



**UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

**CARRERA DE INGENIERIA EN COMERCIO  
EXTERIOR Y FINANZAS**

**TÍTULO**

**PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL PARA EL “HOSTAL JOSÉ  
ALVEIRO” EN EL CANTÓN PIMAMPIRO**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

**AUTORA:**

**MARÍA DEL CARMEN HURTADO YÉPEZ**

**TUTOR:**

**MSC. JOHANNA MOROCHO**

**OTAVALO, SEPTIEMBRE, 2019**

## **DECLARACIÓN DE AUTORIA**

Yo, Hurtado Yépez María del Carmen, portadoras de cedula de ciudadanía N° 1003812979 declaro de forma libre que este trabajo es de mi total autoría, que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Hurtado Yépez María del Carmen

C. I. 100381297-9

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

Certifico que el proyecto de investigación titulado “Plan De Marketing Internacional para el “Hostal José Alveiro” en el Cantón Pimampiro.” bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de Ingeniera en Comercio Exterior y Finanzas de la estudiante Hurtado Yépez María del Carmen, y cumple con las condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación (Arts. 16 y 25).

---

Msc. Johanna Morocho

C.I.100315722-7

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser el conductor de nuestra vida, por mantenerme siempre firmes, perseverante y hoy poder cumplir una meta más.

A mi madre por el apoyo incondicional, por sus consejos diarios que nos formaron el carácter y me enseñaron que nunca debo rendirme y luchar por mis sueños, a mis hermanos, con los cuales compartí días de risas, llantos y luchas, a mis sobrinos, que con su inocencia se robaron mi corazón y poder servirles de ejemplo.

A mis directores, quienes, con su valiosa guía, han dejado en mi la gran huella del conocimiento.

**María del Carmen Hurtado**

## **AGRADECIMIENTO**

A mis maestros de la Universidad, debido que, supieron guiar mi aprendizaje con una enseñanza correcta a lo largo de toda mi carrera universitaria. Un reconocimiento especial a mi tutor de mi tesis Msc. Johanna Morocho, Lizandro Perugachi y Msc. Santiago Núñez por su constante colaboración y asesoría en la realización de este proyecto.

**María del Carmen Hurtado**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

Declaración De Autoria.....	II
Certificación Del Tutor .....	III
Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento.....	V
Resumen .....	XI
Abstract .....	XII
Situación Problemática.....	14
Problema Científico .....	14
Objetivos.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos .....	15
Hipótesis.....	15
Declaración de Variables.....	16
Variable Independiente.....	16
Variable Dependiente .....	16
Operacionalización de Variables .....	16
Aportes de la Investigación.....	17
Aporte Teórico .....	17
Aporte Metodológico.....	18
Estructura Capitular .....	18
Introducción .....	18
Capítulo I .....	18
Capítulo II .....	18
Capítulo III .....	18
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO .....	19
1.1 Definición.....	19
1.1.2 Tipos de Planes.....	19
1.2 Plan de Marketing.....	19
1.2.1 Antecedentes del Marketing en el Mundo.....	20
1.2.2 Conceptos de Marketing.....	20

1.3 Marketing de Servicios .....	24
1.3.1 Importancia del Marketing De Servicios .....	25
1.3.2 Marketing Mix .....	25
1.6.5 Sector Turístico Festivo .....	27
1.6.6 Sector Turístico Natural .....	27
1.6.7 Sector Turístico Extremo .....	27
CAPÍTULO II MARCO METODOLOGICO.....	30
2.Aspectos Metodológicos De La Investigación .....	30
2.1 Paradigma de La Investigación .....	30
2.1.4 Diseño de Campo .....	31
2.2 Métodos de Investigación .....	32
2.2.1 Método Cualitativo .....	32
2.2.2 Método Cuantitativo.....	32
2.2.3 Método Analítico – Sintético .....	32
2.3 Técnicas E Instrumentos de Recolección de Datos .....	32
2.3.1 Entrevista dirigida a la Propietaria de la Microempresa Hostal José Alveiro ...	32
2.4 Encuesta.....	35
2.4.1 Observación .....	35
2.5 Población.....	36
2.6.1 Diagnostico Interno.....	46
2.6.2 Diagnóstico Externo .....	46
CAPÍTULO III PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL .....	49
3.1 Descripción de la Empresa.....	49
3.1.1 Historia .....	49
3.1.2 Misión .....	49
3.1.3 Visión.....	49
3.1.4 Logotipo del Hostal José Alveiro. ....	50
3.1.5 Objetivos Estratégicos .....	50
3.1.6 Valores Corporativos .....	50
3.1.7 Estructura Funcional.....	51
3.2 Investigación De Mercados .....	52
3.2.1 Mercado Objetivo .....	52
3.2.2. Turistas A Nivel de Cantones de Imbabura .....	53

2.2.3. Turistas A Nivel Extranjero .....	53
3.2.4 Caracterización.....	54
3.2.5 Tendencia del Servicio en el Mercado Objetivo.....	54
3.3 Servicio.....	55
3.3.1 Descripción del Servicio de la Empresa. ....	55
3.3.2 Ubicación.....	57
3.3.3 Matriz Bc.....	58
3.4 Precio .....	60
3.4.1 Determinación de Costo .....	60
3.5 Comunicación Comercial.....	61
3.5.1 Publicidad.....	61
3.5.2 Promoción De Ventas.....	64
3.5.3 Fuerzas En Ventas .....	64
3.5.4 Relaciones Públicas .....	65
3.6 Proyección En Ventas .....	65
3.6.1 Planeación De Las Ventas .....	65
3.6.2 Estrategias Para Alcanzar Los Niveles Planificados .....	66
Conclusiones .....	70
Recomendaciones.....	71
Referencias Bibliográficas .....	77
Anexos .....	72



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables .....	16
Tabla 2: Tabulación en Encuestas .....	37
Tabla 3: Matriz FODA.....	45
Tabla 4: Indicadores por cantón Ibarra.....	53
Tabla 5: Indicadores por cantón Otavalo.....	45
Tabla 6: Indicadores del país de Estados Unidos.....	53
Tabla 7: Datos del Hostal José Alveiro.....	59
Tabla 8: Datos para la determinación del costo mensual.....	60
Tabla 9: Planeación de las Ventas .....	65

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Logotipo del Hostal José Alveiro .....	50
Gráfico 2: Estructura funcional .....	51
Gráfico 3: Habitación Simple .....	56
Gráfico 4: Habitación Privada con Baño Compartido .....	56
Gráfico 5: Habitación Suite.....	57
Gráfico 6: Ubicación del Hostal .....	57
Gráfico 7: Garaje del Hostal .....	58
Gráfico 8: Matriz BCG .....	59
Gráfico 9: Punto de Equilibrio .....	60
Gráfico 10: Facebook .....	62
Gráfico 11: Página Web .....	62

## RESUMEN

El presente trabajo de estudio fue basado en Marketing Internacional, considerando los promedios de rendición económica y productiva que se han ido llevando como microempresa, en el transcurso desarrollo del estudio ha tomado diversas investigaciones internas económicas, servicio y publicidad, para el mejoramiento que puede brindar el establecimiento el establecimiento Hostal José Alveiro en el cantón Pimampiro.

Hemos llegado a ver la visión primordial que le caracteriza, es la identidad y personalidad que tiene la microempresa, es decir es la esencia del negocio y cual que sea la misión ser una empresa líder en la rama de los establecimientos de alojamiento, especializados en paquetes, ofreciendo altos estándares de calidad. En el Capítulo I: El marco teórico que fundamenta la investigación proporcionada de ideas más clara acerca del Marketing Internacional, se encontraran la terminología adecuada, conceptos básicos y bases teóricas. En el Capítulo II: Aspectos metodológicos en lo cual se analizará los distintos puntos de investigación práctica que se utilizará en el estudio. En el Capítulo III: Se enfoca primordialmente a un plan de marketing internacional económico, para el establecimiento.

La investigación finaliza con la validación de los recursos a través del método de expertos, dando así las conclusiones y recomendaciones oportunas.

## **ABSTRACT**

The present study work was based on International Marketing, considering the average economic and productive surrender that has been carried out as a microenterprise, in the course of the study it has taken various internal economic research, service and advertising, for the improvement it can provide the establishment the establishment Hostal José Alveiro in the Pimampiro canton.

We have come to see the primary vision that characterizes it, it is the identity and personality that microenterprise has, that is, it is the essence of the business and what is the mission to be a leading company in the branch of accommodation establishments, specialized in packages , offering high quality standards. In Chapter I: The theoretical framework that bases the research provided with clearer ideas about International Marketing, you will find the appropriate terminology, basic concepts and theoretical bases. In Chapter II: Methodological aspects in which the different points of practical research to be used in the study will be analyzed. In Chapter III: It focuses primarily on an international economic marketing plan for the establishment.

The investigation ends with the validation of the resources through the expert method, thus giving the appropriate conclusions and recommendations.

## INTRODUCCIÓN

Es muy importante convertir a un atractivo en un producto, porque ésta es la manera correcta de motivar aún más el viaje de los futuros visitantes hacia Pimampiro, Un buen lugar de hospedaje, como una buena alimentación, transporte seguro, respuesta inmediata a emergencias, actividades entorno a los atractivos, hace que el turista se sienta cómodo y haga que se fomente esta actividad, ya que un turista contento es un ente potencial para la promoción y difusión del lugar.

La inestabilidad económica y política que ha sufrido en los últimos cinco años el Ecuador entre 2013-2018 ocasionó la quiebra de un 30% de empresas y la salida de un 3% del país, afectando a todos los sectores económicos incluidos al sector del hospedaje, debido a su bajo nivel de su trabajo y los altos costos de operación que no permitían mejorar sus servicios (Torres, 2016).

Sin embargo, como respuesta a la necesidad de impulsar el turismo local, se han presentado diferentes formas de incentivarlos una de ellas es la oferta de hospedaje.

En vista de ello la demanda de hostales se ha incrementado, por lo que los propietarios se han visto en la necesidad de mejorar sus servicios, y presentarlos con nuevas modalidades de hospedaje.

En este contexto el HOSTAL JOSE ALVEIRO dedicada a la prestación de servicios de hospedaje en el cantón de Pimampiro presenta, baja competitividad dando como resultado: bajas ventas y poco conocimiento de los turistas nacionales y extranjeros, en razón de lo cual se ha podido identificar que un plan de marketing Internacional contribuiría a mejorar los ingresos de la microempresa HOSTAL JOSE ALVEIRO siendo una estrategia de mercados que permitirá incrementar el posicionamiento que tiene el servicio con su competitividad local, nacional e internacional además de generar un direccionamiento es decir como plantarse objetivos y como alcanzarlos.

Finalmente, el desarrollo del plan de marketing permitirá al HOSTAL JOSE ALVEIRO, en el cantón Pimampiro plantear y evaluar las estrategias para incrementar el posicionamiento en el mercado nacional y extranjero. Los resultados de la investigación permitirán una orientación empresarial que conduzcan a mejorar el posicionamiento y competitividad de la empresa, esto conllevará a que la empresa logre mayor rentabilidad y satisfacción de sus clientes.

## **SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

El marketing internacional es una estrategia utilizada por la mayoría de las empresas en el mundo, la cual sirve para poder atravesar el ámbito turístico obteniendo un alto crecimiento en el servicio hotelero. Association (2018) menciona: “El marketing internacional es un proceso multinacional de planeación y ejecución de la concepción, poner precios, promoción y distribución de ideas, los servicios para compartir experiencias que satisfagan objetivos individuales u organizacionales”.

El marketing es una herramienta muy utilizada en todas las empresas es el bajo índice de sus ventas, el ingreso de nuevos competidores en el mercado y falta de planes que promuevan a las empresas su competitividad y se las conozca a una mayor escala.

En la región sierra del Ecuador se encuentra ubicada la provincia de Imbabura, en ella está el cantón Pimampiro lugar beneficiado por su clima y paisajes hermosos que hacen del turismo una actividad necesaria, por ello el HOSTAL JOSÉ ALVEIRO es una empresa de servicio hotelero que se encuentra ubicada en el cantón de Pimampiro, según su propietaria la falta de promoción ha ocasionado graves falencias y su problema principal es la baja comercialización del servicio, dando como resultado las bajas ventas, pérdida de clientes, y despido de sus clientes, siendo este un problema para el hostel debido a que el no contar con un plan de marketing ocasiona el desconocimiento técnico para dar a conocer sus servicios de una forma efectiva, por lo cual nace la necesidad de elaborar un plan de marketing para así lograr tener una mejor posición en el mercado y mejorar la competitividad de la misma.

## **PROBLEMA CIENTÍFICO**

¿Cómo comercializar los servicios hoteleros de forma efectiva a nivel internacional?

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar el plan de marketing internacional para el Hostal José Alveiro en el cantón Pimampiro.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Definir las bases teóricas necesarias para la elaboración de un Plan de Marketing Internacional.
2. Desarrollar la metodología necesaria para implementar el Plan de Marketing Internacional
3. Diseñar el plan de Marketing Internacional para el “Hostal José Alveiro” en el cantón Pimampiro.

## **HIPÓTESIS**

El diseño de un plan de marketing internacional ayudara a incrementar las ventas del Hostal José Alveiro.

## **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El presente plan de marketing es necesario para brindar nuevas estrategias de comunicación las cuales servirán como guía y ayuda para el alcance de objetivos generales de la empresa, la optimización de tiempo costos y la creación de un compromiso para el cumplimiento de un equipo de trabajo de la misma, debido a que a la microempresa no ha tenido la oportunidad de elaborar y aplicar una metodología de marketing para mejorar la comercialización local, esto ha dificultado la comercialización de los servicios que oferta Hostal José Alveiro.

A través de esta investigación se busca elevar el nivel de ventas, y conseguir un mayor grado participación en el mercado de empresas hostales, así también se pretende conocer si los turistas estarían interesados en nuevos servicios, a fin de que se pueda implementar en un futuro cercano.

## DECLARACIÓN DE VARIABLES

### VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de marketing internacional

### VARIABLE DEPENDIENTE

Incremento de venta de servicios del Hostal José Alveiro.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1: Operacionalización de Variable

Individuales	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos de medición
Plan de Marketing Internacional	Marketing Estratégico	Diagnóstico Interno	1	Entrevista y Encuesta
		Diagnóstico Externo	2	
		Ventajas Competitivas	3	
		Segmentación	4	
		Posicionamiento	5	
	Estrategias Empresariales	Capacidad	6	Entrevista y Encuesta
		Precios	7	
		Plaza	8	
Incremento de venta de servicios del Hostal José Alveiro	Marketing	Clientes locales e Internacionales	9	Entrevista y Encuesta
		Innovación en el servicio	10	
		Servicio de Posventa	11	
	Digital	Número de Sugerencias	12	
		Referencias de Clientes	13	
		Incremento de Clientes	14	

Elaborado por: María del Carmen Hurtado.



