5. Which feature is most important to choose the hotel?

- a) Price 1 b) Quality 2 c) security 3 d) Complem. 4
services

6. How would you rate the hotel where you stayed in Iquitos city?

- a) Bad 1 b) Regular 2 c) Good 3 d) Excellent 4

7. If you ever stayed at a themed hotel: On which continent is this hotel located?

- a) I never stayed 1 b) America 2 c) Europe 3 d) Other 4

8. How would you rate the experience of staying at the themed hotel?

- a) I never stayed 1 b) Bad 2 c) Regular 3 d) Good. 4

9. Do you consider it interesting to create a themed hotel based on Loreto's culture?

- a) Nothing Interesting 1 b) Little interesting 2 c) Interesting 3 d) Very interesting 4

10. Would you be willing to stay at the Amazonia plus themed hotel?

- a) Definitely Not 1 b) Probably Not 2 c) Definitely Yes 3 d) Probably Yes 4

11. What is the best place that you more like it for the location of the Amazonia plus themed hotel?

- a) City center 1 b) near the airport 2 c) in front of the river 3 d) Others 4

12. What is the best design for the external decoration of the Amazonia plus themed hotel?

- a) Animals design 1 b) Rustic design 2 c) Contemporary design 3 d) Paints design 4

13. What is the best design for the room's decoration of the Amazonia plus themed hotel?

- a) Indigenous 1 b) Festivities 2 c) Rubber boom 3 d) Amazonia communities 4

14. What would you most like the room to contain?

- a) Painting 1 b) Esculptures 2 c) Crafts 3 d) Others 4

15. For you, what is the best complementary service you would like to find in the Amazonia plus themed hotel?

- a) Guide service 1 b) Craft shop 2 c) kindergarden 3 d) Others 4

16. Which of the following slogans motivates you to stay at the Amazonia plus?

- a) Amazon life 1 b) the discovered paradise 2 c) a trip to paradise 3 d) A unique experience 4

17. What is the network that you use more to search hotels?

- a) Social networks 1 b) hoteliers seekers 2 c) Website 3 d) Others 4

Anexo 3: Matriz de consistencia

Título: “**Creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана, ubicado en la ciudad de Iquitos, 2016.**”

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Índices
<p>GENERAL:</p> <p>¿Existen preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreтана en la ciudad de Iquitos?</p> <p>ESPECÍFICOS:</p> <p>1. ¿Cuál es la precepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos?</p> <p>2. ¿Cuál es el diseño del producto de un hotel temático que espera encontrar al alojarse en la ciudad de Iquitos?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreтана en la ciudad de Iquitos.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>a. Analizar la precepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos.</p> <p>b. Determinar el diseño del producto de un hotel temático que espera encontrar los turistas nacionales y extranjeros al alojarse en la ciudad de Iquitos.</p>	<p>GENERAL</p> <p>Si existen preferencias de los turistas nacionales y extranjeros por alojarse en un hotel temático basado en la cultura loreтана en la ciudad de Iquitos.</p> <p>ESPECÍFICO</p> <p>1. La precepción que tienen los turistas sobre los hoteles actuales que existen en la ciudad de Iquitos son establecimientos comunes y fríos.</p> <p>2. El diseño de las habitaciones que el turista espera encontrar al alojarse en la ciudad de Iquitos es referente a las principales comunidades</p>	<p>Creación de un hotel temático</p>	<p>1. Percepción del cliente</p>	<p>1.1 Motivo de viaje</p> <p>1.2 Característica más importante para elegir un hotel.</p> <p>1.3 Calificación del turista al hotel en el que se hospedó en la ciudad de Iquitos.</p> <p>1.4 Ubicación y experiencias anteriores en hoteles temáticos.</p> <p>1.5 Grado de satisfacción de los turistas sobre el hotel temático visitado.</p> <p>1.6 Interés por la creación de un hotel temático basado en la cultura loreтана.</p> <p>1.7 Interés por hospedarse en un hotel temático de la cultura loreтана.</p>
				<p>2. Diseño del producto</p>	<p>2.1 Ubicación</p> <p>2.2 Decoración externa e interna</p> <p>2.3 Contenido de la habitación y servicios complementarios</p> <p>2.4 Slogan del hotel.</p> <p>2.5 Estrategias de publicidad y promoción.</p>

Anexo 4: Fotos de las encuestas realizadas a los turistas

Encuestas en el Malecón Tarapacá de la ciudad de Iquitos



Encuestas en el aeropuerto Coronel FAP- Francisco Secada Vignetta



Encuestas en la plaza de armas de la ciudad de Iquitos



Propuesta de la fachada del hotel Amazonía Plus:



Fuente: Hotel Na Balam – México



Fuente: <http://eserplife.com/hoteles-de-lujo-como-se-calculan-sus-estrellas/>

Diseño externo del hotel Amazonia Plus:



Propuesta de la recepción del hotel Amazonía Plus:

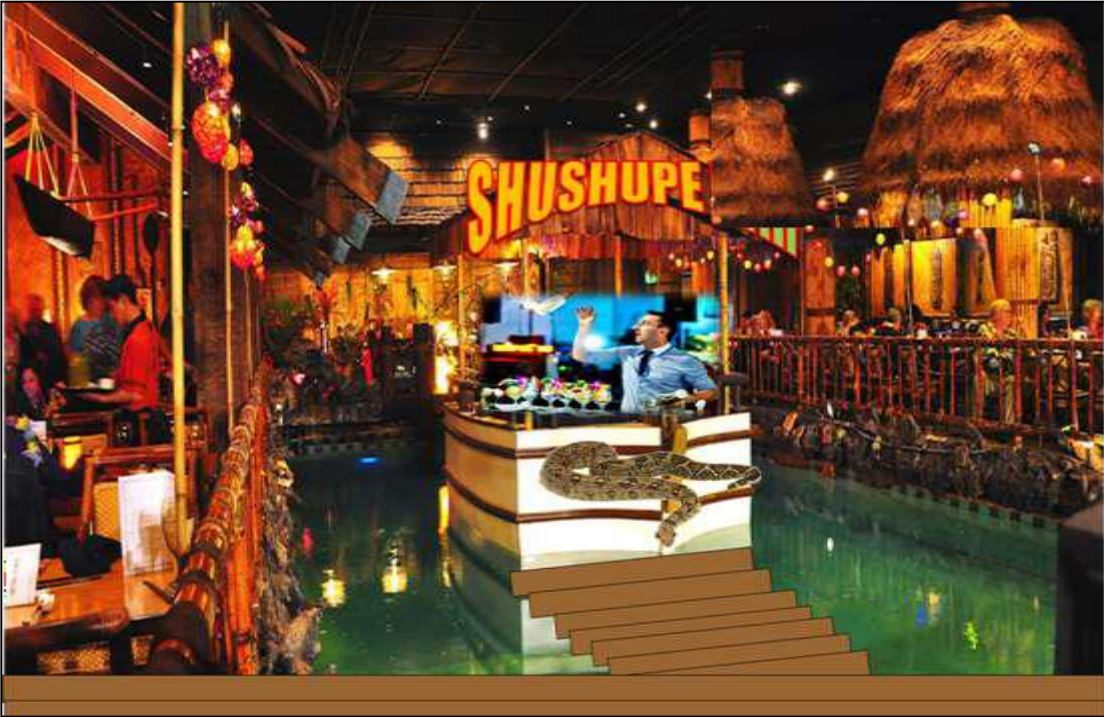


Fuente: <http://supertribus.com/un-hotel-en-el-lejano-oeste/>

Propuesta del Restobar “Shushupe” del hotel Amazonía Plus:



Fuente: Prepara tu fiesta hawaiana – www.impulsivos.com.es



Fuente: Bar tiki- San Francisco

Propuesta de los uniformes del personal de recepción:



Fuente: <http://www.alibaba.com/showroom/uniforms-for-workers-pants-and-shirt.html>

Propuesta de los uniformes del personal de limpieza:



Fuente: <https://spanish.alibaba.com/product-detail/hotel-receptionist-uniforms-hotel-housekeeping-uniform-hotel-staff-uniform.html>

Propuesta de pasillos del hotel temático Amazonía Plus Pasillo

época del caucho:



Fuente: <http://interioresaescala.blogspot.pe/2015/06/decorar-un-pasillo.html>

Pasillo Amazonía:



Fuente: Hotel aromar

Pasillo Festividades:



Fuente: <http://www.nosotras.com/decoracion/decoracion-pasillos-casa-457986>

Pasillo Comunidades indígenas:



Fuente: Municipal de Cultural de Argentina.

Zona wifi mitologico



Fuente: <http://athousandhotels.com>

Habitación temática: Amazonía



Fuente: Hotel Valdivia. Santiago



Fuente: <http://elsecreto.com.ar/>



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/322007442084233435/>

Habitación temática: Época del caucho



Fuente: <https://formadher.co/nuestro-blog/page/2/>

Habitación temática: Comunidades indígenas



Fuente: <http://www.tahiti.com/hotels/bora-bora-pearl-beach-resort-and-spa-2954>