



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

ANÁLISIS DE LA IMAGEN EMPRESARIAL Y SUS EFECTOS EN
LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DEL *SUITE APART*
***MIRAFLORES* EN LA CIUDAD DE PIURA 2013**

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

AUTOR:

PADILLA CALDERÓN, KATHERINE FIORELLA

ASESOR(A):

MG. RAMOS ALTAMIRANO, CECILIA MARGOTH

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DEMANDA TURÍSTICA

PIURA-PERÚ

2013

PÁGINA DEL JURADO

LIC. MARIELA OLAYA TORRES

Secretaria

LIC. VALDIVIA RAMIREZ, LEONIDAS

Presidente Tribunal

MG.RAMOS ALTAMIRANO, CECILIA MARGOTH

Vocal

DEDICATORIA

A MI MADRE: Julia Calderón

Porque es la persona que siempre estuvo allí motivándome, apoyándome.

Por su confianza y cariño

A MIS FAMILIARES:

A mi padre aunque no esté siempre a mi lado,
pero trabajando para dárme todo.

A mi hermana, aunque lejos pero no dejo de
incentivarme y apoyarme espiritualmente para
dar todo de sí.

A mi hermano, siempre brindándome su cariño.

Y a todas aquellas personas que me ayudaron a
realizar este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque siempre ha estado conmigo en todo momento dándome la fortaleza necesaria para no rendirme y lograr mi objetivo.

A mis padres por su dedicación y su amor que me brindan cada uno de mis días.

Agradezco también a mis profesores que siempre estuvieron allí apoyándome y corrigiéndome.

A mis asesores de noveno y décimo que con su ayuda pude perfeccionar mi trabajo.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Katherine Fiorella Padilla Calderón con DNI N° 71851634, 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 la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 05 de diciembre del 2013

Katherine Fiorella Padilla Calderón

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada “Análisis de la imagen empresarial y sus efectos en la fidelización de los clientes del Suite Apart Miraflores en la ciudad de Piura 2013”. Con la finalidad de Determinar la imagen empresarial y sus efectos en la fidelización de los clientes del Suite Apart Miraflores en la ciudad Piura 2013, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Administración en Turismo y Hotelería.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La Autora

ÍNDICE

CARATULA PORTADA	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de Autenticidad	vi
Presentación	vii
Paginas preliminares	viii
Índice General	ix
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO	27
2.1. VARIABLES	27
2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	27
2.3. METODOLOGÍA	30
2.4. TIPO DE ESTUDIO	30
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	31
2.6. TAMAÑO DE LA MUESTRA	31
2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	32
2.8. METODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	33
CAPITULO III: RESULTADOS	37
3.1. DATOS GENERALES DEL SUITE APART MIRAFLORES	37
3.2. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	38
3.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA	40
CAPITULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	61
4.1. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	61
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	66
CAPITULO V: CONCLUSIONES	70
CAPITULO VI: SUGERENCIAS	72

	CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
7.1	BIBLIOGRAFÍA	73
	CAPITULO VIII: ANEXOS	75
8.1	MATRIZ DE CONSISTENCIA	75
8.2	ENCUESTA	76
8.3	ENTREVISTA	78
8.4	REQUISITOS MÍNIMOS PARA LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE UN APART HOTEL	79
8.5	VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS	81
8.4	CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO	84
8.5	FOTOS DEL SUITE APART MIRAFLORES	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	35
Relación entre la imagen empresarial y la fidelización de los clientes del Suite Apart Miraflores en la ciudad de Piura 2013.	
Tabla 2:	40
Características generales de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 3:	41
Antecedentes de hospedaje de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 4:	42
Medios por los que los clientes se enteraron del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 5:	43
Promociones que ofrece el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 6:	44
Calificación de la atención y el trato que brinda el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 7:	45
Valores que los clientes observaron durante su estadía en el hospedaje suite Apart Miraflores	
Tabla 8:	46
Conocimiento que tienen los clientes del logo del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 9:	47
Forma en la que influencio el logo del hospedaje Suite Apart Miraflores en la toma de su decisión	
Tabla 10:	48
Razón por la que eligió el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 11:	49
Aspectos sobre la imagen del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 12:	51
Satisfacción de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores por los servicios que ofrece el hospedaje	
Tabla 13:	52
Aspectos sobre la fidelización de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 14:	55
Aspectos sobre la fidelización de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Tabla 15:	57
Expectativas de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores por diferentes aspectos del servicio	