## **MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Existen diversos tipos de investigación, uno de ellos es el método científico, en la actualidad hay diversas formas de identificar su práctica o aplicación en la investigación. De modo que la investigación se puede clasificar de diversas maneras.

Torres (2006) afirma:

El método inductivo-deductivo es un método de inferencia basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares. Aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en un sentido contrario (va del particular a lo general). (p.60).

Para el presente proyecto se utilizará dos tipos de estudio el inductivo, deductivo, debido a que se partirá de conclusiones generales para llegar a conclusiones particulares acerca de la comercialización de servicio hotelero, se realizará una revisión detallada de los factores internos y externos del entorno los cuales permitirán evaluar la posición de la empresa junto con su ubicación en el mercado. El estudio se basará en una revisión literaria sobre el marketing para el fortalecimiento de la competitividad de la empresa, combinando con el método general deductivo. Maya (2014) especula que: "Es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares" (p.14). Es decir, se realizará un análisis general para poder llegar a las conclusiones específicas que mejoren el marketing del HOSTAL JOSÉ ALVEIRO.

Para esta investigación se empleará en primera instancia la técnica de observación científica para conocer el comportamiento de las empresas hoteleras del cantón Pimampiro, y para ello se utilizará el instrumento de entrevista.

## **APORTES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **APORTE TEÓRICO**

El aporte teórico que se presenta en la investigación se constituye por una fundamentación teórica basada en antecedentes, en su marco conceptual y referencial, tomando como referencia las variables dependiente e independiente con

enfoque a los planes de marketing y la prestación de servicio hotelero, dicha información será de gran utilidad para futuras investigaciones relacionadas con esta línea de investigación.

## **APORTE METODOLÓGICO**

Dentro del aporte metodológico de la investigación están las diferentes etapas o procedimientos que se ha desarrollado en la creación del plan de marketing, mismo que podrá ser usado para procedimientos afines.

## **ESTRUCTURA CAPITULAR**

La estructura capitular de la presente investigación contiene lo siguiente: introducción, tres capítulos, conclusiones y recomendaciones.

## **INTRODUCCIÓN**

En ella se manifiestan los antecedentes, el diseño y justificación de la investigación.

## **CAPÍTULO I**

Este capítulo contiene el marco teórico referencial acerca de los antecedentes y conceptos de un plan de marketing, así como también en relación a las variables de investigación (dependiente-independiente).

## **CAPÍTULO II**

Se refiere al desarrollo metodológico, donde se exponen el tipo de estudio, la técnica de muestreo, el método para la recopilación de información y la metodología para el diseño del plan de marketing.

## **CAPÍTULO III**

En este capítulo se presenta los resultados, donde se da a conocer el plan de marketing para la prestación de servicio hostelero de la empresa HOSTAL JOSÉ ALVEIRO.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

El marco teórico que fundamenta esta investigación proporcionará una idea más clara acerca del Marketing Internacional, se encontrarán la terminología, conceptos básicos, antecedentes y bases teóricas basadas en los autores Philip Kotler, Christopher Shostack. En la investigación presentada a continuación se pretende reflejar las diferentes formas a tomar en consideración para el fortalecimiento, así como las estrategias adecuadas para ser implementadas en el Hostal José Alveiro, de forma que permita y estimule mantener un buen posicionamiento en el mercado internacional de manera permanente y eficaz.

### 1. Plan

#### 1.1 Definición

Según Ludeña (2009) conceptualiza que " el plan de gestión comercial en un documento con el cual se proponen acciones concretas que buscan conducir el futuro hacia propósitos predeterminadas" (p.8).

Es un documento donde se indican las alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo determinado las actividades prioritarias y asignando recursos, tiempos y responsables a cada una de ella.

#### 1.1.2 Tipos de planes

**Estratégico:** Establecen los objetivos generales buscan posicionar a la compañía en el término de su entorno establece al Plan de Marketing

**Táctico:** Recurso y tiempo de ejecución de las líneas de Acción.

**Operacional:** Especifican los detalles de Cómo serán logrados los planes generales.

#### 1.2 Plan de Marketing

Es una disciplina que se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores. Analiza la gestión comercial de las microempresas

con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de las necesidades.

### **1.2.1 Concepto de Marketing**

Con la creación de grandes centros urbanos y comerciales, la especialización en el trabajo y las nuevas tecnologías se ha creado un mercado de oferta y demanda en la donde el marketing debe buscar la entera satisfacción del consumidor.

Kotler & Armstrong (2007), nos dice que se tiene que partir de una definición súper sencilla que es la siguiente:

El marketing es la administración de relaciones perdurables con los clientes, la doble meta del marketing es atraer nuevos clientes al promover un valor superior, conservar y aumentar a los clientes actuales mediante la entrega de satisfacción. El marketing no es solo vender y anunciar. Hoy en día, es preciso entender el marketing no el sentido antiguo de logra una venta “hablar y vender” sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades del cliente. Por lo tanto, marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos de valor con valor con otros grupos e individuos.

En un contexto más limitado de negocios el marketing, implica el establecimiento de un intercambio rentable de las relaciones de alto valor con los clientes. Por lo tanto, se define marketing como un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes donde establecen relaciones y soluciones solidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes (p.10).

En relación con esta definición podemos encontrar la utilización de diferentes términos tales como: necesidad, demandas, valor, producto, servicio, calidad, intercambio, relaciones de mercado, etc. Por otra parte, el concepto de marketing adopta una perspectiva que es de afuera hacia dentro de manera que el punto de partida es un mercado bien definido y el enfoque va hacia las necesidades del cliente, lo que

podemos concluir es que bajo el concepto de marketing la orientación hacia el cliente y el valor son el camino que lleva a las ventas y las utilidades de una empresa.

### **1.2.2 Antecedentes del marketing en el mundo**

El marketing tiene origen desde cuando nació el trueque, debido a la aparición de las nuevas tribus y pueblos, se da la sobre producción de algunos alimentos. El ser humano se dio cuenta que tiene la posibilidad de obtener cosas que él no producía a través del cambio o trueque. Dentro del marketing se puede hablar de las estrategias de mercadotecnia (digital, política) tenemos que entender su origen, ya que como lo definió Phillip Kotler, “consiste en un conjunto de principios para escoger mercados meta, identificar las necesidades, desarrollar productos y servicios que satisfagan esas necesidades” (Jaramillo, 2016).

El concepto que dio origen al mercadeo o marketing (en 1950 por Theodore Levitt), fue el de orientar los productos al grupo de compradores (mercado meta) que los iba a consumir o utilizar. Junto con ello se dirige los esfuerzos de promoción a las masas (mass marketing) por medio de los medios masivos que comienzan a aparecer (cine, radio, televisión) y de aquí surge el concepto de marketing que dice que el logro de las metas de la organización depende de determinar las necesidades y deseos de los mercados metas y proporcionar las satisfacciones deseadas de forma más eficaz y eficiente que la de los competidores.

En la actualidad el concepto de marketing se ha dividido en otras teorías como lo es Benchmarking, marketing social, marketing global, la comunicación de marketing integrado y la comercialización.

### **1.2.3 Marketing en el sector hotelero en Ecuador.**

El sector hotelero en Ecuador es la industria de servicios que más empleos genera en el país, aproximadamente y, conjuntamente con el de alojamiento. Otro aspecto es la gran cantidad de microemprendimientos que se desarrollan en el sector hotelero. El 50% de las microempresas hoteleras se ubicaron en el estrato de la microempresa. Se puede encontrar que el origen de los turistas o visitantes que llegan a Pimampiro

son de la provincia de Pichincha, Imbabura y Carchi, siendo esta última una provincia limítrofe con el cantón, por ende, tienen una mayor influencia en la actividad económica que se realiza dentro del cantón. Esta tendencia se convierte en un dato bajo sobre la importancia que tienen las microempresas, pequeños y medianos empresarios se han beneficiado en gran medida con el aumento de turistas tanto nacionales como internacionales que visitan y recorren el Ecuador cada vez con mayor frecuencia.

El marketing y sus herramientas se relacionan como impulsor del desarrollo tecnológico de las empresas regionales, es considerado un factor clave para competir eficientemente con las grandes empresas que ya se encuentran posesionadas en el mercado.

### **1.3 Plan de Marketing Internacional**

Toda empresa necesita una planificación por cada servicio de negocios, cada área del negocio se debe considerar que todo producto o marca requiere un plan de marketing específico.

Se puede mencionar que el plan de marketing es una herramienta básica de gestión que debe ser utilizada por la empresa para que sus objetivos tengan un resultado positivo, caso contrario se obtendrá consecuencias negativas en el mercado.

Por otra parte, Kotler (2006) sostiene:

El plan de marketing internacional es un documento de trabajo escrito, ordenado y definido, y periódico cuyo objetivo final es la elaboración y puesta en práctica de un programa de marketing en los mercados exteriores por etapas, basándose en unos objetivos cuantificables y un análisis del entorno internacional y de las capacidades de la empresa. Que el marketing relacional es el establecimiento de estas relaciones firmes, tanto con las personas como con las organizaciones, pueden influir directa o indirectamente en el éxito de las actividades de marketing de la empresa.

### **1.3.1 Marketing Internacional**

Define que:

El marketing internacional es la realización de actividades de negocios diseñadas para planear, cotizar, promover y dirigir el flujo de bienes y servicios de una compañía hacia los consumidores o usuarios de más de una nación para obtener un beneficio (Kotler. 2007).

La revista líderes da respaldo en los criterios de la revista antes mencionada decretado la actividad económica y turística del Ecuador.

Otro factor importante variable incontrolable del país de origen que tiene efectos de largo alcance sobre la posición competitiva de una compañía en los mercados extranjeros. La capacidad para invertir en plantas e instalaciones ya sea en mercados nacionales o extranjeros, en gran parte está en función de la vitalidad económica con el fin de fortalecer la economía nacional.

### **1.3.2 Importancia del Marketing Internacional**

En relación la importancia del marketing beneficia al mercado Navarro afirma:

La importancia del marketing internacional está fuera de toda incertidumbre, se toma en cuenta la globalización de los mercados y la intensificación de la competitividad. Si desea sobrevivir como microempresa, tarde o temprano se debe plantear la proyección internacional. (Navarro, 2012)

Ya sea en una primera fase exportadora o mediante cualquier otro modo de penetración en otros mercados, el marketing internacional cumplirá una función clave. No va en vano, las estrategias comerciales a nivel global necesitan el respaldo de un plan de marketing que sirva como hoja de promoción y, en este sentido, el marketing internacional es la respuesta para prevenir planteamientos erróneos y malas prácticas.

### **1.3.3 Marketing en el sector hotelero a nivel Internacional**

En relación del marketing en el sector hotelero Langeard (2016), sostiene que:

En el panorama internacional el cliente forma parte importante dentro de las MiPymes de cada país, y como tal, tiene la obligación de unir esfuerzos para ser más competitivas. Por otro parte, la investigación y desarrollo sigue siendo la principal asignatura pendiente de la pequeña y mediana empresa el 50% de las MiPymes de servicio de alojamiento no invierten en innovación, lo que refleja claramente la falta de misión y visión a largo plazo y su poco de interés por la tecnología y salida al mercado de exterior. (p.40).

Tomando en consideración los estudios antes realizados el Hostal José Alveiro hace uso de estas herramientas tanto publicitarias y digitales para dar a conocer el turismo de la provincia de Imbabura, sin embargo, es importante potenciar estas herramientas, mismas que permiten aumentar sus clientes.

#### **1.4 Marketing de Servicios**

En relación al marketing de servicios Shostack (2003), sostiene que:

El marketing de servicios es una disciplina que busca estudiar los fenómenos y hechos que se presentan en ofrecer servicios”, entendiéndolo como servicio”, un establecimiento comercializable aisladamente, es decir, un servicio intangible que no se toca, no se coge, no se palpa, generalmente no se experimenta antes de la compra, pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes” (p.3).

Peter Drucker, un importante teórico en administración, lo expresa así:

Suponemos que siempre habrá cierta necesidad de ofrecer, pero el objetivo del marketing es volver a promocionar la actividad de ofrecer. El propósito del marketing es conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se ajuste perfectamente a él y se promoció solo. En teoría, el resultado del marketing debe ser un cliente que está listo para adquirir. Lo único que se necesita, entonces es poner a su disposición el servicio.



### **1.4.1 Importancia del Marketing de Servicios**

Uno de los criterios en la importancia del marketing de servicios según Kotler. (2007), es el que se refiere al que:

En el mercado global de los productos y servicios, es cada vez más competitivo y centrado en los clientes. De esta manera la importancia del marketing, no sólo como el estudio de dicho mercado, sino como filosofía, también se hace más presente, así es que se puede ratificar que el marketing tiene el potencial de contribuir a la mejor adecuación entre oportunidades del mercado y voluntades, recursos y potencialidades de una organización, permitiendo así invertir de forma más inteligente, eficaz, eficiente y sostenible (p.25).

Por otra parte, la importancia del marketing de servicios, reside en la toma de decisiones, ya que si hubiera planificación no existiría en la empresa pérdidas importantes, uno de los afanes de esta ciencia es que debe existir planificación estratégica. El marketing de servicio es el resultado de un perfeccionamiento de años, que proviene del marketing general, donde las técnicas de venta y comercialización son un punto focal en las ventas de alojamiento, como generación de ingresos de una microempresa. Para esto, lo principal en el ofrecimiento de los servicios versus productos es la necesidad y la atención sobre los clientes en el requerimiento de estos. El enfoque sobre la necesidad y la percepción única de cada individuo es el universo infinito de posibilidades que cambian en razón del cantón y los lugares turísticos y la necesidad.

### **1.4.2 Marketing Mix**

El marketing es el conjunto de herramientas tácticas que la microempresa adopta para obtener respuestas que anhela en el mercado meta. El marketing mix consiste en la capacidad que tiene la microempresa de influir en la demanda de sus servicios.

Se puede decir que cuando se habla de todo lo que la microempresa es capaz de expandir una serie de posibilidades de las cuales Kotler clasifica en siete grupos de variables más conocidas como las 7P's (p.2).

**Producto:** Es la combinación de bienes y servicios que la microempresa ofrece al mercado meta.

**Precio:** Es la cantidad de dinero que los clientes tiene que pagar para obtener su necesidad.

**Plaza:** Es el lugar desde el que ofrecemos el servicio a los clientes para posicionar y distribuir el servicio en un lugar accesible para el público.

**Promoción:** Es crear interés en el bien o servicio y en la empresa, para que pueda diferenciarse de la competencia, comunicar los beneficios de los servicios.

**Personas:** Es importante contratar y capacitar a las personas adecuadas para brindar un servicio de alta calidad a los clientes.

**Procesos:** Se realizará desde un sitio web la empresa debe tener en cuenta que el sitio se maneje de forma sencilla y accesible, que el cliente encuentre lo que necesite de una manera rápida y sin complejidades

**Presencia Física:** Una acción bien planificada para una empresa en que se realiza un servicio y en dónde interactúa la marca y el consumidor.

