



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA

“PROPUESTA DE UN PLAN DE RELACIONES PUBLICAS PARA
MEJORAR LA IMAGEN EMPRESARIAL DEL HOTEL LAS ARENAS
EN PIURA. 2012”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

MONZON MORALES, KEYLA ABIGAIL

ASESOR:

LIC. WALTER ERICKSON LIZANO TRONCOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GERENCIA DE MARKETING TURISTICO

Piura – Perú

2012

JURADO CALIFICADOR

MG. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA

PRESIDENTE

LIC. ALFREDO SEMINARIO VENEGAS

SECRETARIO

LIC. MARIELA OLAYA TORRES

VOCAL

Dedicada a Dios

El ser más bueno e incondicional en mi vida;
a mis padres Pilar y Robinson, gestores de mi
vida y formación personal y profesional
quienes en ningún momento me negaron su
apoyo material, espiritual y moral por su
confianza depositada en mí.

A mis hermanos Lis, Gerson y Josué

Quienes comparten día a día conmigo mi
crecimiento y desarrollo en todos los
aspectos.

Agradezco de manera muy especial a mi asesor metodólogo el Lic. Walter Erickson Lizano Troncos a mí asesora especialista la Lic. Mariela Olaya Torres y a la directora de la escuela Mg. Nélide Rodríguez de Peña, por la paciencia y dedicación en estos largos meses de trabajo e investigación.

Asimismo agradezco a la casa mayor de estudios, Universidad César Vallejo Filial Piura, por brindarme la oportunidad de formarme académica y profesionalmente durante estos cinco años de estudios universitarios.

Por último a mi familia, gestor de mi crecimiento como persona y futura profesional en el campo de la Administración en Turismo y Hotelería.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Keyla Abigail Monzón Morales con DNI N° 46624844, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura,.....de del 2014

Keyla Abigail Monzón Morales

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Propuesta de un plan de relaciones públicas para mejorar la imagen empresarial del hotel Las Arenas en Piura 2012”

Esta Tesis ha sido desarrollada con la finalidad de elaborar la propuesta de un plan de relaciones públicas que sirva de guía al propietario del Hotel Las Arenas para incrementar la actividad comercial en Piura. En cumplimiento de reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de Administración en Hotelería y Turismo.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

La autora

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
II. MARCO METODOLÓGICO	39
2.1. Variables.....	39
2.2. Operacionalización de variables	39
2.3. Metodología.....	39
2.4. Tipo de estudio	39
2.5. Diseño de investigación	40
2.6. Población y muestra	40
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.8. Métodos de análisis de datos.....	40
2.9. Aspectos éticos.....	40
III. RESULTADOS.....	41
3.1. Identificar el perfil del cliente del hotel Las Arenas de Piura 2012.....	41
3.2. . Conocer la calidad de servicio percibida por el cliente del hotel Las Arenas de Piura 2012.	44
3.3. Conocer la opinión del cliente acerca de la situación futura deseada del hotel Las Arenas de Piura y su intención de retorno.....	57
3.4. Propuesta de un plan de relaciones públicas que sirva de guía al propietario del Hotel Las Arenas para incrementar la actividad comercial en Piura 2012.	59
IV. DISCUSIÓN	116
V. CONCLUSIONES	119
VI. RECOMENDACIONES	120
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121
Anexo 1: Matriz de consistencia	
Anexo 2: Cálculo del tamaño de muestra de clientes del hotel	
Anexo 3: Cuestionario para la encuesta a clientes	
Anexo 4: Validación del instrumento de recolección de datos	

Anexo 5: Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

Anexo 6: Resultados de la entrevista aplicada a la Administradora del Hotel Las Arenas Piura en el periodo de Junio _ Julio 2012

Anexo 7: Panel fotográfico

Índice de Tablas

Tabla N° 1. Lugar de procedencia de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura 2012 en el periodo Junio _ Julio 2012.....	41
Tabla N° 2. Grado de Instrucción de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura en el periodo Junio _ Julio 2012.	42
Tabla N° 3. Motivo de estadía de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura en el periodo Junio _ Julio 2012.	43
Tabla N° 4. Grado de percepción con respecto a la calidad del servicio del hotel en el periodo Junio _ Julio 2012.	44
Tabla N° 5. Grado de amabilidad y cortesía percibido por el cliente.	45
Tabla N° 6. Calificación de la atención a los requerimientos o necesidades de los clientes del hotel.....	46
Tabla N° 7. Calificación de la satisfacción de expectativas por parte de los clientes del hotel.....	47
Tabla N° 8. Opinión de los clientes respecto a la inmediatez de solución de problemas.....	48
Tabla N° 9. Calificación de la ayuda que recibieron cuando tuvieron un problema por parte de los clientes.....	49
Tabla N° 10. Calificación de la confianza percibida en el hotel por parte de los clientes.....	50
Tabla N° 11. Calificación de las tarifas del hotel parte de los clientes.....	51
Tabla N° 12. Calificación de la comida del hotel por parte de los clientes.....	52
Tabla N° 13. Calificación de las instalaciones del hotel por parte de los clientes.....	53
Tabla N° 14. Considera importante que el Hotel Las Arenas capacite a sus empleados constantemente con el fin de fortalecer sus actividades laborales.....	54
Tabla N° 15. Opinión de los clientes respecto a la efectividad de la estrategia de comunicación del hotel.....	55
Tabla N° 16. Opinión de los clientes respecto a que si Considera que si el Hotel Las Arenas esta actualizado.....	56
Tabla N° 17. Opinión de los clientes respecto a si les gustaría que exista un área especialmente donde se pueda atender, sus observaciones, sugerencias, quejas, etc., con la mayor rapidez posible.....	57
Tabla N° 18. Toma de decisión de los clientes, respecto a que si retornaría al Hotel.....	58

