

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
Escuela de Administracion Hotelera y Turismo



**"ESTRATEGIAS DE MARKETING Y CALIDAD DE SERVICIO DEL
HOTEL CANTON CHIMBOTE, 2017"**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración Hotelera y Turismo

Elaborado por :

GUANILO ORTIZ JULIA LISSETTE

CHIMBOTE

2017

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal identificar la influencia de las estrategias de marketing en la calidad de servicio del hotel Canton de Chimbote – 2017. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional, se desarrolló en función de las dos variables para conocer el grado de relación que existe entre ellas, la técnica de recolección de datos utilizados fue la encuesta, cuyo instrumento el cuestionario con preguntas de formato escala tipo Likert, la población objeto de estudio estuvo constituida por 103 clientes del hotel Canton de Chimbote. Se concluye de los resultados obtenidos que las estrategias de marketing y la calidad deservicio del hotel Canton, que la mayoría de los clientes opinan que la atención brindada por el personal del hotel es eficiente, la cual representa un 58% del total de los encuestados; también que, un 55% opina que casi siempre el personal del hotel brinda una atención personalizada y finalmente respecto a la opinión sobre las instalaciones del hotel resulta que, son lo suficientemente cómodas para sus necesidades representado en un 71 % ya que consideró que casi siempre las instalaciones son cómodas. Finalmente, en conclusiones y recomendaciones donde se concluye que la hipótesis planteada es certera debido a que utilizando herramientas, teorías y métodos de la investigación y trabajo de campo se identificó las estrategias de marketing que aplica el hotel Canton, tanto el objetivo general como los específicos fueron cumplidos en su totalidad ya que se llevó a cabo un diagnóstico para determinar las condiciones actuales del Hotel.