### 1.5 Sector Turístico de Pimampiro

El patrimonio turístico de Pimampiro es incalculable, su diversidad productiva, natural y cultural así como sus deportes de aventura y la calidad de su gente, hacen de este lugar destino turístico por su clima agradable, y diversa producción agrícola, con su exuberante belleza natural gracias a que parte del cantón se encuentra dentro del Parque Nacional Cayambe Coca, para la práctica de deportes extremos, líder nacional, por sus festividades tradicionales, su variada gastronomía fundamentalmente por su amabilidad y hospitalidad de su gente (GADSPP,2018).

Recomiendan a la gente nacional e internacional que visiten este lugar turístico.

### **1.5.1 Sector Turístico Cultural**

Es fomentar conciencia en los pobladores sobre la importancia del patrimonio, su historia y su cultura, se torna una mirada con un pensamiento crítico, positivo y colectivo que contribuya a generar emprendimientos desde lo local con enfoque intercultural.

### **1.5.2 Sector Turístico Festivo**

Es una tradición ancestral de toda la vida y única en la región; consiste en intercambiar productos de las diferentes zonas sin la utilización del dinero. Se integran moradores de Pimampiro, Carchi, Colombia y otros sectores para efectuar el trueque en el polideportivo, viernes y sábado por la noche antes del Domingo de Ramos e inicio de Semana Santa que es una celebración religiosa de fe y oración, que reúne a centenares de personas de todos los rincones del país. En el mes de junio se realiza en homenaje y agradecimiento al Padre Sol y a la Madre tierra por sus cosechas recibidas durante el año, que participan de diferentes comunidades de Pimampiro.

### **1.5.3 Sector Turístico Natural**

Es muy atractiva para el turismo nacional e internacional pueden apreciar a estos animales en su estado natural y aprender de la actividad agrícola, en el sitio existe el Mirador del Oso Andino donde es posible observar, con binoculares, a los osos, disfrutar de los juegos de recreación una oportunidad de ver con la familia.

### **1.5.4 Sector Turístico Extremo**

Es conocida por sus deportes extremos hace que la adrenalina fluya de las personas, durante todo el recorrido, mientras se camina por los senderos, predomina de campos verdes de la vegetación, de los mejores deportes de aventura. Otra actividad extrema empezó con un pasatiempo, se ha convertido en un deporte extremo y una atracción muy emocionante, para el cantón de Pimampiro como es la carrera de coches de madera donde mezcla la adrenalina de los participantes, y con lleva generar ingresos a diferentes locales comerciales a la vez fomentar el turismo al público.

## **1.6 Servicio Hotelero**

Iveste y Neefus (2016) explican:

El término servicio hotelero (del latín hospes) se refería en un principio de huéspedes a partir de hospitales, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, como establecimientos de alojamiento, incluye también las atracciones, eventos, recursos de hospitalidad, infraestructura y transporte. (p.4)

Las empresas dedicadas al servicio hotelero han crecido potencial dentro de un mercado en donde han obtenido un desarrollo que superó todas las expectativas, convirtiéndose en todo un dinamismo comercial que no ha sido paralelamente acompañado por un desarrollo estratégico empresarial.

### **1.6.1 Servicio de Alojamiento**

Para hablar sobre el sector hotelero, es importante definir que es un servicio de alojamiento, de lo cual Porto menciona que:

Los servicios de alojamiento son aquellos establecimientos cuya actividad principal es esencialmente intangible, ligada en su prestación a un soporte físico, que se ofrece para satisfacer las necesidades de alojamiento, mediante precio, con o sin otros servicios complementarios, mediante la categoría de hotel, hostel, pensión o similar (Porto, 2013).

Los servicios hosteleros deben ser considerados como medios para resolver un problema del cliente, ya que comercializa los beneficios de dicho servicio para la resolución. Hay que recalcar que se debe dar importancia a la forma en que el consumidor percibe el servicio como deseo de una necesidad, desde esta perspectiva, el cliente tiene un papel importante pues es quien convierte los beneficios deseados por el turista en un servicio intangible con funciones o atributos que resuelven dicha necesidad.

### **1.6.2 Antecedentes en el sector hotelero en Pimampiro**

Basado a criterios personales del cantón Pimampiro resume que en el sector de servicio de alojamiento:

Por muchos años en Pimampiro, se afirmaba que, el turismo es una tarea fácil de implementar, unas casitas de hospedaje, un lugar de comida por acá muchas veces dentro de reservas naturales, dañando su riqueza paisajística esperando que algún viajero “caiga”, lastimosamente esto ha creado la destrucción de la naturaleza y la identidad de los pueblos que viven en ella (GADSPP, 2018).

Por parte de la publicidad, se puede difundir al potencial turista que visite este destino turístico a través de la microempresa Hostal José Alveiro, de la visibilidad del entorno y seleccionado a través de una campaña de promoción, turística rentable, solidaria y lo más importante sustentable.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se analizará los distintos tipos de investigación utilizados para la elaboración del estudio. Particularmente en la investigación de campo se elaboró entrevista dirigida al propietario y una encuesta dirigida a los clientes del establecimiento del Hostal José Alveiro, a fin de obtener información que permita conocer su situación actual. La información obtenida fue procesada y cuyos resultados se analizan más adelante y se hace una interpretación de los mismos, comprenderá la caracterización de hechos o situaciones identificados en el problema de investigación, realizando su respectivo análisis de resultados con la finalidad de analizar la comercialización del Hostal José Alveiro en el cantón Pimampiro y una oportunidad para el desarrollo local.

##### **2.1 Paradigma de la Investigación**

Se guía por paradigma que conducen al estudio de la realidad de una manera lógica, guiando al investigador sobre cómo actuar para abordar y explicar fenómenos objeto de análisis, en el presente trabajo está enfocado en el Hostal José Alveiro a través de un plan de marketing internacional. Es así que el paradigma vendría a ser una estructura coherente, constituida por una red de conceptos, de creencias teóricas y metodológicas entrelazadas, permitiendo la evaluación crítica de problemas científicos a partir de métodos coherentes con la realidad investigada.

##### **2.1.2 Diseño de la Investigación**

El diseño de la investigación fue basado en una recopilación de información real del Hostal José Alveiro, ya que se contó con la posibilidad de manipulación de variables en el proceso, se procedió a la observación y recolección de información procedente de cada fuente, logrando un análisis profundo de cada una de ellas. También la investigación es de campo debido a que procedió a la realización de una entrevista y encuesta para la recolección de datos y determinar la situación actual del Hostal.

### **2.1.3 Diseño Descriptivo**

Arias (2012), define como:

La investigación realizada presenta un diseño descriptivo, ya que se encontrar la solución de los problemas que surgen en organizaciones educacionales, gubernamentales, industriales o políticas. Se efectúan descripciones de los fenómenos a estudiar, a fin de justificar las disposiciones y prácticas vigentes o elaborar planes más inteligentes que permitan mejorarlas. (p.18).

La investigación descriptiva se realizó mediante en la recopilación de información del servicio de alojamiento para conocer el diagnóstico actual de la microempresa del Hostal José Alveiro que ayudará a tener un objetivo más eficaz.

### **2.1.4 Diseño de Campo**

Arias (2012), afirma:

La investigación realizada presenta un diseño de campo, ya que la búsqueda de la información se realizó, basándose en las variables del tema a investigar, la investigación se realizó en el contexto real donde ocurre el problema, es decir, se efectuó un trabajo de un servicio hotelero del Hostal José Alveiro. (p.35).

La investigación campo se la realizó mediante la recopilación de información a través de fuentes primarias como las entrevistas y fuentes secundarias como las encuestas y la observación, constatando de manera física los datos obtenidos por las diferentes fuentes, para poder generar esta información fue necesario establecer diferentes técnicas de recolección de datos, se obtuvo información mediante entrevistas y encuestas diseñada para ser contestada por el propietario y los clientes del establecimiento del Hostal José Alveiro, con la cual se pudo determinar la situación actual del hostal, la investigación de campo será útil en el presente trabajo puesto que con ella se recolectara información que servirá para analizar las debilidades del Hostal y potenciar las fortalezas, brindando así mayor rentabilidad al Hostal.

## **2.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación es descriptiva y exploratoria, comprende la caracterización de hechos o situaciones identificadas en el problema de investigación, realizando su respectivo análisis de resultados con la finalidad analizar el nivel de comercialización del Hostal José Alveiro en el cantón de Pimampiro y una oportunidad para su desarrollo.

Los métodos de investigación bajo los cuales se realizará esta investigación son:

### **2.2.1 Método Cualitativo**

El principal objetivo de la investigación describe los problemas prácticos, a través de la recolección de datos, esta investigación será útil en la presente investigación debido a que por medio de la información proporcionada por el servicio hotelero se implementará nuevas prácticas para el buen desenvolvimiento en el mercado.

### **2.2.2 Método Cuantitativo**

Se recurrirá al método cuantitativo para analizar datos estadísticos y numéricos de la investigación como las particularidades de los consumidores del Hostal José Alveiro y conocer porque no expanden su servicio a mercados internacionales.

### **2.2.3 Método Analítico – Sintético**

Se analizará información y datos de la investigación documental y bibliográfica del marketing para el incremento del Hostal, el resultado obtenido proveniente de la aplicación permitirá entender y describir. Además, se utilizará: cuadros, gráficos y tablas como estrategias de síntesis de información que permitirá a su vez, sentar las bases sobre la fundamentación teórica.

## **2.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

### **2.3.1 Entrevista dirigida a la Propietaria de la microempresa Hostal José Alveiro**



En la presente investigación se aplicará la entrevista dirigida a la Señora Yolanda Yépez gerente y al personal que labora en el Hostal José Alveiro, para conocer sobre el servicio hotelero e incremento de ventas, para obtener información sobre los principales avances que ha tenido la actividad de alojamiento, utilizamos como instrumento un cuestionario.

Ver Anexo 1: Entrevista al Gerente.

**1. ¿Cuál es la misión del Hostal?**

El hostal no cuenta con misión debido a que no tiene establecido los lineamientos administrativos, cabe mencionar que se encuentran en proceso de creación.

**2. ¿Cuál es la visión del Hostal?**

El hostal no cuenta con misión debido a que no tiene establecido los lineamientos administrativos, cabe mencionar que se encuentran en proceso de creación.

**3. ¿Cuántos años está de servicio en el mercado?**

El hostal tiene 17 años de servicio hotelero experimenta un importante aumento del acceso de un gran sector de la población al mundo de internet en el que las empresas de todos los sectores y, en concreto, del sector turístico.

**4. ¿Qué estrategias implementa para competir en el negocio?**

Las estrategias para competir sacar máximo provecho de su buena relación calidad y precio, revisar todas sus comunicaciones publicada en la página para asegurarse de transmitir el mensaje adecuado y mantener las ofertas especiales que mejor satisfagan las expectativas del cliente.

**5. ¿Qué servicios ofrece actualmente la empresa?**

El servicio del hostal consiste, habitaciones simples con baño compartido y habitaciones privadas con baño compartido, internet, TV cable.

**6. ¿Considera que sería beneficioso implantar un plan de marketing para el desarrollo del hostal?**

Si ya que ayudaría a cumplir con las metas y objetivo de prestar el servicio propuesto, así como también a crear un flujo de clientes constantes para el hostel y mejorar la calidad del servicio.

**7. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?**

El segmento del servicio hostelero va dirigido a los turistas nacionales

**8. ¿Ha pensado orientar los servicios que brinda el Hostal al público extranjero?**

Si es importante brindar servicio a las personas extranjeras permite conocer la riqueza de los lugares turísticos que hay en el cantón.

**9. En caso de que llegue un grupo que no se tenía contemplado, ¿cómo le hace para atenderlos, lo hace con el mismo personal o contrata personal emergente?**

Para atenderlos al grupo dialogar con la propietaria del hostel y así tener una mejor calidad al cliente.

**10. ¿Considera que la ubicación del Hostal es la adecuada?**

Si es adecuada porque está a la visibilidad de todas las personas que requieren de este servicio.

**11. ¿Cuáles son sus potenciales competidores?**

Hay diferentes hostales que son: Hostal Reina del Cisne, Casa Jireh y Hostal rancho de salome.

**12. ¿Cuáles son sus principales clientes y porque eligen el Hostal?**

Los principales clientes son de la empresa INEN por su precio cómodo al alcance del cliente y buena atención.

**13. ¿Qué medios de publicidad y promoción utiliza?**

Por página web, tarjetas de publicidad, y correo electrónico.

### **2.3.2 Conclusión de la Entrevista realizada a la Propietaria del Hostal José Alveiro.**

Una vez realizada la entrevista al propietario del HOSTAL JOSE ALVEIRO se determina que su gran atractivo de servicio para las personas nacionales e internacionales. El hostel lleva 17 años en el mercado la cual se ha manejado de una forma empírica, cuenta con un personal dentro del ámbito empresarial el propietario del hostel manifiesta la importancia de la implementación de un plan de marketing, debido a que no cuentan con estrategias de marketing para el incremento de sus ventas, a su vez esta tiene como objetivo la prestación de un servicio de calidad del hostel. Es considerando que el hostel se encuentra en un lugar estratégico debido a la visibilidad de las personas, lugar donde transitan las personas nacionales requieran de este servicio óptimo y seguro.

## **2.4 Encuesta**

Se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregaron a los turistas quienes, las responden por escrito. Es una técnica aplicable a sectores amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante encuestas individuales.

Ver Anexo 2: Encuesta dirigida a los clientes del Hostal José Alveiro

### **2.4.1 Observación**

Este método de recolección de datos permitirá ver detalladamente al servicio hotelero e incremento de ventas del Hostal José Alveiro en todo el proceso de comercialización de alojamiento a las personas.

### **2.4.2 Validación de Expertos**

Navarro (2017) argumenta que “Es una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información evidencia, juicios y valoraciones” (s/p).

Se recorrió a esta técnica para validar las preguntas del cuestionario de la entrevista que se aplicó al gerente y al personal que labora en el Hostal José Alveiro, permitió el criterio de tres expertos de la Universidad de Otavalo con amplios conocimientos en el tema como son el Magister Lizandro Perugachi, Magister Soledad De la Torre, Magister Santiago Núñez.

Ver Anexo 3: Carta de Validación 1

Ver Anexo 4: Carta de Validación 2

Ver Anexo 5: Carta de Validación 3

## 2.5 POBLACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se entrevistó al propietario del Hostal José Alveiro y al personal de la misma.

