

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Álvaro José García-Alegre Torre-Enciso

PROGRAMA: E2-Bilingüe

GRUPO:

FECHA: 23/10/2024

Director Asignado: Sentana Lledo,
Apellidos

Juan
Nombre

Título provisional del TFG:

Análisis de la estructura de mercado del sector hotelero en España y el impacto de las estrategias competitivas de Meliá Hoteles.

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

1. Introducción:

En España, el sector hotelero es uno de los cimientos esenciales de la economía nacional, particularmente debido a su estrecha vinculación con el turismo, una industria crucial para el desarrollo económico. En este estudio se examinará la composición de este mercado, enfocándose especialmente en la cadena de hoteles Meliá Hoteles y sus rivales más destacados. Mediante un estudio exhaustivo, se valorará cómo las tácticas puestas en marcha por Meliá Hoteles en aspectos de precios, crecimiento, marketing y ventas impactan a sus rivales en la industria.

2. Justificación del estudio:

Es fundamental analizar la competencia en el sector hotelero en España para comprender las dinámicas de este mercado que cambia continuamente. Meliá Hoteles, una de las cadenas con mayor influencia a escala nacional e internacional, proporciona un ejemplo perfecto para analizar cómo las decisiones estratégicas de una compañía líder pueden afectar la estructura del mercado y las decisiones de sus competidores. Este TFG proporcionará una perspectiva más precisa de cómo las estrategias corporativas configuran el ambiente competitivo y proporcionan beneficios comparativos.

3. Objetivos:

- Objetivo general: Analizar la estructura del mercado hotelero en España y evaluar el impacto de las estrategias de Meliá Hoteles sobre sus competidores en el sector.
- Objetivos específicos:
 - o Identificar las características de la estructura del mercado hotelero en España (oligopolio, monopolio, competencia perfecta, etc.).
 - o Examinar las estrategias de precios, expansión y marketing implementadas por Meliá Hoteles en los últimos años.
 - o Evaluar cómo estas estrategias afectan a la conducta de sus competidores (por ejemplo, Vincci Hoteles, NH Hoteles, Barceló, entre otros).
 - o Analizar el grado de concentración de mercado y el poder de influencia de Meliá en el sector hotelero español.

4. Marco teórico:

La evaluación de este trabajo se fundamentará en las teorías de la organización industrial y la economía competitiva. Se examinarán ideas como la configuración del mercado (oligopolio, competencia monopolística), las barreras de entrada, la teoría de juegos utilizada en la competencia corporativa, y las tácticas de liderazgo en el mercado. Adicionalmente, se emplearán modelos económicos que expliquen la estructura de precios, la elasticidad de la demanda y la conducta estratégica de las compañías.

5. Metodología:

El estudio combinará un enfoque cualitativo y cuantitativo.

Análisis cualitativo: Se realizará una revisión bibliográfica de artículos académicos y fuentes empresariales sobre la estructura del mercado hotelero en España y las estrategias competitivas de Meliá Hoteles.

Análisis cuantitativo: Se recolectarán datos financieros y económicos de Meliá y sus competidores más relevantes, tales como la cantidad de hoteles, los ingresos por ventas, la cuota de mercado, los precios medios de las habitaciones, entre otros aspectos. La información se extraerá de fuentes secundarias como reportes financieros, bases de datos empresariales y análisis de mercado. Adicionalmente, se llevarán a cabo estudios de indicadores de concentración de mercado, como el índice Herfindahl-Hirschman (HHI), con el objetivo de evaluar el grado de competencia en la industria.

6. Estructura provisional del trabajo:

Capítulo 1: Introducción.

- Presentación del tema y justificación del estudio.
- Definición de los objetivos y metodología.

Capítulo 2: Marco teórico.

- Teorías de la estructura de mercado y competencia.
- Estrategias empresariales en sectores altamente competitivos.

Capítulo 3: Análisis de la estructura del mercado hotelero en España.

- Características del sector hotelero en España.
- Evaluación del nivel de competencia.
- Análisis de barreras de entrada y factores que determinan la participación de mercado.

Capítulo 4: Estrategias de Meliá Hoteles.

- Análisis de las estrategias de precios, expansión y marketing de Meliá.
- Comparativa con competidores: Vincci Hoteles, NH, Barceló.

Capítulo 5: Impacto de las estrategias de Meliá sobre la competencia.

- Cómo los competidores reaccionan ante las estrategias de Meliá.
- Impacto sobre la estructura del mercado y el comportamiento competitivo.

Capítulo 6: Conclusiones.

- Resumen de los hallazgos.
- Implicaciones para el sector hotelero español y posibles estrategias futuras.

7. Propuesta de cronograma de trabajo.

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Revisión bibliográfica	X						
Recopilación de datos		X	X				
Análisis de datos			X	X			
Redacción de capítulos 1-3				X	X		
Redacción de capítulos 4-5					X	X	
Revisión y conclusiones						X	X
Presentación del trabajo final							X

8. Resultados esperados:

Se pretende determinar cómo las tácticas de Meliá Hoteles afectan directamente a sus rivales y qué repercusiones tienen en la estructura de mercado del sector hotelero en España. Los hallazgos facilitarán una mejor comprensión de las dinámicas competitivas en este sector, además de sugerir recomendaciones para otras compañías que aspiren a incrementar su competitividad.

Firma del estudiante:
Álvaro José García-
Alegre Torre-Enciso

Fecha: 23/10/2024