

“Año del buen servicio al ciudadano”



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

Ciencias de la Comunicación, Hotelería y Turismo

Carrera Hotelería y Turismo

TESINA

Título:

**PROMOCIÓN DEL ÁREA DEL SPA –HEALTH CLUB DEL JW
MARRIOTT LIMA**

Autor:

Bachiller Jasmine Alexandra Vasquez Tong

2017

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, consiste en la promoción los servicios del Health Club – Spa del JW Marriott Lima, siendo el spa un servicio adicional que pertenece al área de recreación en los hoteles de 5 estrellas.

El problema de la investigación busca mejorar y generar nuevos métodos de publicidad y de los medios de difusión que se usan para promocionar los servicios del spa, ya que son muy importantes para impulsar el conocimiento de servicios que se ofrecen. El tema también surge de la inquietud del Health Club - Spa por hacer que sus servicios sean utilizados por clientes potenciales.

El objetivo de este análisis ayudara al Health Club – Spa a diseñar nuevos planes o estrategias de promoción y aplicarlas en el campo, a su vez favorecer la venta de estos y poder evaluar

La investigación se realizó en base a información recopilada de diversas fuentes como libros y revistas referente a temas de promoción, publicidad, difusión, servicios en la hotelería, spas, etc. La técnica usada fue la encuesta personal que consto de 9 preguntas realizadas a una población de 50 personas entre jóvenes y adultos que usan los servicios del Health Club – SPA, este grupo conformado por hombres y mujeres entre las edades de 30 - 50.

Las conclusiones, ayudaran al Health Club – Spa, a tener una visión general y concreta para ser consideradas dentro de la promoción de los servicios del spa, creando nuevos planes de difusión como la creación de cuponeras a los clientes frecuentes o promociones en fechas especiales y también llevarlas por medio de redes para llegar al público objetivo; poner en marcha el plan de referidos y promover de manera eficiente los comentarios en redes sociales.

Palabras claves promoción, publicidad, medios de difusión, servicios de recreación en la hotelería, spas en hoteles de lujo.