Para determinar la población se utilizó datos estadísticos facilitados por la municipalidad del cantón de Pimampiro donde se puede constatar una población de 140; que corresponde a masculino 70, y a femenino 70 se obtuvo las personas en dos barrios, Barrio San Vicente y Barrio San Isidro para obtener la muestra se utilizó la fórmula estadística mencionada

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot pq}{\epsilon^2 (N-1) + Z^2 pq}$$
$$n = \frac{(140)(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (140-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{134.456}{1.3079}$$
$$n = 102 \text{ Encuestas}$$

### Dónde:

Tamaño de la población: N

Nivel de Confianza: Z

Error de estimación:  $\epsilon$

Probabilidad a favor: p

Probabilidad de corteza: q

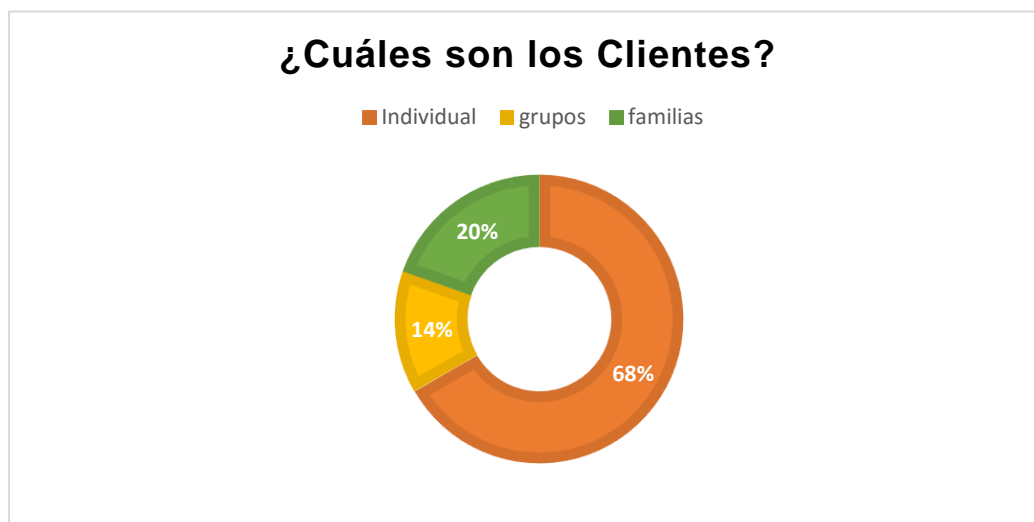
### 2.5.1 Análisis de la encuesta dirigida a los clientes del Hostal José Alveiro

Se aplicó a un grupo de 102 personas entre habitantes del sector y clientes. Las encuestas fueron estructuradas con ítems que permitieron determinar el nivel de calidad en el servicio otorgado por la propietaria del hostal y, así mismo, la satisfacción que mantienen los clientes; consecuentemente, como se muestran los clientes en el cumplimiento de funciones y procesos para otorgar un servicio de excelente calidad. Se pudo establecer que en todas las dimensiones medidas, los datos de las percepciones superan los de las expectativas, mostrando niveles aceptables de satisfacción de los clientes.

### 2.5.2 Tabulación de las Encuestas

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los clientes del Hostal José Alveiro.

#### Pregunta N°1 Clientes



**Autora:** Propia

## Análisis

Desde el año 2015 hasta hoy en día los datos estadísticos obtenidos, se puede concluir que el 68% de sus respectivos clientes representa a jefes del personal que trabajan en diversas empresas, mientras que en los otros grupos el 14% son estudiantes de diversas universidades que vienen a investigar las tradiciones turísticas de nuestro cantón, el 20% que conforma las familias se encuentran bien en el alojamiento del hostel.

### Pregunta N° 2 ¿Cuál es su Nacionalidad?

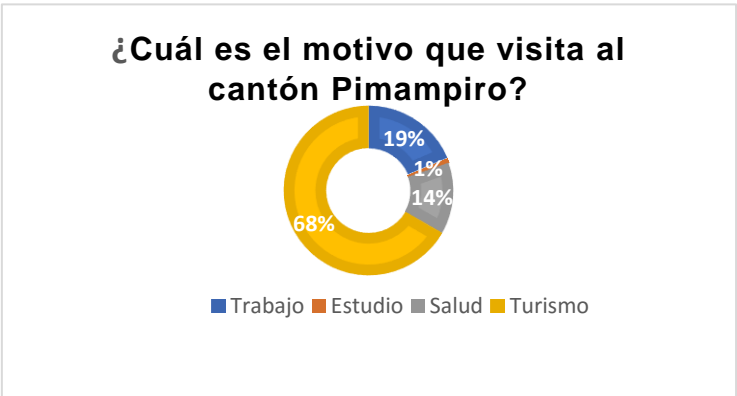


**Autora:** Propia

## Análisis

De acuerdo a los estudios realizados por medio de encuestas da a conocer que el 102 son clientes nacionales de Ibarra, Valle del Chota, Pichincha, Guayaquil, mismos que se sienten satisfechos con la atención prestada de calidez humana y confort social ya que es un lugar acogedor en el entorno del cantón.

**Pregunta N° 3 ¿Cuál es el motivo que visita al cantón Pimampiro?**

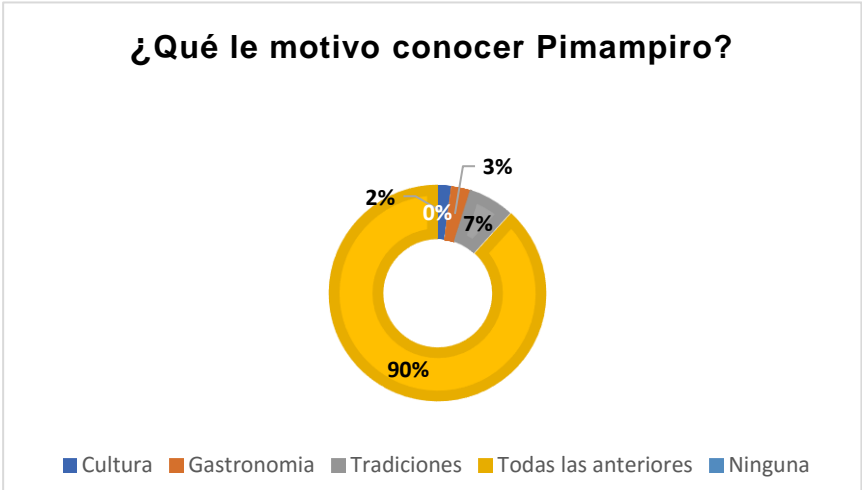


**Autora:** Propia

**Análisis**

Según los datos obtenidos el motivo principal del alojamiento al hostel es trabajo, ya que Pimampiro es un cantón conocido por sus diferentes atractivos naturales; por motivos personales los clientes se hospedan en el establecimiento así mismo el sector es apropiado para la salud ya que su clima es cálido templado y por la variedad de plantas medicinales que se dan en el sector, es por ello que el 14% de los encuestados se siente motivado por esta razón.

**Pregunta N° 4 ¿Qué le motivo conocer Pimampiro?**

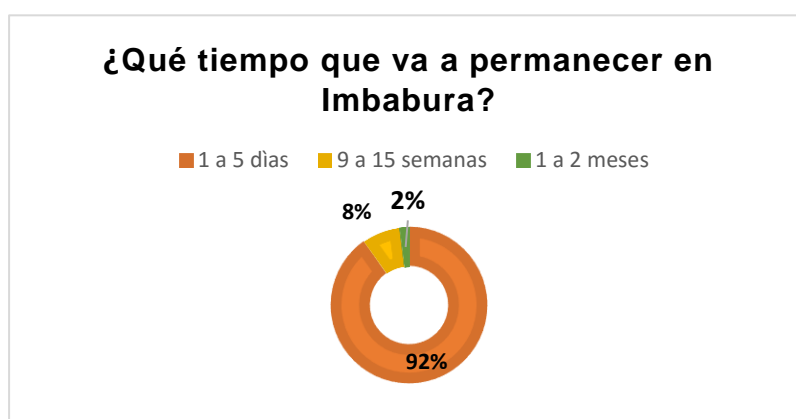


**Autora:** Propia

## Análisis

Según el 90 % visitan el cantón Pimampiro por sus tradiciones ya que sus fiestas religiosas es una de las más reconocidas a nivel local y nacional, lo mismo pasa con sus fiestas de cantonización en la cual la mayoría de personas disfruta de la inigualable Carrera de coches y su gastronomía es muy diversa por sus platos típicos como el hornado y de los exquisitos cuyes y genera fuentes de empleo para los habitantes del cantón.

## Pregunta N° 5 ¿Qué tiempo va a permanecer en Imbabura?



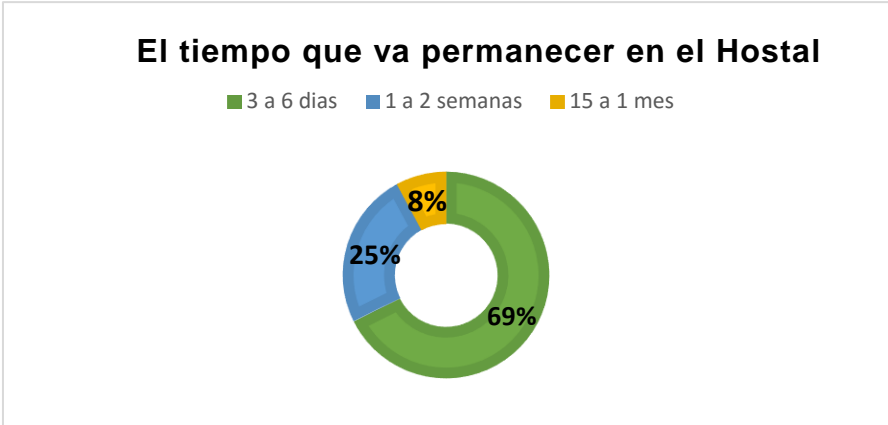
**Autora:** Propia

## Análisis

El análisis realizado determinó que el 92% de las personas que visitan Imbabura permanecen de 1 a 5 días ya que son por trabajo la mayoría de los clientes que corresponden a la tasa equivalentes un valor mínimo de \$ 20 lo que incluye el transporte \$ 5, alojamiento \$10 la alimentación \$5 con respecto a las características de los servicios que utilizan en alojamiento su categoría es de casa de hospedaje el número de veces que el visitante acude a la provincia es una vez al mes para el trabajador mientras que para los comerciantes es de dos veces a la semana dependiendo los días de feria de cada lugar de la provincial de Imbabura.



**Pregunta N° 6** ¿Qué tiempo va a permanecer en el Hostal José Alveiro?

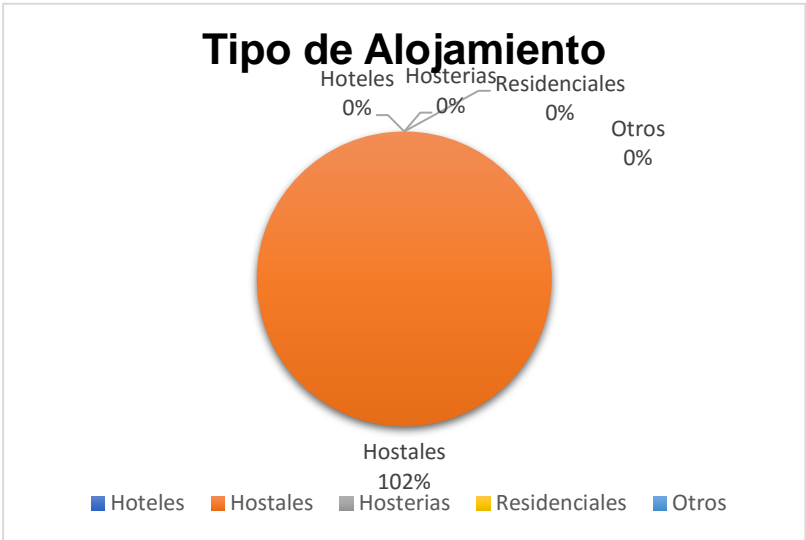


**Autora:** Propia

**Análisis**

La mayoría de los clientes que corresponde a un 68% de encuestados su tiempo de permanencia por lo general es de 3 a 6 días. Con respecto a las características de los servicios que se utilizan, en alojamiento su categoría es de “Hospedajes”. El número de veces que el visitante acude al cantón es semanal, tanto para los turistas como para los comerciantes ya que se aprovisionan de productos para su comercialización.

**Pregunta N° 7** ¿Qué tipo de alojamiento prefiere?



**Autora:** Propia

### **Análisis**

De acuerdo con las encuestas realizadas el 100% de las personas prefieren los hostales para alojamiento ya que ellas son económicas y además prestan un buen servicio que cumple un régimen de calidad y es satisfactoriamente para sus respectivos clientes.

### **Pregunta N° 8 ¿Conoce al Hostal José Alveiro?**



**Autora:** Propia

### **Análisis**

En la trayectoria desde su inicio hasta hoy en la actualidad el 101% es muy reconocida por la ciudadanía por empresas turistas del cantón y de la provincial, lo cual las personas reconocen al hostal Jose Alveiro ya que es la primera del cantón Pimampiro es fortalecer a nuevos clientes que abrió sus puertas al servicio de la comunidad y fue ganando su prestigio gracias a su calidad y buen confort.

### **Pregunta N° 9 ¿Cómo se enteró del Hostal José Alveiro?**

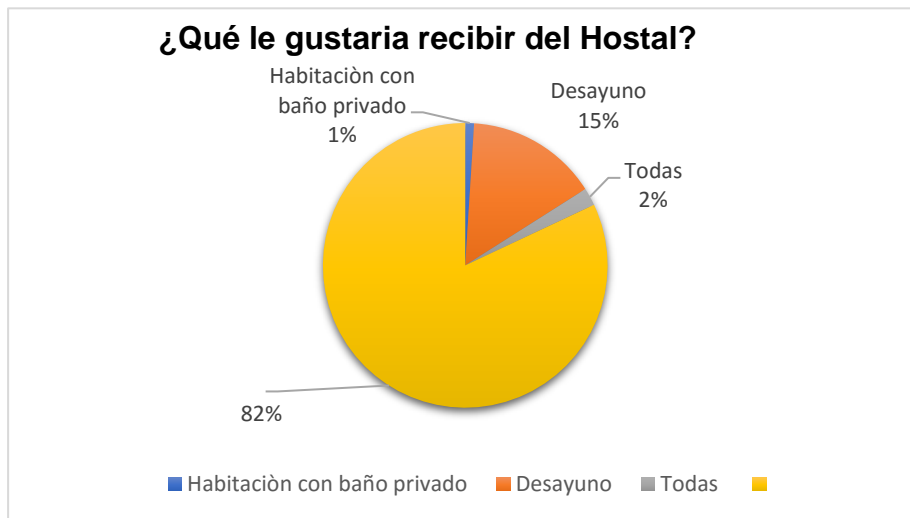


Autora: Propia

### Análisis

En la actualidad por ayuda de la tecnología se comenzó a difundir los servicios que brinda el Hostal, El 59% de personas se enteraron del hostel gracias a la comunicación entre amigos del cantón los visitantes han sugerido implementar la publicidad del servicio dado.

