

INSTITUTO INTERNACIONAL UNIVERSITARIO

CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

**PLAN DE MARKETING PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS INGRESOS Y PUBLICIDAD DEL HOSTAL PUERTO RICO UBICADO EN LA PARROQUIA PACAYACU, CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.**

Autora: Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa

Tutor: MSc. Nelly Armas

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2024

**DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de titulación a mi madre amada que se me cuida desde el cielo.

A mi pequeña hija Sofia quien es la razón de todos mis esfuerzos.

*Andrea Aragundi.*

**AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis maestros por todas las enseñanzas adquiridas, a mi familia, compañeros y amigos.

*Andrea Aragundi*

**AUTORÍA**

Yo, Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2024

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

MSc. Nelly Armas

**CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

MSc. Nelly Armas

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2024

**ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: La MSc. Nelly Armas y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y la Srta. Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa, realizó el trabajo fin de carrera titulado: “Plan de marketing para el mejoramiento de los ingresos y publicidad del hostal Puerto Rico ubicado en la Parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.” para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la MSc. Nelly Armas.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Nelly Armas en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Srta. Andrea Elizabeth Aragundi Ochoa, como autora del mismo por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “Plan de marketing para el mejoramiento de los ingresos y publicidad del hostal Puerto Rico ubicado en la Parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

MSc. Nelly Armas Andrea Aragundi

D.M. Quito, 15 de septiembre de 2024

**Índice de contenido**

INTRODUCCIÓN 11

Nombre del proyecto 11

Marco contextual - antecedentes 11

*Análisis macro* 12

*Análisis meso* 12

*Análisis micro* 13

Análisis de involucrados 14

Problema de investigación 15

Formulación del problema 15

Definición del problema 15

Idea a defender 16

Objeto de estudio y campo de acción 16

*Objeto de estudio* 16

*Campo de acción* 16

Justificación 17

Objetivos 17

*Objetivo general* 17

*Objetivos específicos* 17

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO 19

Marketing en el Sector Hotelero 19

Estrategia de Marketing 19

Publicidad y Promoción en el Marketing Hotelero 20

Ingresos en el Sector Hotelero 20

Análisis de la Competencia y Posicionamiento 21

Comportamiento del Consumidor en el Turismo Rural 21

Buyer Person 22

Estrategias de Marketing Digital 24

CAPÍTULO II SITUACIÓN DIAGNÓSTICA 37

Tipos de investigación 37

Métodos de Investigación 37

*Método Cuantitativo* 37

*Método Cualitativo* 38

*Método Inductivo* 38

*Método Deductivo* 39

*Método Sintético* 39

Plan de Muestreo 40

Análisis de la encuesta 41

Análisis General 41

CAPÍTULO III PROPUESTA 58

Descripción de la propuesta 58

Viabilidad 58

Desarrollo de la propuesta 58

FODA 59

Segmentación de clientes 60

Desarrollo organizacional 61

Organigrama empresarial 62

Funciones del personal 63

Desarrollo de la marca 65

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 67

Conclusiones 67

Recomendaciones 67

Bibliografía 68

**Índice de tablas**

[**Tabla 1** Matriz de involucrados 15](#_Toc181356139)

[**Tabla 2** Buyer Person 24](#_Toc181356140)

[**Tabla 3** Tabla de valores de la formula del cálculo de muestreo 40](#_Toc181356141)

[**Tabla 4** Perfil de puesto 65](#_Toc181356142)

[**Tabla 5** Cronograma 73](#_Toc181356143)

[**Tabla 6** Presupuesto 74](#_Toc181356144)

**Índice de figuras**

[**Figura 1** Matriz de causa - efecto 16](#_Toc181356146)

[**Figura 2** FODA 62](#_Toc181356147)

[**Figura 3** Organigrama organizacional 64](#_Toc181356148)

[**Figura 4** Rediseño logotipo 67](#_Toc181356149)

**Índice de anexos**

[**Anexo 1** Encuesta 80](#_Toc181356640)

[**Anexo 2** El Hostal Puerto Rico 84](#_Toc181356641)

[**Anexo 3** Exteriores 85](#_Toc181356642)

[**Anexo 4** Instalaciones 86](#_Toc181356643)

[**Anexo 5** Habitaciones 87](#_Toc181356644)

[**Anexo 6** Informe de plagio 88](#_Toc181356645)

**INTRODUCCIÓN**

## Nombre del proyecto

Plan de marketing para el mejoramiento de los ingresos y publicidad del hostal Puerto Rico ubicado en la Parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

## Marco contextual - antecedentes

El Plan de marketing de este proyecto Integrador será aplicado en el Hostal Puerto Rico el cual está ubicado en la Parroquia Pacayacu, Provincia de Sucumbíos- Cantón Lago Agrio, zona reconocida por su actividad petrolera, el establecimiento lleva brindando sus servicios desde el año 2013, siendo uno más de los Hostales en la zona en brindar valor agregado requerido por las empresas en un solo lugar, tal oferta como hospedaje, lavandería y garaje privado, el cual ha sido catalogado como un hostal completo, pero dado por el poco manejo de publicidad digital no se desarrolla estrategias que le permitan dar a conocer su a más clientela por tal motivo mediante la elaboración de este plan de marketing se busca obtener como resultado, el incremento de ventas para el hostal. (Chacha, 2023)

El Hostal Puerto Rico se caracteriza más por su atención en especial a empresas privadas por periodos de tiempo de dos años que por motivo de la producción petrolera ejercen sus labores en la zona, el incremento laboral ha ido recuperándose favorablemente en la parroquia, aumentando en los últimos tiempos su nivel de trabajo y la necesidad de búsqueda de lugares que aporten un servicio completo y de calidad, contemplando cada una de las exigencias del cliente y teniendo en cuenta que la competencia es bastante amplia se ha optado por elaborar el plan de marketing para dar a conocer mejor los servicios, precios y calidad del mismo.

