



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“APRECIACIÓN DE LOS CLIENTES DEL MARKETING DE
SERVICIOS EN EL SECTOR HOTELERO CATEGORIA DOS
ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE TARAPOTO EN EL AÑO 2012”.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

MELINA GARATE GUEVARA

ASESORES:

Lic. MANUEL SEVILLA ANGELATHS

Ms. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO

TARAPOTO – PERÚ

2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por iluminar mi camino siempre y por estar conmigo en todo momento protegiéndome.

A mi hermana, por estar conmigo y apoyarme siempre. A mi Mamá por brindarme su amor y comprensión en todo momento. A mis amigos, por estar conmigo todo este tiempo, por compartir momentos felices y tristes. Muchas gracias por ser mis amigos; siempre los recordaré. A mis profesores, por su apoyo y su motivación.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo, si bien ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación, no hubiese sido posible sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que han sido mi soporte fuerte en momentos de angustia y desesperación.

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado Calificador:

En cumplimiento con el reglamento de grados y títulos y demás normas establecidas para la obtención del título de Licenciado en Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada César Vallejo – Tarapoto, es grato someter a su consideración el siguiente trabajo de investigación denominado **“APRECIACIÓN DEL CLIENTE DEL MARKETING DE SERVICIOS EN EL SECTOR HOTELERO CATEGORIA DOS ESTRELLAS EN LA CIUDAD DE TARAPOTO EN EL AÑO 2012”**

Esperando que el estudio sirva como un antecedente y guía instructiva, para aquellos investigadores que realicen trabajos relacionados al tema.

Asimismo espero que este trabajo merezca la crítica de su parte y todos aquellos que tengan a bien revisarlo, la misma que servirá como estímulo para seguir investigando un tema tan importante como es el marketing de servicios en las Empresas u Organizaciones de servicios

ÍNDICE

CARÁTULA	
PÁGINAS PRELIMINARES	
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
PRESENTACIÓN	IV
ÍNDICE	V-VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1.1. Planteamiento del problema	10-12
1.1.2. Formulación del problema	12
1.1.3. Justificación	12-13
1.1.4. Antecedentes	13-15
1.1.5. Objetivos	16
1.1.5.1. General	16
1.1.5.2. Especifico	16
1.2 MARCO TEÓRICO	17
1.2.1. Marco teórico	17-46
1.2.2. Marco conceptual	47-48
2. MARCO METODOLÓGICO	49
2.1 Hipótesis	49
2.2 Variables	49
2.2.1. Definición conceptual	49
2.2.2. Definición operacional	50
2.3 Metodología	51
2.3.1 Tipos de estudio	51
2.3.2 Diseño	51
2.4 Población y muestra	51
2.5 Métodos de investigación	52

2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
2.7 Métodos de análisis de datos	54
3. RESULTADOS	55-68
4. DISCUSIÓN	69-72
5. CONCLUSIONES	73-75
6. SUGERENCIAS	76-77
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
8. ANEXOS	79-120

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo fundamental realizar un análisis sobre la efectividad del marketing de servicios utilizado por las empresas dedicadas a los hoteles categoría dos estrellas: Cerro Verde, Luna Azul, Cielo, Boca Ratón, Altamira ensueño y Monte Azul en la ciudad de Tarapoto como una posible herramienta para expandir sus niveles de ventas. Para lograr el objetivo planteado, la metodología utilizada a la información aportada por los clientes de cada una de estas empresas, las cuales nos brindaron información sobre sus experiencias en cada hotel se les realizó una encuesta relacionado con el tema principal el Marketing de servicios.

El análisis de la información, se fundamentan principalmente en las teorías brindadas por: Según; Christopher Lovelock y Jochen Wirtz (marketing de servicios sexta edición personal tecnología y estrategia), JOSE M FERRE TRENZANO(2003)Marketing y ventas(segunda Edición).Editorial, Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", Muñiz González, Rafael 2010) en su libro Marketing en el siglo XXI(Kotler, Philip, Cámara Dionisio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall. (1998) en su libro "Dirección de Marketing" y William Stanton, Michael Etzel, Bruce Walker, en su libro "fundamentos de marketing".

Se analiza a las empresas bajo los siguientes criterios: Marketing de servicios :Producto, Lugar y Tiempo (Plaza), Precio, Promoción, Procesos, Entorno Físico, Personal, Productividad y obtener el resultado final de estas empresas en cuanto al Marketing de servicios.

ABSTRACT

This work has as main objective analysis on the effectiveness of marketing services used by companies engaged in two star hotels: Cerro Verde, Luna Azul, Cielo, Boca Raton, and Altamira dreamy Blue Mountain in the city of Tarapoto as a possible tool to expand their sales. To achieve the stated objective, the methodology to information provided by customers of each of these companies, which gave us information about their experiences at each hotel, they conducted a survey related to the main theme of services marketing.

The data analysis is based primarily on theories provided by: Depending; Christopher Lovelock and Jochen Wirtz (sixth edition service marketing strategy and technology staff) FERRE Trenzano JOSE M (2003) Marketing & Sales (Second Edition). Editorial, Philip Kotler and Gary Armstrong, authors of "Fundamentals of Marketing", González Muñoz, Rafael (2010) in his book Marketing in the Twenty-first Century (Kotler, Philip, House Dionisio, Grande Idelfonso and Ignacio Cruz, Prentice Hall. (1998) in his book "marketing Management" and William Stanton, Michael Etzel, Bruce Walker, in his book "fundamentals of Marketing".

A company is analyzed under the following criteria: Marketing Services: Product, Place and Time (Plaza), Price, Promotion, Process, Physical Environment, Personal, Productivity and obtain the final resolved these companies in terms of marketing services.