**Pregunta N° 10** ¿Qué es lo que a usted le gustaría recibir de servicios del hospedaje?

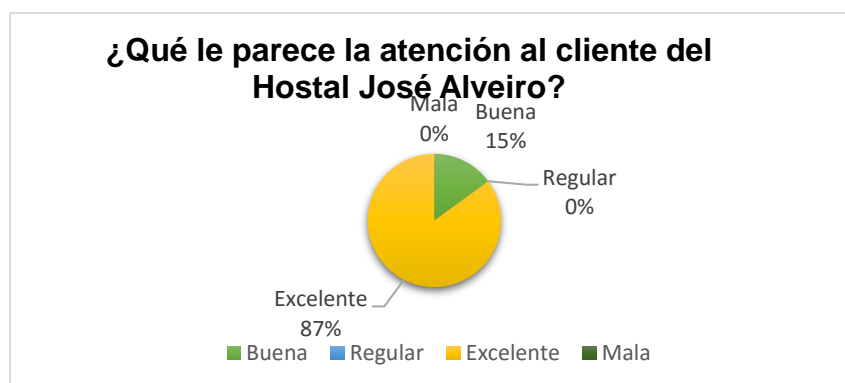


Autora: Propia

## Análisis

Realizando una encuesta personal a su respectiva clientela llegaron a determinar sus necesidades como Seguridad, hospitalidad, amabilidad, confort economía y tecnología.

**Pregunta N° 11** ¿Qué le parece la atención realizada en el Hostal José Alveiro para sus respectivos clientes?

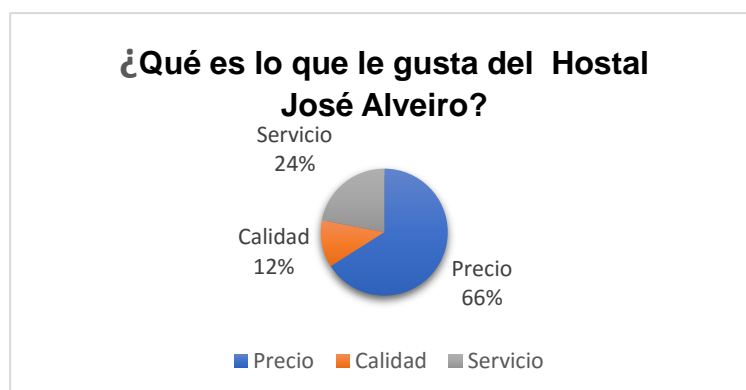


**Autora:** Propia

## Análisis

Según el análisis el 87% de los clientes del hostal Jose Alveiro se sienten satisfechos por su precio que es accesible para todos y además tiene una buena infraestructura que posee cómodas habitaciones y un servicio de calidad.

**Pregunta N° 12** ¿Qué es lo que le gusta del Hostal José Alveiro?



**Autora:** Propia

## Análisis

Se aplicó la encuesta en el cantón Pimampiro la gran mayoría están dispuestas a pagar personal \$8,00 dólares o la promoción \$ 15 por habitación por pareja. Esto significa que el cliente enfoca en adquirir el servicio a un precio cómodo y accesible sin que el precio sea elevado en sí. Por ende, esta información permite definir nuevas estrategias de comercialización enfocadas en brindar un servicio de alta calidad, a bajo costo y así mantener el nivel de ventas y rentabilidad de la microempresa.

## 2.6 MATRIZ FODA

**Tabla 3:** Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p>Buena relación: Calidad – Precio Excelente ubicación Parqueadero Propio Experiencia en el mercado</p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Alianzas estratégicas con diferentes tipos de empresas turísticas como: balnearios, zona de aventura, museos de piezas arqueológicas.</p> <p>Alta demanda de turistas en el cantón.</p> <p>Capacitaciones relacionadas en el sector hotelero que brinda organizaciones como: Municipio, Ministerio de Turismo.</p>
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p>Poca cantidad de trabajadores. Falta de conocimiento en el área de marketing. Falta de promoción y publicidad del servicio para darlo a conocer al mercado. Falta de capacitación personal.</p>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p>Incremento de la competencia. Incremento de inseguridad en la zona. Desastres naturales que afecten la llegada de los turistas como quema de bosques.</p>

**Elaborado por:** La Autora

### **2.6.1 DIAGNÓSTICO INTERNO**

El turismo potencial del cantón se encuentra en sus paisajes, atractivos naturales y haciendas que son patrimonio cultural e histórico; donde se puede desarrollar turismo de aventura, agroturismo y ecoturismo. El cantón Pimampiro es visitado con frecuencia por un alto número de turistas, principalmente los fines de semana y feriados debido a que posee un clima templado y muy confortable para el visitante. Pimampiro, promociona cada año la fiesta de cantonización, que se celebra la primera semana del mes de septiembre con actividades típicas de la zona, su gastronomía es una de las más representativas tanto nacional e internacional.

El estudio realizado da a conocer este sitio como una excelente alternativa turística que presenta actualmente, problemas administrativos y de servicios turísticos que están afectando la rentabilidad del hostel, los cuales fueron detectados en la investigación realizada para lo cual se brindó las propuestas adecuadas con la finalidad de brindar servicios de calidad y cumplir con la meta de la empresa de ubicarse dentro del mercado local como la mejor opción hotelera y con turistas tanto regionales como nacionales satisfechos y dispuestos a regresar y disfrutar de sus servicios.

Otro factor de carácter individual, obteniendo referencia a los conocimientos y experiencia que poseen cada uno de los empleados del hostel y su capacidad para aplicarlos en sus funciones eficazmente encomendadas, permitiendo a su vez que haya una conexión armónica. No cuenta con financiamiento para realizar más infraestructura adecuada y así los turistas visitantes puedan disfrutar de su descanso de relajación satisfaciendo las necesidades de cada uno. Minimizamos la debilidad de ser una empresa en el mercado hotelero a través de gestionar mejores servicios que la competencia a un precio igual para lograr una fidelización.

### **2.6.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO**

Pimampiro tiene un nivel alto de competitividad en el sector hotelero, sin embargo, cada hostel se enfoca en un mercado diferente, algunos se enfocan más en la parte recreativa y de diversión, mientras que otros ofrecen paquetes empresariales, de

descanso. Para el Hostal José Alveiro no todos los hostales son considerados competencia directa, el negocio está enfocada a la parte empresarial y a brindar hospedaje a personas que viajan a la ciudad por negocios, es decir su mercado objetivo son principalmente los comerciantes. Los principales competidores directos del Hostal José Alveiro son: Hostal Reina del Cisne, Hostal Rancho de Salome, Hostal Jireh. Este grupo hotelero son los líderes en la parte empresarial, por lo tanto, son considerados competencia directa, ya que sus estrategias están enfocadas al mercado objetivo. La cual se debe prever y tomar decisiones que ayuden a tomar ventaja competitiva frente a las estrategias que puedan implementar esos hostales. Las estrategias que se toman en el mercado hotelero se basan más en las siguientes variables: Publicidad, Segmentación del mercado, diferenciación, precios, posicionamiento del hostel, servicio y marca, y comercialización.

Dentro del grupo de competidores directos del Hostal José Alveiro, se pudieron detectar una serie de oportunidades donde la más destacadas son la modernidad y la tecnología, acompañado de las tarifas bajas que ofrecen dentro de los planes hoteleros, turísticos y recreativos ofrecidos por cada uno de esos hostales. Algunos ofrecen más diversión a un menor precio, en relación a los planes ofrecidos por el hostel. El principal reto de los gerentes de todos los hostales es mantener los niveles de satisfacción del cliente en su máximo punto, por esto, todos implementan siempre estrategias de segmentación y fidelización, logrando conservar sus actuales clientes y buscando captar nuevos; esto lo hacen agregando más beneficios como dando un valor agregado con el mismo precio que se brinda al cliente, por eso es muy importante que las empresas del sector turístico aporten, valor añadido al cliente que les haga diferentes de la competencia, por ejemplo: trato personalizado, ventajas por su fidelidad, descuentos, mejores condiciones.

En promedio los clientes del Hostal José Alveiro gastan el diario es de \$ 15.00, lo que incluye el alojamiento (\$8.00), la alimentación (\$5.00) diariamente.

## **CONCLUSIONES PARCIALES.**

Se concluyó que el desarrollo del marco metodológico se basó en un paradigma cualitativo, cuantitativo, considerado como una forma útil para la presente investigación, así como también se basó mediante una metodología ponderada con preceptos de un enfoque descriptivo y a su vez métodos como el inductivo, deductivo.

Con la entrevista realizada al propietario del HOSTAL JOSE ALVEIRO permitió conocer la situación actual de la empresa, con la información obtenida se puso a colaborar la necesidad de emplear un plan de marketing el cual permita direccionar del hostel a lograr el cumplimiento de sus objetivos.

Con la encuesta realizada para los clientes del HOSTAL JOSE ALVEIRO permitió conocer el diagnóstico externo del servicio hotelero, con la información requerida con la colaboración de los turistas nacionales el cual permite concretar sus expectativas del cliente.



## **CAPÍTULO III**

### **PLAN DE MARKETING INTERNACIONAL**

El desarrollo del presente capítulo se enfoca directamente en el diseño de un plan de marketing para el HOSTAL JOSÉ ALVEIRO, la cual se dedica a la prestación de servicio hostelero en el cantón Pimampiro.

#### **3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

##### **3.1.1 HISTORIA**

En el mes Abril del año 2002 se adquirió el permiso de funcionamiento del Hostal José Alveiro, que hasta hoy en la actualidad ha ido ha evolucionado en reformas de mejora y ampliación que han permitido que en la actualidad el Hostal José Alveiro desarrolle su actividad durante todo el año, apostando por las tecnologías más avanzadas para garantizar el máximo confort de sus huéspedes sin renunciar a la sostenibilidad.

Cuenta con 10 habitaciones confortables y de gran encanto, reformadas y decoradas con gusto por la sencillez, que transmiten y hacen revivir el espíritu legendario y entrañable del pasado. El hostel mantiene el espíritu de sus orígenes con nuevos interiores cálidos y acogedores a la vez que prácticos y funcionales. El blanco, el gris y los tonos combinan con el azul del cielo representando la armónica de su cantón. Todos los materiales escogidos responden a valores como la sostenibilidad y la solidaridad.

##### **3.1.2. Misión**

Brindar servicios personalizados de calidad a todos nuestros clientes, y visitantes desarrollando una cultura ecoturística en el cantón.

##### **3.1.3. Visión**

Para el año 2023, ser reconocida a nivel nacional, local e Internacional como un establecimiento de alojamiento y turismo responsable, brindando una entrega de categoría, calidez y una cordial atención.

### 3.1.4. Logotipo del Hostal José Alveiro.

**Gráfico 2:** Logotipo del Hostal José Alveiro





**Fuente:** Hostal José Alveiro  
**Elaborado por:** José Luis Guerra


### 3.1.5. Objetivos Estratégicos


1. Diseñar nuevas estrategias publicitarias para ofertar el servicio de alojamiento y lograr un reconocimiento a nivel nacional e internacional.
2. Incorporar herramientas de publicidad tecnológicas (página web, Facebook, Instagram y WhatsApp).
3. Capacitar al personal de la microempresa en el manejo de los paquetes servicios.

### 3.1.6 Valores Corporativos

 **Calidad:** Es un compromiso de calidad de nuestros servicios, esto supone una mejora continua, escuchando las opiniones de nuestros huéspedes y mejorando procesos diariamente, para ser cada vez mejor y adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes.

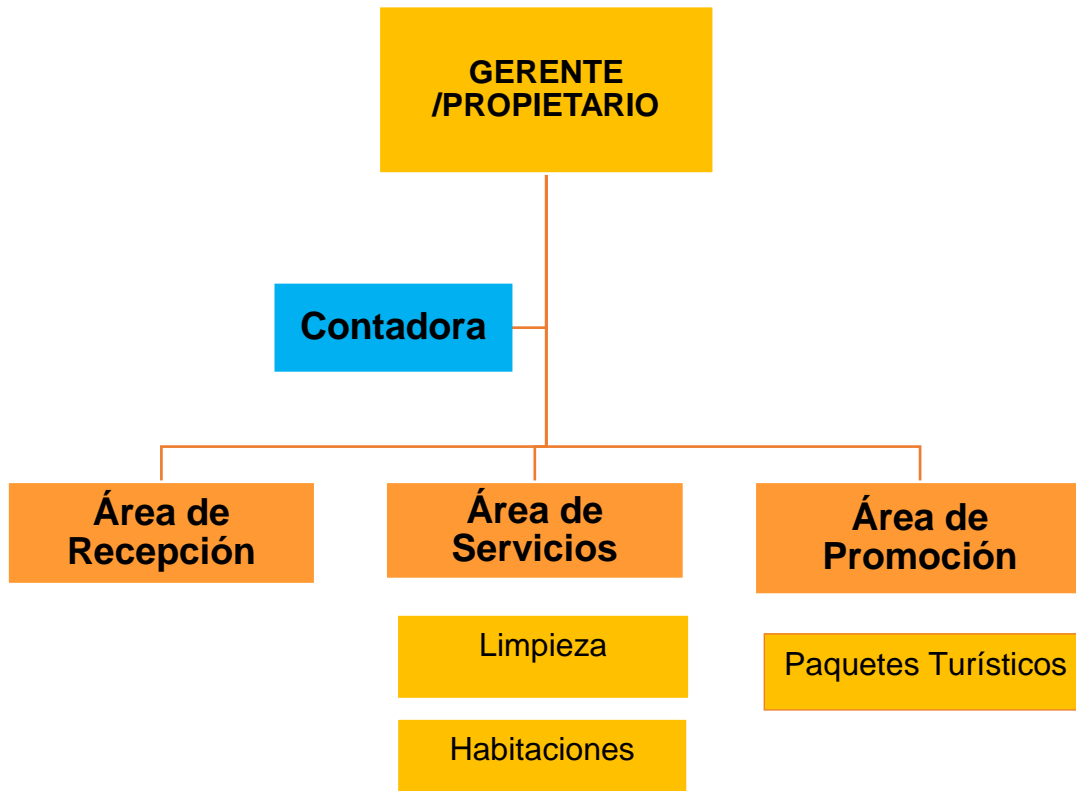
 **Actitud Positiva:** El equipo esté preparado para cumplir y satisfacer las necesidades de los clientes con una sonrisa y amabilidad en todo momento.

 **Trabajo en Equipo:** Ofrecer el mejor servicio conlleva la colaboración, eficacia y profesionalidad de cada uno de los miembros del equipo.

 **Confianza:** Generar un vínculo de confianza, que los clientes sepan que serán satisfechos en sus necesidades y deseos, y que estaremos ahí cuando lo necesiten.

### 3.1.7 Estructura Funcional

Gráfico 2: Estructura funcional



Fuente: Hostal José Alveiro  
Elaborado por: La Autora

### 3.1.8 Estado económico de la Microempresa

Hostal José Alveiro es una microempresa de otros servicios de alojamientos por corto tiempo en casas de huéspedes, se encuentra inscrita en el Servicio de Rentas Internas con el número de RUC 1000949071001.