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1. Lugar de procedencia de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura en el periodo Junio _ Julio 2012.....	41
Gráfico N° 2. Grado de Instrucción de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura en el periodo Junio _ Julio 2012.....	42
Gráfico N° 3. Motivo de estadía de los clientes hospedados en el Hotel las Arenas de la Ciudad de Piura en el periodo Junio _ Julio 2012.	43
Gráfico N° 4. Percepción con respecto a la calidad del servicio del hotel	44
Gráfico N° 5. Grado de amabilidad y cortesía percibido por el cliente.....	45
Gráfico N° 6. Calificación de la atención a los requerimientos o necesidades de los clientes del hotel.....	46
Gráfico N° 7. Calificación de la satisfacción de expectativas por parte de los clientes del hotel.....	47
Gráfico N° 8. Opinión de los clientes respecto a la inmediatez de solución de problemas ...	48
Gráfico N° 9. Calificación de la ayuda que recibieron cuando tuvieron un problema por parte de los clientes.....	49
Gráfico N° 10. Calificación de la confianza percibida en el hotel por parte de los clientes ...	50
Gráfico N° 11. Calificación de las tarifas del hotel por parte de los clientes	51
Gráfico N° 12. Calificación de la comida del hotel por parte de los clientes	52
Gráfico N° 13. Calificación de las instalaciones del hotel.....	53
Gráfico N° 14. Opinión de los clientes respecto a la importancia de la capacitación de los empleados del hotel.....	54
Gráfico N° 15. Opinión de los clientes respecto a la efectividad de la estrategia de comunicación del hotel	55
Gráfico N° 16. Opinión de los clientes respecto a que si Considera que si el Hotel Las Arenas esta actualizado.....	56
Gráfico N° 17. Opinión de los clientes respecto a si les gustaría que exista un área especialmente donde se pueda atender, sus observaciones, sugerencias, quejas, etc., con la mayor rapidez posible	57
Gráfico N° 18. Toma de decisión de los clientes, respecto a que si retornaría al Hotel.	58

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo Diseñar una propuesta de un plan de relaciones públicas que sirva de guía al propietario del Hotel Las Arenas para incrementar la actividad comercial en Piura 2012, planteado a partir del estudio del perfil del cliente, calidad de servicio percibida, opiniones de los clientes e intención de retornar al hotel. La población investigada fueron los clientes que se alojaron en el hotel durante los meses de junio y julio del 2012, la muestra recogida fue de 183 encuestas, aplicando el muestreo probabilístico aleatorio simple; los datos fueron recogidos en hotel, a fin de procesarlas posteriormente con el apoyo del software SPSS versión17. Los resultados obtenidos demostraron que el cliente del hotel Las Arenas de Piura procede principalmente de las ciudades de Lima, Trujillo y Chiclayo, tiene grado de instrucción superior y el motivo de su visita a Piura es por trabajo; la calidad de servicio percibida por la mayoría de los clientes, en términos globales es buena, los clientes consideran importante la implementación de un área donde se pueda atender sus observaciones, sugerencias y quejas con la mayor rapidez posible; ; llegándose a la conclusión de que el Hotel Las Arenas necesita la implementación de un plan de relaciones públicas, pues un plan de relaciones públicas servirá de guía al propietario del hotel Las Arenas para mejorar su imagen empresarial.

Palabras clave: relaciones públicas, hotel, calidad de servicio.

ABSTRACT

The present study aimed to design a proposal of a public relations plan to guide the owner of the Hotel Las Arenas to increase commercial activity in Piura 2012 , raised from the study of the client's profile , perceived service quality , reviews customer and intention to return to the hotel. The study population were customers who stayed at the hotel during the months of June and July 2012 , the collected sample was 183 surveys , using simple random probability sampling ; data were collected in the hotel, then to process them with the support of SPSS software version 17 . The results showed that the customer at Las Arenas de Piura comes mainly from the cities of Lima , Trujillo and Chiclayo , have higher education degree and the reason for your visit to Piura is working ; the quality of service perceived by the majority of customers , overall is good , customers consider important to implement an area where they can address their comments , suggestions and complaints as quickly as possible; ; and concluded that the Hotel Las Arenas needs to implement a public relations plan , because a public relations plan will guide the owner of the hotel Las Arenas to enhance your business image.

Keywords: public relations , hotel, service quality.