FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA PARA CREAR LA IMAGEN CORPORATIVA DEL HOSPEDAJE RURAL CASA SIPÁN – CHICLAYO, 2012

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

Bach. Albújar Dávila, José Carlos David

Bach. Martínez Chávez, William Alberto

Pimentel, Perú, 2012

RESUMEN

La presente investigación, “PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA PARA CREAR LA IMAGEN CORPORATIVA DEL HOSPEDAJE RURAL CASA SIPAN”, tiene por objetivo la reestructuración de las estrategias publicitarias a fin de crear la imagen corporativa de la institución y encaminarla como referente de la región.

Los resultados obtenidos de la aplicación de una encuesta dirigida a los operadores turísticos formalizados de Lambayeque, conocedores del mercado del turismo receptivo; se fundamenta en una metodología de carácter descriptivo y prospectivo. Estos han sido la justificación para diseñar un adecuado plan de comunicación publicitaria y concluir con la propuesta de nuevas estrategias publicitarias, basadas en la teoría de la comunicación integral del marketing de Phillip Kotler y Kevin Keller, aplicada según la demanda de servicios y el perfil del turista que visita Lambayeque.

Con este trabajo de investigación pretendemos difundir la importancia que tiene la inversión publicitaria en los negocios y aportar con el Hospedaje Rural Casa Sipán en la Promoción y Difusión del Patrimonio Cultural y Natural de nuestra Región.

ABSTRACT

The present investigation, "PROPOSED PLAN OF PUBLICITY COMMUNICATION TO CREATE THE CORPORATE IMAGE OF THE RURAL HOSPEDAJE CASA SIPAN", has the objective of restructuring the advertising strategies to create the corporate image of the institution and lead it as a benchmark of the region.

The results of the application of a survey of formal tour operators of Lambayeque, market savvy receptive tourist; is based on a methodology of character descriptive and prospective. These have been the justification for designing an appropriate marketing communication plan and conclude with the proposal of new publicity strategies, based on the theory of integrated marketing communication Phillip Kotler and Kevin Keller, applied according to the demand for services and the profile of tourists visiting Lambayeque.

With this work of investigation we intend to spread the importance of advertising investment in business and contribute to Hospedaje Casa Rural Sipan in the Promotion and Dissemination of Cultural and Natural Heritage Region.