



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACION

TESIS

**PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE
MARKETING PARA POSICIONAR LA MARCA DEL HOTEL
LUCKY STAR EN LA CIUDAD DE CHICLAYO 2014**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL EN LICENCIADO EN
ADMINISTRACION**

AUTORES:

DIAZ DIAZ GUSTAVO EVER

MONTENEGRO LOZADA ESTHER ELIZABETH

PIMENTEL- PERU

2014

RESUMEN

La finalidad de la presente tesis es: Proponer un Plan Estratégico de marketing para mejorar el posicionamiento de marca del Hotel Lucky Star de la Ciudad de Chiclayo 2014.

Con respecto a la problemática de la empresa hotelera Lucky Star, se ha observado sus ventas mermadas, ausencia de clientes, falta de fidelización; ante estos problemas que se vienen suscitando se ha considerado elaborar una investigación que permita establecer mecanismos para mejorar dicha problemática.

En la presente investigación se aplicará el método estadístico que permite el manejo de los datos, también se aplicará el método inductivo ya que se realizara conclusiones generales a partir de premisas particulares.

Se logró medir el nivel de posicionamiento de la marca de Hotel en los clientes, al cual resulta tener 4 puntos que representa el 16% de los encuestados. Uno de los principales motivos por los que se hospedan el hotel Lucky Star es por negocios figurando el 26.76%.

Así mismo se logró identificar la posición de las principales marcas de los hoteles en la ciudad de Chiclayo, siendo consideradas con altos porcentaje el Hotel Casa Andina.

Con respecto a los atributos de la marca se tiene en primer lugar la limpieza, seguridad.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is: Propose a Strategic Marketing Plan to improve the branding of Hotel Lucky Star City Chiclayo 2014.

Regarding the issue of Lucky Star hotel company, has been observed their diminished sales, no customers, lack of loyalty; to these problems have been raising has considered developing an investigation to establish mechanisms to improve this problem.

In this research the statistical method that enables data management shall apply the inductive method is also applicable as perform general conclusions from particular premises.

Was achieved measure the level of brand positioning Hotel on customers, which turns out to have 4 points representing 16 % of respondents. One of the main reasons for the Lucky Star hotel stay is for business appearing on 26.76 %.

Also was achieved identify the position of the leading brands of hotels in the city of Chiclayo, you still consider high percentage Hotel Casa Andina.

With regard to brand attributes must first cleaning, security.