Tabla 16:	58
¿Considera que los aspectos mencionados en la pregunta anterior son determinantes al elegir el hotel?	
Tabla 17:	59
Frecuencia con la que los clientes acuden al hospedaje	
Tabla 18:	60
Percepción de las tarifas del hospedaje	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	41
Uso anterior del hospedaje suite Apart Miraflores	
Gráfico 2:	42
Medios por los que los clientes se enteraron de la publicidad del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 3:	43
Promociones que ofrece el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 4:	44
Calificación de la atención y el trato que brinda el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 5:	45
Valores que los clientes observaron durante su estadía en el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 6:	46
Conocimiento que tienen los clientes del logo del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 7:	47
Forma en la que influencio el logo del hospedaje Suite Apart Miraflores en la toma de su decisión	
Gráfico 8:	48
Razón por la que eligió el hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 9:	49
Aspectos sobre la imagen del hospedaje Suite Apart Miraflores	
Gráfico 10:	51
Satisfacción de los clientes del hospedaje Suite Apart Miraflores por los servicios que ofrece el hospedaje	
Gráfico 11:	52
Aspectos sobre la fidelización de los clientes del hospedaje suite Apart Miraflores	
Gráfico 12:	54
Aspectos sobre la fidelización de los clientes del hospedaje suite Apart Miraflores	
Gráfico 13:	56
Expectativas de los clientes del hospedaje suite Apart Miraflores por diferentes aspectos del servicio	
Gráfico 14:	58
¿Considera que los aspectos mencionados en la pregunta anterior son determinantes al elegir el hotel?	

Gráfico 15:	59
Frecuencia con la que los clientes acuden al hospedaje	
Gráfico 16:	60
Percepción de las tarifas del hospedaje	

RESUMEN

La presente investigación titulada *Análisis de la Imagen Empresarial y sus efectos en la fidelización de los clientes del Suite Apart Miraflores en la ciudad de Piura 2013* tiene por objetivo general determinar la imagen empresarial y sus efectos en la fidelización de los clientes del Suite Apart Miraflores en la ciudad Piura 2013, el tipo de investigación es de carácter descriptivo- correlacional, tiene como finalidad diagnosticar y describir los problemas existentes en el hospedaje como es la imagen que desea transmitir a sus huéspedes para lograr fidelizarlos. En esta investigación se ha tomado como población infinita de clientes, ya que no se contado con datos anteriores del mes de octubre de la empresa, por ese motivo se ha tomado una ecuación de tipo infinita cualitativa ya que mis variables son cualitativas, esta muestra obtenida es de 171 clientes del Suite Apart Miraflores, a los cuales se les aplicó una encuesta de 25 preguntas cerradas para determinar la opinión que tienen sobre el hospedaje y el nivel de su fidelización, también se tomó en cuenta la opinión de la gerente del hospedaje que se le aplicó una entrevista para determinar también su opinión sobre la imagen que proyecta su empresa y las estrategias de fidelización que toma. Según los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas y de la entrevista generada, se pudo obtener que la imagen que proyecta el hospedaje Suite Apart Miraflores no es tan aceptada por la mayoría de los clientes ya que no reciben una buena atención y trato, ya que desean que implementen más promociones para sus clientes frecuentes, y por este motivo no todos los clientes se encuentran fidelizados al hospedaje.

Palabras clave: Imagen Empresarial, Identidad Empresarial, Fidelización de clientes, Cultura Corporativa, Comunicación.

ABSTRACT

The present study titled Analysis of Corporate Image and its effects on customer loyalty from Suite Apart Miraflores in Piura city in 2013 has the general objective to determine the corporate image and its effects on customer loyalty in Suite Apart Miraflores in Piura city in 2013, the type of research is co relational in nature, intended to diagnose and describe the problems in the accommodation as is the image it wants to convey to its guests to achieve loyalty. This research has taken as infinite population of customers, not counted above data for the month of October in the company, for that reason it has taken a qualitatively infinite equation, since my variables are qualitative, the sample obtained is 171 customers of Suite Apart Miraflores, to which we applied a survey of 25 closed questions to determine the opinion they have on the lodging and their level of loyalty, I also took into account the opinion of the accommodation manager that was interview to determine her opinion about the image her business projects and loyalty strategies she is taking . According to the results of the applied survey and interview generated, I obtained obtained that the image projected from Suite Apart Miraflores is not as accepted by most customers because they do not receive good care and treatment, they want Suite Apart Miraflores to implement more frequent promotions for customers, and for this reason not all customers are loyal to the lodge.

Keywords: Corporate Image, Identity Management, Customer Loyalty, Corporate Culture, Communication