Es una persona natural no está obligado a llevar contabilidad debido a que realiza una actividad económica, pero deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible. (SRI, 2018)

Actualmente la microempresa requiere la contratación de la firma de un contador legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que maneja todo el sistema financiero de la microempresa. Como también emite y entrega las facturas de venta autorizados por el SRI para sustentar sus transacciones y presenta todas las declaraciones de impuestos.

En el área de recepción el contacto con los huéspedes de cara a cara es más visible de la microempresa, realizan el registro de huéspedes y grupos, atender solicitudes de reserva, conocer y promover los servicios del hostel, atender los problemas de los huéspedes.

En el área de servicios, responsable de la limpieza de las habitaciones, coordinar y supervisar los trabajos de lavado planchado, solicitar la compra de los productos de limpieza.

En el área de promoción, realizamos paquetes hoteleros para los clientes.

### **3.2. Investigación de Mercados**

Una investigación de mercados está definida como la recopilación y análisis de información, en relación al ámbito empresarial, el cual son realizados de sistemática o explícita, de manera que nos sirve para tomar decisiones dentro del campo de investigación que se está realizando (Carrera, 2011)

De otra forma, una investigación de mercados es un estudio de mercado una herramienta, la cual permite al hostel obtener la información requerida y necesaria para lograr establecer los diferentes objetivos, políticas empresariales, planes y a su vez estrategias más precisas en beneficio del hostel.

En términos generales, un análisis de mercado es un estudio de:

- Un problema en particular o una oportunidad de mercado.
- Las necesidades de un mercado objetivo que requiere de solucionar un problema o una oportunidad.
- Ideas para mercadeo de un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.

#### **3.2.1 Mercado Objetivo**

Turistas de Estados Unidos de 40 – 60 años (personas jubiladas); visitan el hostel José Alveiro porque el precio es más accesible a diferencia de otros hostales y su atención es cordial para los huéspedes, visitan las riquezas de Pimampiro tanto como naturales y culturales ya que son lugares libres de contaminación; los turistas extranjeros amantes de los deportes extremos de adrenalina como son: la tarabita,

columpio etc., que deciden arriesgarse a estas tradiciones culturales del cantón del cantón Pimampiro y así generan ingresos..

### 3.2.2. Turistas a nivel de Cantones de Imbabura

**Tabla 4:** Indicadores por cantones

<b>Acumulado Anual</b>		
	<b>IBARRA 2019</b>	<b>OTAVALO 2019</b>
<b>Tasa de Ocupación Promedio</b>	22.08%	12.06%
<b>Tarifa Promedio por habitación</b>	95.71%	184.95%
<b>Ingresos Promedio por habitación</b>	21.08%	22.28%

**Fuente:** Ministerio de Turismo

Según la información del Ministerio de turismo la tasa promedio por habitación en la ciudad de Ibarra es 95.71, que los hostales está en un promedio intermedio que ingresan turistas a conocer las culturas y tradiciones de la ciudad, mientras que en Otavalo es el promedio de 184.95, llegan más turistas extranjeros a visitar sus etnias y costumbres en la cual intercambian experiencias entre extranjeros y nacionales. No tenemos datos estadísticos del cantón Pimampiro en el servicio de alojamiento por parte del ministerio de turismo.

### 2.2.3. Turistas a nivel Extranjero

**Tabla 6:** Indicadores del país de Estados Unidos

<b>Total Anual</b>	639
<b>Ranking Llegadas</b>	Estados Unidos
<b>% Participación</b>	100%

**Fuente:** Ministerio de Turismo

La mayoría de los visitantes de Ecuador son de nacionalidad Europea, que viajan a diferentes ciudades del Ecuador conociendo las costumbres y tradiciones especialmente en el cantón Pimampiro las personas extranjeras visitan el sector para visualizar la experiencia a través del Geoparque Nacional es decir rodeados de la riqueza natural y patrimonio cultural.

#### **3.2.4 Caracterización**

Pimampiro rico en historia ancestral y como cantón productor de coca medicinal, sal de mina y algodón a través de la riqueza cultural es grande, pero no menos importante y majestuosa que la riqueza natural que posee, al ser parte del geoparque nacional Cayambe Coca, los visitantes extranjeros pueden disfrutar de las costumbres experiencias mediante la tradición del trueque es una práctica que existe desde tiempos inmemorables donde el ser humano siempre ha tenido la necesidad de cambiar aquellos objetos que poseía en exceso o no necesarios para su consumo personal. Pimampiro se convierte en un centro de comercio donde se aplica esta actividad del Trueque.

En el proceso de los análisis realizados de investigación de mercados en el servicio hotelero, se seleccionó a países europeos, ya que por parte del Hostal José Alveiro el servicio tiene una mejor acogida en dicho mercado europeo, por tal motivo lo que se busca es generar un mayor nivel de competitividad, así como lograr expandir a más países.

#### **3.2.5. Tendencia del Servicio en el mercado objetivo**

En el cantón Pimampiro existen IV hostales dando lugar a la competencia entre cada uno de ellos ya que estos buscan atraer clientela utilizando las herramientas de mercadotecnia con la finalidad de mejorar sus ingresos, sus servicios, instalaciones y ganar posicionamiento en el mercado.

En la actualidad los precios de hospedaje son variados debido a la presencia de hostales que brindan un servicio diverso acorde a las posibilidades económicas de cada uno de los clientes.

En el cantón Pimampiro no hay una empresa líder en el servicio de hospedaje generando una competencia desleal ya que cada uno busca superarse y generar nuevos servicios para complacer las necesidades del cliente. En la actualidad los hostales existentes en la localidad cuentan con un inmueble propio que permite que los costos no sean tal elevados, es por eso que algunos optan por bajar los costos para poder competir.

La lealtad del servicio conocido también como diferenciación de productos trata sobre la lealtad del cliente hacia nuestra microempresa, buscando que siempre exista fidelidad para que no opten por cambiar por otros hostales. Esto se manifiesta ofrecer garantías que respaldan la satisfacción confortabilidad y confianza para el cliente.

Otro factor importante a tener en cuenta es la experiencia que requiere este tipo de servicios para entrar a competir cabe indicar que el Hostal José Alveiro cuenta una agenda de clientes estables que le permite mantenerse en el mercado debido a su calidad de servicio e instalaciones ayudándole a mantener una imagen positiva ante los ojos del cliente y así darse a conocer en las diferentes ciudades del país; esto sin duda son factores que hacen que las barreras de entrada para nuevos competidores sean altas, lo cual significa que es difícil implementar empresas similares en el mercado local.

### **3.3. SERVICIO**

#### **3.3.1. Descripción del servicio de la Empresa.**

##### **Habitación Simple con baño compartido**

Es una habitación que tiene dos camas tipo King, un escritorio, servicio wifi, el baño es de uso social.

**Gráfico 4: Habitación Simple**



**Fuente:** Hostal José Alveiro

**Elaborado por:** La autora

**Habitación privada con baño compartido:** Está habitación cuenta con dos camas tipo King, con un escritorio, en este caso el baño es de uso social tiene servicio del internet y TV cable.

**Gráfico 5: Habitación privada con baño compartido**



**Fuente:** Hostal José Alveiro

**Elaborado por:** La autora

**Propuesta: Renovación e implementación de unidades sanitarias en cada habitación.**

### **Habitación Suite**

Esta habitación posee un diseño único, de lujo y confort, su principal característica es servicio wifi, tv cable, escritorio ejecutivo, tv de pantalla plana, servicio de agua caliente y baño privado.



**Gráfico 6: Habitación Suite**



Fuente: Google

**Propuesta: Incrementación de nuevas habitaciones como suite, presidencial en los cuales constara una sala star, sauna, servicio de telefonía, tv satelital, aire acondicionado y calefacción.**

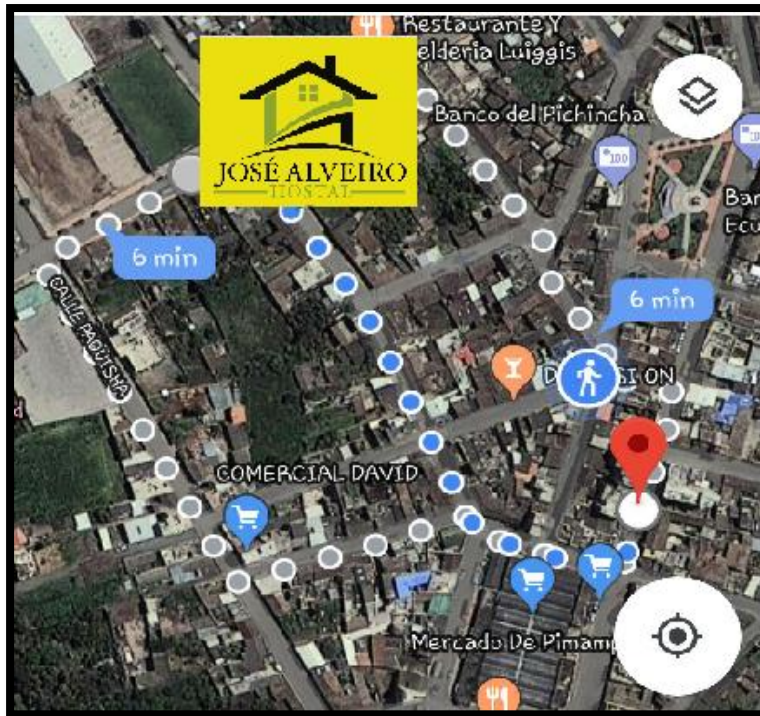
### 3.3.2. Ubicación

**Gráfico 7: Ubicación del Hostal**



Fuente: Google Maps

**Gráfico 8:** Garaje del Hostal



**Fuente:** Google Maps

La situación en el centro de Pimampiro proporcionará un toque distintivo a cualquiera que vaya a hacer uso de nuestras instalaciones. Vivir en el corazón de la ciudad, mezclarse y disfrutar del ambiente y de la magia del cantón, son claves fundamentales para que el cliente se deje llevar y tenga una visión perfecta.

La cercanía a los monumentos, calles principales de la ciudad, restaurantes y todo aquello de interés, es un lujo que se podrá disfrutar gracias a esta céntrica ubicación. Lo cual la visión del Hostal José Alveiro es ser capaces de atraer a dichos consumidores, dotando los servicios con la capacidad para responder a sus necesidades.

### 3.3.3 Matriz BCG

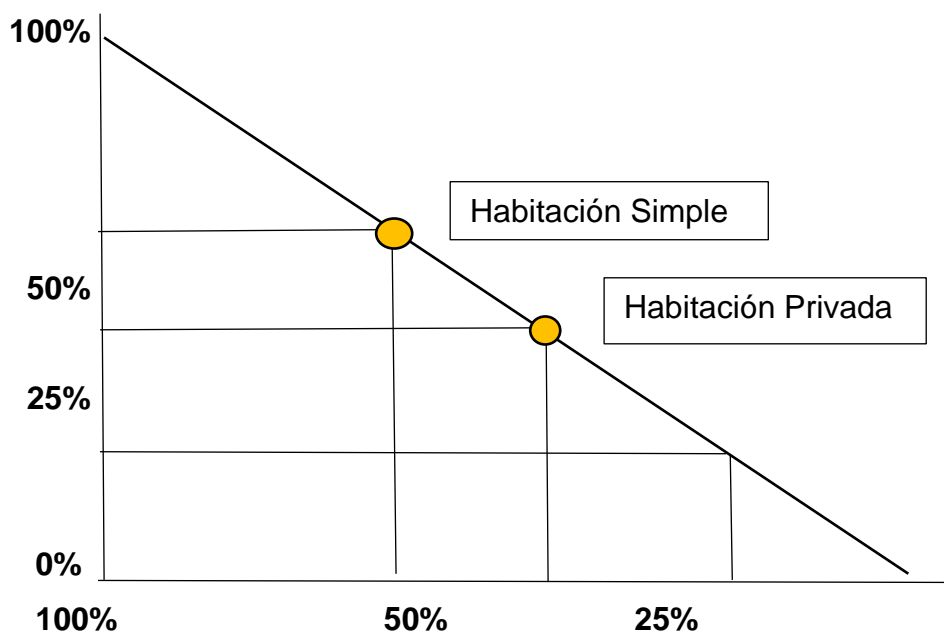
**Tabla 7:** Datos del Hostal José Alveiro

Hostal José Alveiro (Participación)		
Mensual		
Descripción	Ventas 2018 (Veces)	Porcentaje de Ventas (V. Relativa)
<b>Habitación Simple</b>	8 veces	61,54%
<b>Habitación Privada</b>	5 veces	38,46%
<b>Total</b>	<b>13 veces</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Hostal José Alveiro

**Elaborador por:** María del Carmen Hurtado

**Gráfico 9:** Matriz BCG



En relación con la matriz BCG presentada anteriormente se puede mencionar que el Hostal José Alveiro cuenta con dos tipos de servicio como son: habitación simple, habitación Privada, como se puede evidenciar en la gráfica, dentro de la participación

a lo largo del tiempo contaremos con un servicio que será incrementado como es: la habitación Suite se encuentra en una etapa de crecimiento. Esto quiere decir que se debe trabajar más en estos servicios para que su etapa de crecimiento se eleve y así el hostel logre tener un mayor grado de participación en el mercado nacional.

**3.4 PRECIO**

En relación con el precio Thompson (2008), define que: “Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el servicio”. El precio que se establezcan para el servicio hotelero se ha determinado con los siguientes datos obtenido por el Hostal José Alveiro.

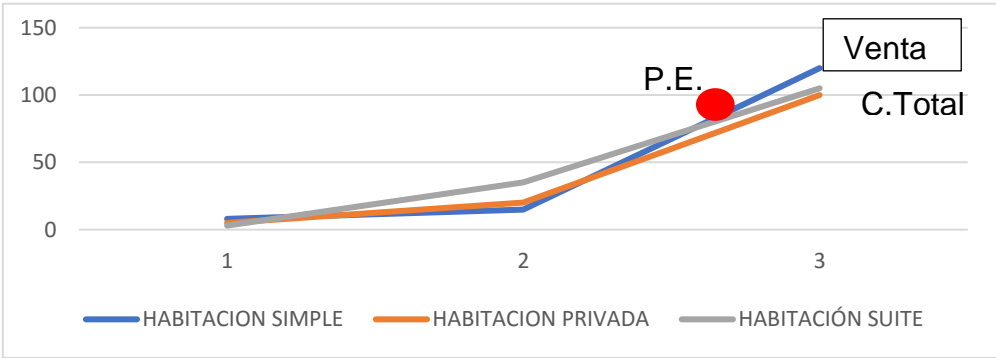
**3.4.1. Determinación de Costo**

**Tabla 9:** Datos para la determinación del costo estimado mensual

	T1/ POR NOCHE	PRECIO	T3
HABITACION SIMPLE	8 personas	\$15	120
HABITACION PRIVADA	5 por personas	\$20	100
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>		<b>220</b>

**Fuente:** Hostal José Alveiro  
**Elaborador por:** María del Carmen Hurtado

**Gráfico 9:** Punto de Equilibrio



Elaborador por: María del Carmen Hurtado

## FORMÚLAS

$$\text{P. E. \$} = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{Vta}}} \qquad \text{P.E.} = \frac{160}{1 - \frac{150}{220}} = \$236.24$$

$$\text{P.E Unid} = \frac{\text{P.E. \$}}{\text{P.V. P}} = \frac{297.14}{20.3} = 11.64 \text{ Veces}$$

### Análisis

Con el respecto al gráfico del Punto de Equilibrio se puede evidenciar que el Hostal cuenta con un nivel rentable de utilidad, lo que significa que se solventa con los gastos y además costo considerable, además mantiene una pérdida mínima, así como también se puede observar que para que el hostel tenga una utilidad debe generar \$ 236.24 mensual, que es promedio de rentabilidad por lo cual los costos son accesibles a sus clientes. Para generar rentabilidad es de un 10% que ingresan al Hostal José Alveiro.

### 3.4.2 Estrategias de Comercialización Internacional

Mantener una relación directa y formal con los clientes.

Analizar las necesidades de los clientes. Se medirá las sugerencias que dejen en la página web del Hostal José Alveiro

Brindar mayores beneficios que la competencia en cuanto a calidad, precio.

## 3.5 COMUNICACIÓN COMERCIAL

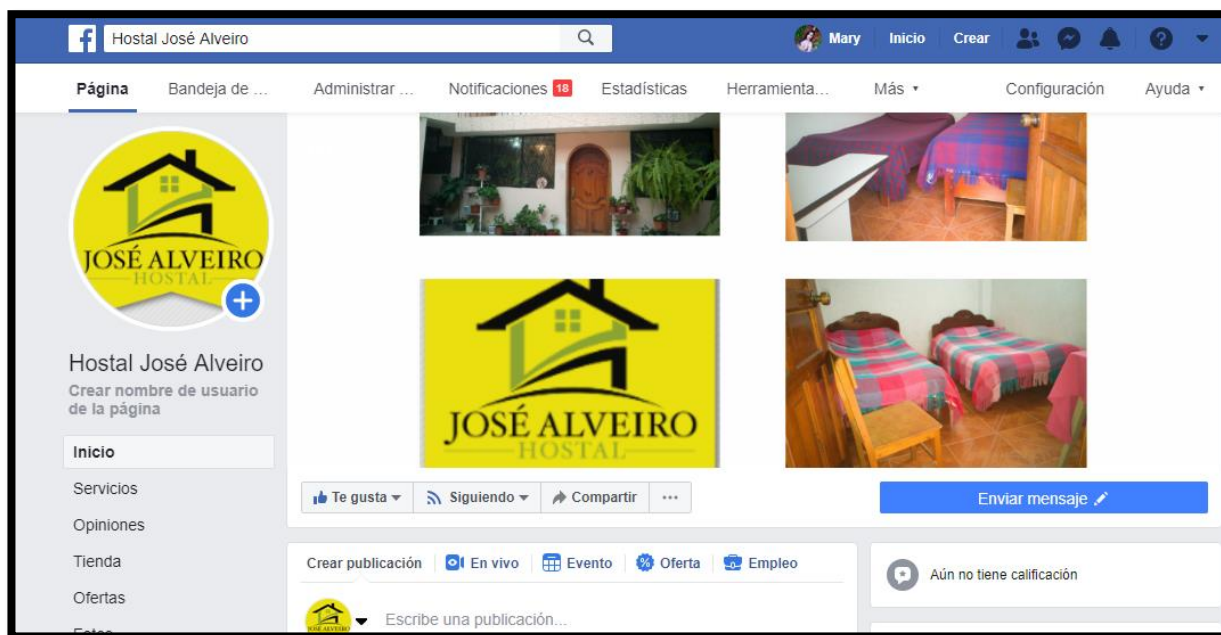
### 3.5.1 Publicidad

Dentro del marketing, la publicidad está definida por un conjunto de estrategias las cuales van orientadas a dar a conocer los servicios a la sociedad o mercado objetivo. Para la presente investigación se ha utilizado la creación de una página web, por un costo de \$ 200 dólares, la cual nos permite difundir el servicio, precios, descuentos, y en general todos los beneficios que brinda el Hostal José Alveiro, constituyéndose en

una estrategia rápida difusión el objetivo de facilitar la comunicación y atraer más clientes y expandir su imagen corporativa

La publicidad del hostel se realizará mediante las redes sociales como: Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube.

**Gráfico 11: Facebook**

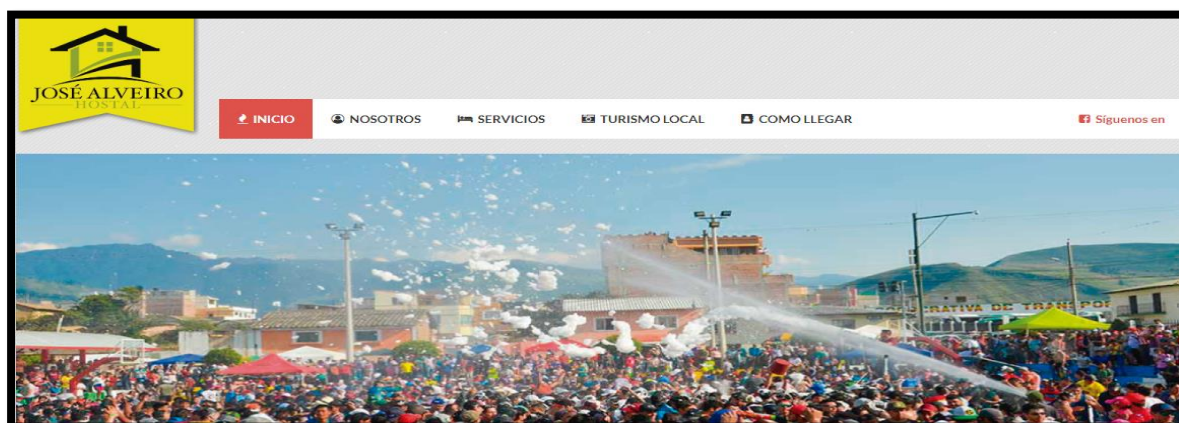


**Elaborado por:** La autora

Y estará vinculada con la página web [www.hostaljosealveiro.ec](http://www.hostaljosealveiro.ec) en la que se dará a conocer sobre el hostel y sus servicios la cual tendrá como menú el siguiente orden:

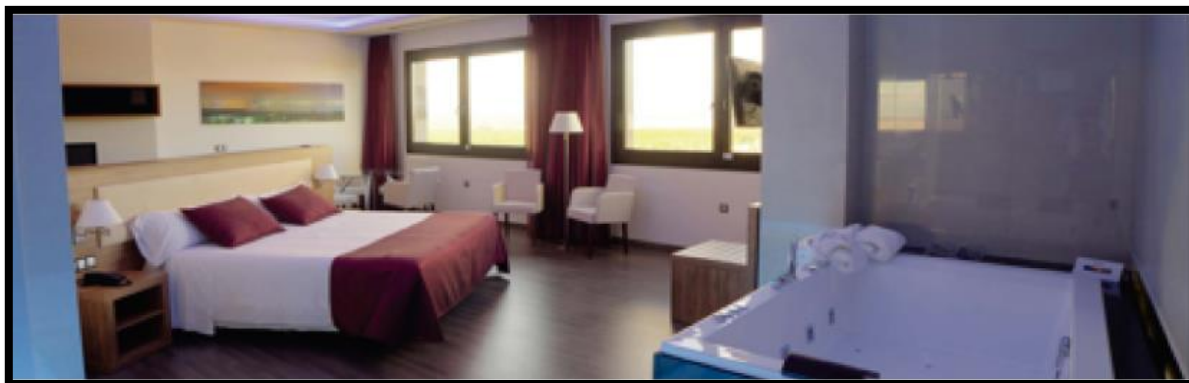
1. Página de Inicio y el Menú

**Gráfico 12: Página Web**





**Elaborado por:** La autora

## 2. Misión y Visión del Hostal



Fuente por: Google

## 3. Los servicios que ofrece el Hostal

<p><b>HABITACIÓN SIMPLE / DOBLE CON BAÑO PRIVADO</b></p> <p>Ponemos a tu disposición una habitación sólo para ti y tu grupo, en caso de ir acompañado, esta habitación cuenta con:</p> <p>Servicio de internet WIFI Ducha de agua caliente o fría TV Cable Garaje</p>	
	<p><b>HABITACIÓN SIMPLE / DOBLE CON BAÑO COMPARTIDO</b></p> <p>Ponemos a tu disposición una habitación sólo para ti, el baño se encuentra en la parte exterior y se comparte con otros huéspedes esta habitación cuenta con:</p> <p>Servicio de internet WIFI Ducha de agua caliente o fría TV Cable Garaje</p>

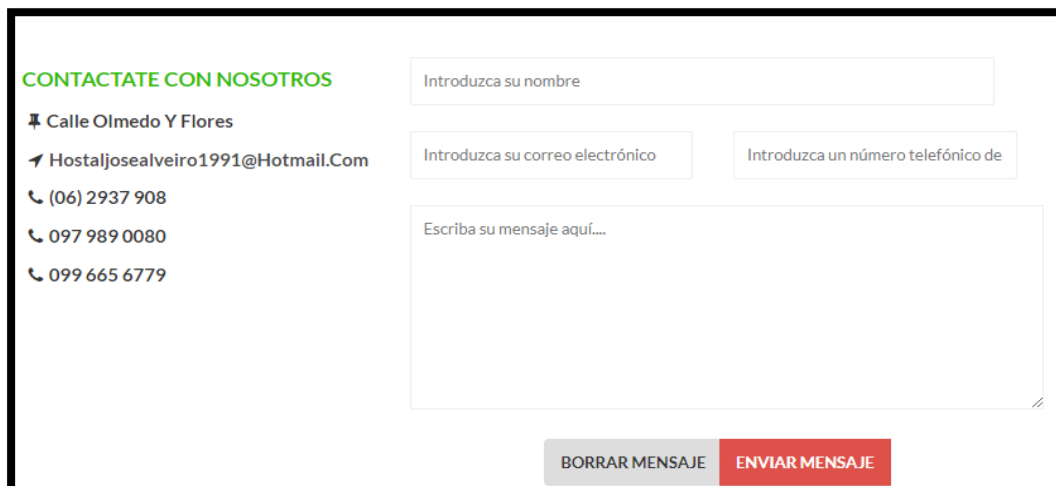
Elaborado por: La autora

## 4. Horarios de Atención

Guíate por nuestro rótulo, en la puerta de ingreso encontrarás un timbre, recuerda que atendemos las 24 horas del día, pero para un mejor servicio puedes realizar tu reserva con antelación, si tienes dudas, inquietudes o una sugerencia puedes realizarla en el formulario adjunto

**Elaborado por:** La autora

## 5. Contactos



**CONTACTATE CON NOSOTROS**

📍 Calle Olmedo Y Flores

✉ Hostaljosealveiro1991@Hotmail.Com

☎ (06) 2937 908

☎ 097 989 0080

☎ 099 665 6779

Introduzca su nombre

Introduzca su correo electrónico

Introduzca un número telefónico de

Escriba su mensaje aquí....

BORRAR MENSAJE ENVIAR MENSAJE

**Elaborado por:** La autora

### 3.5.2. Promoción de Ventas

La promoción de ventas es considerada una herramienta que consiste en promocionar un servicio a través de incentivos o de actividades tales como son las ofertas, descuentos. Para la presente investigación se plantea realizar una promoción de descuentos 10% para paquetes estudiantiles, empresariales que ingresan al hostel Jose Alveiro y los niños ingresan gratis.

### 3.5.3. Fuerzas en Ventas

Los potenciales clientes del HOSTAL JOSÉ ALVEIRO cuentan con un nivel de información elevada gracias a las múltiples fuentes de información que existen en la actualidad para la contratación de sus servicios. Entre ellas puede destacar agencias de viaje y tour operadores, la página web oficial del hostel, la página web oficial del grupo hotelero al que pertenece y páginas web de reservas online, De esta manera, el cliente está bien informado y puede comparar las características del producto/servicio ofrecido por el hostel respecto a sus competidores a través de



distintos métodos de reserva, obteniendo así una posición negociadora ventajosa para obtener unos precios y unas condiciones de venta más favorables.

### 3.5.4. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas tiene una dirección multidireccional entre la microempresa y su objetivo final es la oficina de comunicación esto se debe al gran auge del internet y las redes sociales en los últimos años ya que estas herramientas se encuentran al alcance de los clientes de manera que dinamiza la relación entre la microempresa y su público objetivo. Como estrategia de relación pública, se debe realizar incentivos, capacitación al personal, así como también se busca la fidelización del cliente, esto se realiza a través de la atención personalizada, la generación de información necesaria requerida para el cliente.

## 3.6 PROYECCIÓN EN VENTAS

### 3.6.1. Planeación de las Ventas

**Tabla 10:** Planeación de las Ventas

<b>AÑO</b>	<b>Y</b>	<b>X</b>	<b>X.Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
2016	1272	-1	-1272	1
2017	1860	0	0	0
2018	2640	1	2640	1
<b>TOTAL</b>	<b>5772</b>	<b>0</b>	<b>1368</b>	<b>2</b>

**Fuente:** Hostal José Alveiro

### Desarrollo

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{N}; \frac{5772}{3} = 1924$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}; \frac{1368}{2} = 684$$

$$C = \frac{b(N)}{\sum Y}; \frac{684(3)}{5772} = 0.36 * 100\% = 36\%$$

**Tabla 11:** Proyección de

<b>DATOS HISTORICOS</b>	<b>INGRESOS EN DÓLARES</b>
2016	\$1272
2017	\$1860
2018	\$2640
2019	\$4660
2020	\$5344
2021	\$6028
2022	\$6712
2023	\$7396

Venta

### **Análisis**

Tomando en cuenta con la propuesta de realizar más servicios hasta los países internacionales, mejorando la atención al cliente. Para el año 2020, el personal de la empresa estará totalmente capacitado en el manejo de paquetes turísticos del cantón que benefician al país nacional e internacional.

Finalmente, para el año 2023 la empresa logrará crear alianzas con agencias de viaje al mercado extranjero para beneficio del Hostal.

### **3.6.2. Estrategias para alcanzar los niveles planificados**

Con el plan de marketing digital se ha desarrollado estrategias efectivas (páginas web de los servicios), en las redes sociales, optimizando recursos y ayudando al propietario a recibir un entorno sobre su inversión en redes sociales.

Se ha diseñado y programado sitios web para que este sea útil y fácil de usar por él y los usuarios.

El plan se acomodó al presupuesto para que pueda obtener excelentes resultados, desarrollando estrategias de pauta digital en redes sociales, páginas web y trípticos del cantón Pimampiro.

### **3.6.3 Estrategias del Servicio**

#### **3.6.3.1 Implementación de un espacio de trabajo en el hostel**

Esta estrategia fue pensada tomando en cuenta las necesidades del mercado objetivo del establecimiento, que son las empresas como son: INEC, TCM ELECTREC, VICTORIA OLMEDO. los cuales mantienen un convenio con el hostel para la estadía de sus trabajadores durante las capacitaciones laborales de su equipo, fuera de su lugar habitual de hospedaje. Adicional en dicha sala, habrá un pequeño stand con libros turísticos sobre Pimampiro y el Ecuador para aquellos interesados en conocer un poco más sobre el cantón.

#### **3.6.3.2 Estrategias de Precio**

Se manejará promociones y descuentos en redes sociales y en la página web, se lo hará de manera periódica con el fin de atraer y fidelizar clientes, a través de paquetes de servicio de alojamiento

#### **3.6.3.3 Estrategias de Promoción**

#### **3.6.3.4 Redes Sociales**

Para el servicio hotelero, el impacto de las redes sociales no ha pasado por alto, ya que para la misma las recomendaciones y comentarios que reciben los usuarios en estos canales digitales adquieren cada día mayor jerarquía para recibir destinos y servicios del hostel, es fundamental para llegar a más personas y lograr ser más conocido en el mundo hotelero, proyectando el establecimiento de una manera completa con el objetivo de dar a conocer los servicios, diferenciarse de la competencia y fidelizar a los clientes el contenido será a base de imágenes de las habitaciones, sobre promociones y videos sobre eventos que se realicen en el

establecimiento, antes de ser publicados serán revisados por la administradora del hostel.

#### **3.6.3.5 Sugerencias de Clientes**

Por medio de las encuestas que se realizó a los clientes del HOSTAL JOSÉ ALVEIRO el resultado que obtuvo es incrementar habitaciones con baño privado, mediante la página web se desliza una opción, en la cual pueden comentar sus sugerencias.

## **CONCLUSIONES PARCIALES**

Se concluye que a partir de la elaboración del presente capítulo se cumple con el objetivo específico tres, que hace referencia a diseñar el plan de marketing para el Hostal José Alveiro.

Se desarrolló la misión, visión, objetivos estratégicos del Hostal en beneficio de la misma y así generar un funcionamiento adecuado.

Los servicios, desde su propia forma, evolucionan, en bien de las empresas, le genera a los empresarios oportunidades en el mercado donde las voluntades y las potencialidades de la organización permiten que se invierta de forma eficiente, eficaz y sostenible para el desarrollo del hostal, donde se innove en los aspectos operativos de introducción al mercado y de su forma de encarar su segmentación de clientes potenciales del mercado existente.

Se diseñaron estrategias de administración y comercialización con el objetivo de incrementar el nivel de ventas y así obtener un mayor grado de posicionamiento en el mercado.

Se realizó un estudio de proyección de ventas para el hostal direccionado a 5 años el cual permitió conocer su servicio hotelero.

## CONCLUSIONES

Después de culminar el desarrollo del presente trabajo se ha determinado las siguientes conclusiones:

- Dentro del capítulo I se realizó un estudio teórico de diferentes libros y artículos de marketing y servicio hotelero como referencia los conceptos, diseño, e importancia de realizar un plan de marketing. Esto permitió tener un objetivo más claro para el desarrollo de la presente investigación.
- En el capítulo II a través de herramientas de recolección de datos e investigación de mercados se realizó un diagnóstico empresarial en el cual se pudo analizar los factores internos y externos, se demostró puntos críticos donde el hostel debe direccionar las estrategias para lograr una comercialización que genere un fortalecimiento, las cuales permitan obtener un mayor grado de rentabilidad al Hostal José Alveiro.
- En el capítulo III se desarrolló un plan de marketing, en cual se estableció la misión, visión, objetivos estratégicos, la identidad visual corporativa, se desarrolló las estrategias comerciales con la finalidad de direccionar adecuadamente al Hostal José Alveiro, así como también permitirá lograr ingresos en el mercado.

## **RECOMENDACIONES**

- El Hostal José Alveiro para mejorar la estabilidad económica debe aplicar el plan de marketing Internacional, resultado de la presente investigación para que logre incrementar los servicios hoteleros en el mercado nacional y extranjero.
- Realizar un seguimiento de forma continua al personal para actualizar sus conocimientos y así brindar un mejor servicio de calidad al cliente.
- El marketing digital es la estrategia que planteamos para el Hostal José Alveiro, para que sus servicios de alojamiento sean más conocidos y tengan un posicionamiento en el mercado.

## **ANEXOS**

### **UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

#### **CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

#### **ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DEL HOSTAL JOSÉ ALVEIRO**

OBJETIVO: Analizar la situación y conocer el funcionamiento del Hostal

##### **1. ¿Cuál es la misión del Hostal?**

El hostal no cuenta con misión debido a que no tiene establecido los lineamientos administrativos, cabe mencionar que se encuentran en proceso de creación.

##### **2. ¿Cuál es la visión del Hostal?**

El hostal no cuenta con misión debido a que no tiene establecido los lineamientos administrativos, cabe mencionar que se encuentran en proceso de creación.

##### **3. ¿Cuántos años está de servicio en el mercado?**

El hostal tiene 20 años de servicio hotelero experimenta un importante aumento del acceso de un gran sector de la población al mundo de internet en el que las empresas de todos los sectores y, en concreto, del sector turístico.

##### **4. ¿Qué estrategias implementa para competir en el negocio?**

Las estrategias para competir sacar máximo provecho de su buena relación calidad y precio, revisar todas sus comunicaciones publicada en la página para asegurarse de transmitir el mensaje adecuado y mantener las ofertas especiales que mejor satisfagas las expectativas del cliente.

##### **5. ¿Qué servicios ofrece actualmente la empresa?**



El servicio del hostel consiste en el servicio la amabilidad de los clientes, habitaciones simples con baño compartido y habitaciones privadas con baño compartido, internet, TV cable.

**6. ¿Considera que sería beneficioso implantar un plan de marketing para el desarrollo del hostel?**

Si ya que ayudaría a cumplir con las metas y objetivo de prestar el servicio propuesto, así como también a crear un flujo de clientes constantes para el hostel y mejorar la calidad del servicio.

**7. ¿Hacia que segmento turístico (nacional o extranjero), van dirigidos sus servicios?**

El segmento del servicio hostelero va dirigido a los turistas nacionales

**8. ¿Ha pensado orientar los servicios que brinda el Hostel al público extranjero?**

Si es importante brindar servicio a las personas extrajeras permite conocer la riqueza de los lugares turísticos que hay en el cantón.

**9. En caso de que llegue un grupo que no se tenía contemplado, ¿cómo le hace para atenderlos, lo hace con el mismo personal o contrata personal emergente?**

Para atenderlos al grupo dialogar con la propietaria del hostel y así tener una mejor calidad al cliente.

**10. ¿Considera que la ubicación del Hostel es la adecuada?**

Si es adecuada porque está a la visibilidad de todas las personas que requieren de este servicio.

**11. ¿Cuáles son sus potenciales competidores?**

Hay diferentes hostales que son: Hostel Reina del Cisne, Casa Jireh y Hostel rancho de salome.

**12. Cuáles son sus principales clientes y porque eligen el Hostel**

Los principales clientes son de la empresa INEN por su precio cómodo al alcance del cliente y buena atención.

**¿Qué medios de publicidad y promoción utiliza?**

Por página web, tarjetas de publicidad, y correo electrónico.

**ANEXO 2. Encuesta dirigida a los clientes del Hostal**

**1. Clientes**

Individual

Grupos

Familias

**2. ¿Cuál es su Nacionalidad?**

Cliente Nacional

Cliente Extranjero

**3. ¿Cual es el motivo que visita el cantón Pimampiro?**

Trabajo

Estudio

Salud

Turismo

Otros (Por favor especifique)

---

**4. ¿Qué le motivo conocer Pimampiro?**

Cultura

Gatronomia

Tradiciones

Todas las anteriores

Ninguna

**5. ¿Qué tiempo va a permanecer en Imbabura?**

1 a 5 días

9 a 15 días

1 a 2 meses

**6. ¿Qué tiempo va a permanecer en el Hostal José Alveiro?**

3 a 6 días

1 a 2 semanas

15 a 1 mes

**7. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere?**

Hoteles

Hostales

Hosterías

Residencial

Otros

**8. ¿Conoce al Hostal José Alveiro?**

Si

No

¿Porqué?

---

**9. ¿Cómo se entero del Hostal José Alveiro?**

Publicidad

Agencias de Turismo

Página Web

Facebook

Por amigos

**10. ¿Qué es lo que a usted le gustaría recibir de servicios del hospedaje?**

Parqueadero

Habitación con baño privado

Desayuno

Todas

**11. ¿Qué le parece la atención al cliente del Hostal José Alveiro?**

Buena

Regular

Excelente

Mala

**12. ¿Qué es lo que le gusta del Hostal José Alveiro?**

Precio

Calidad

Servicio

**Correo:** \_\_\_\_\_

**Contacto:** \_\_\_\_\_

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfonso. (1995). Fundamentos de la investigación documental y la monografía

*Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Caracas: Editorial Epiteme.*

Armstrong, P.K. (2003). Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición. México: Prentice hall.

Association, A. M (2016). American Marketing Association. Obtenido de American Marketing Association: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

Association, A. M (2018). American Marketing Association. Obtenido de American Marketing Association: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

E. Miguel, A. (2006). Análisis y crítica de la metodología. Pág.1

El telégrafo. (5 de noviembre del 2012). MiPymes son el resultado del fomento turístico hotelero, págs.

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/mipymes-son-el-resultado-del-fomento-turistico-hotelero>.

Ferro, X. (2011). Grandes Marcas. En la creación de la marca o logotipo(pág.49). Ekos.

Folgueiras, P. (2016). Técnicas de investigación

Hernández Sampier, R. (2010). Metodología de la investigación para bachillerat. México,

Jaramillo, A. (2016). Antecedentes de mercadotecnia. Obtenido de Antecedentes de mercadotecnia: <https://www.merca20.com/antecedentes-de-mercadotecnia/>

Kotler, P. (2007). Marketing Internacional. México.

Kotler, P. (2006). Dirección de Marketing 12 EDICION. Wesley: Pearson Addison-Wesley.

Llamazares, O (2013). Global Marketing y Karmesí CIT. Obtenido del Global Marketing y Karmesí CIT: <https://www.globalnegotiator.com/blog/marketing-internacional-cursos/>

Maketing. (2018). Marketing Activo. Obtenido de Marketing Activo: <https://marketingactivo.com/el-marketing-en-el-ecuador-y-sus-perspectivas/2007/06/04/>

Maya, E. (2014). Métodos y técnicas de investigación. México: México, Distrito Federal.

McCarthy, E.J,& Perreault, W.D.(2001). Marketing: Un Enfoque Global (13ª Ed.). México: Mcgraw-Hill.

Muñiz, R. (2014). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición CAPÍTULO 2. Marketing estratégico.

Muñiz, R. (2018). Marketing en el Siglo XXI. 5ta Edición. Obtenido de Marketing en el siglo XXI. 5ta Edición: <https://www.marketing-xxi.com/competitividad-pymes-mercado-internacional.html>

Saavedra, N.J. (2017). Asesores de Pymes. Obtenido de Asesores de Pymes: <http://asesoresdepymes.com/por-que-falla-una-estrategia-de-marketing-global/>

Sonia Chicaiza .(2007) Marketing Activo: <https://marketingactivo.com/el-marketing-en-el-ecuador-y-sus-perspectivas/2007/06/04/>

Ley de turismo (en línea). Obtenido de leyes de turismo [www.unidec.edu.ec/.../Ley%20de%20Turismo](http://www.unidec.edu.ec/.../Ley%20de%20Turismo). Consultado en julio 2010.

El marketing de servicios profesionales (2010) Philip Kotler, Paul Bloom, Thomas Hayes

AHOTEC (2010). Federación Hotelera de Ecuador. Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento, Marketing Turístico. (2010). Obtenido de Concepto de Marketing Turístico

Cruz, Guillermo; Camargo, P. 2008 estrategia de promoción en la web. Análisis de destinos turísticos internacionales. AR. Revista Estudios y perspectivas en turismo. Vol. 17.

Bustamante, Nolberto. S. (2011). Turismo y Hotelería. Loja, Ecuador Dorado, José. Aníbal. (2011). Dirección de alojamientos turísticos.

Sancho, Álvaro. (2013). Introducción al Turismo.

Turismo, M. d. (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico

Ludeña, Anita. Paola., Suasnavas M.G, Torres J.P. (2016). Turismo y Hotelería. Loja, Ecuador:

Sara Villegas Sauri (2014) Marketingdencias

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, 2010. "Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia". Ed. Pearson, 6ª edición.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, 2015. "Service Marketing: people, technology, strategy". Prentice Hall, 6 th international edition.

Christopher Lovelock, 2010. "Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y Recursos Humanos". Ed. Pearson.

Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de KotlerPhilip, Prentice Hall, 2011, Págs. 200 al 202. Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y International Thomson Editores, 2012, Págs. 344 al 346.

Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2012.

Importancia de marketing servicios, Rosario Torres, 2016, mejorar calidad empresarial.

Turismo, M. d. (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico

Ludeña, Anita. Paola., Suasnavas M.G, Torres J.P. (2016). Turismo y Hotelería. Loja, Ecuador

Ministerio de Turismo Pimampiro e Imbabura guia turistica.(2014)

AHOTEC (2010). Federación Hotelera de Ecuador. Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento, Joseph F. Hair, Robert P. Bush, David J. Ortinau. 2010. Investigación de Mercados, 4ª Edición.

Hill, Charles W. L.; Jones, Gareth R.; Ramos Santalla, Joaquín; Cevallos Almada, María Guadalupe. 2011. Administración estratégica: un enfoque integrado, Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, 2011. "Marketing de servicios: personas, tecnología y estrategia". Ed. Pearson, 6ª edición.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, 2015. "Service Marketing: people, technology, strategy". Prentice Hall, 6 th international edition.

Christopher Lovelock, 2010. "Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y Recursos Humanos". Ed. Pearson.

Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de Kotler Philip, Prentice Hall, 2014, Págs. 200 al 202. Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores, 2010.

Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2014.

Díaz Narváez, V. P. (12 de noviembre de 2014). Metodología de la investigación científica y bioestadística. Obtenido



Ministerio de Turismo. (06 de 05 de 2012). Ministerio de Turismo del Ecuador. Recuperado el 06 de 05 de 2015, de [www.turismo.gob.ec/](http://www.turismo.gob.ec/) Ministerio de Turismo del Ecuador. (2010). Reglamento General de Actividades Turísticas. Guayaquil.