### *Análisis macro*

El Ecuador ha mostrado un crecimiento constante, impulsado por su biodiversidad, patrimonio cultural y atractivo natural. Por ende, los hostales representan una opción de alojamiento accesible y cómoda para una diversidad de turistas. Este análisis aborda los factores esenciales para mejorar los ingresos y la publicidad del hostal, considerando tanto el entorno externo como las estrategias internas de marketing.

### *Análisis meso*

Para mejorar y publicitar un hostal en Sucumbíos, Ecuador, es esencial analizar competidores, proveedores, clientes y entidades relacionadas. Identificar y diferenciarse de competidores directos e indirectos (otros hostales o hoteles) permite destacar ventajas únicas. Establecer relaciones con proveedores locales y adoptar tecnologías modernas optimiza operaciones. Segmentar el mercado en ecoturistas, investigadores, mochileros y familias ayuda a crear ofertas personalizadas. Colaborar con agencias de viajes y oficinas de turismo amplía la visibilidad. Implementar estrategias de marketing digital (redes sociales o internet) y tradicional aumenta la presencia. Medir y analizar la satisfacción del cliente y ajustar estrategias garantiza una mejora continua y sostenible.

### *Análisis micro*

Para mejorar y publicitar un hostal en Pacayacu, Ecuador, es fundamental evaluar y optimizar los recursos internos, la experiencia del cliente y las estrategias de marketing. Primero, es importante revisar la calidad de las instalaciones y los servicios adicionales ofrecidos, asegurándose de que las habitaciones y áreas comunes sean cómodas y bien mantenidas. El personal debe estar bien capacitado en atención al cliente y motivado a través de programas de incentivos. Proporcionar una atención personalizada y recopilar feedback de los huéspedes mejora la experiencia del cliente. En términos de marketing, mantener un sitio web actualizado y optimizado para móviles, y utilizar redes sociales como Facebook e Instagram es crucial. Crear promociones especiales y programas de fidelización puede atraer más clientes. Colaborar con agencias de turismo y participar en eventos locales también aumenta la visibilidad.

## Análisis de involucrados

Tabla 1. Matriz de involucrados

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Análisis de involucrados grupos** | **Intereses en la investigación** | **Problemas percibidos** | **Recursos y mandatos (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)** |
| **Clientes** | Facilitar el acceso a información sobre el hostal Puerto Rico mediante plataformas  digitales. | Poca información de la ubicación del hostal Puerto Rico y de sus cualidades en el servicio  de hospedaje. | Apoyarse en el ámbito digital y generar un perfil de presentación del hostal a futura clientela. |
| **Propietario** | Generar el plan de marketing en beneficio del hostal para apoyar e impulsar de manera digital las bondades y experiencias de sus servicios. | Nulo uso de tecnología en beneficio de promover los servicios ofrecidos por el hostal Puerto Rico y el no darse conocer mediante redes sociales estancando el acceso a ocupar sus servicios. | Mediante la creación de la página oficial del hostal Puerto Rico se compartirá los servicios que brinda, su ubicación, contactos por los cuales se podrán comunicar para despejar dudas referentes a los servicios. |

*Nota:* información sobre el análisis de involucrados

## Problema de investigación

**Figura 1**   
Matriz de causa - efecto

****

## Formulación del problema

¿De qué manera el desarrollo de un Plan de Marketing permitirá el incremento de publicidad e ingresos en el hostal Puerto Rico ubicado en la Parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos?

## Definición del problema

Actualmente el hostal Puerto Rico no dispone de un Plan de Marketing en medios digitales que ayude a fortalecer la imagen de la empresa y un adecuado posicionamiento de la misma dando paso a tener mayor concurrencia de clientela.

## Idea a defender

Mediante la formulación de este plan se busca incrementar la afluencia

de clientes y generar oportunidades laborales en el hostal y lograr impulsar su posición en el mercado buscando ser más competitivos para obtener mejores resultados, manteniendo o incluso aumentando las fuentes de empleo y contribuyendo así al desarrollo de la región donde se encuentra ubicado.

## Objeto de estudio y campo de acción

### *Objeto de estudio*

Implementación de un plan de marketing dada la falta de afluencia de clientes en el hostal Puerto Rico, con aprobación de sus propietarios se da el análisis del problema en dicho establecimiento, el cual se ve en la necesidad de emplear el plan de marketing promoviendo sus servicios y darlos a conocer de forma digital para contribuir a su crecimiento para mejorar su posicionamiento en el mercado.

### *Campo de acción*

El siguiente proyecto se llevará a cabo en el hostal Puerto Rico ubicado en la Parroquia Pacayacu, cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos y su enfoque primordial es incrementar su clientela y darse a conocer en plataformas digitales promocionando sus diversos servicios a clientes potenciales generando mejores ingresos y plazas de trabajo en beneficio al desarrollo económico y social en la zona.

## Justificación

La formulación de este proyecto contribuirá a incrementar las ventajas y oportunidades del hostal y lograr mejores resultados, estabilizando así el empleo, manteniendo o incluso aumentando las fuentes de empleo y ayudando así al desarrollo de la región.

## Objetivos

### *Objetivo general*

Desarrollar e implementar un plan de marketing integral para el Hostal Puerto Rico que aumente sus ingresos y mejore la visibilidad publicitaria en la Parroquia Pacayacu, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, fortaleciendo su posición en el mercado local.

### *Objetivos específicos*

Incrementar la ocupación y reservaciones del Hostal Puerto Rico en un 30% en los próximos 12 meses, a través de estrategias de promoción y campañas de fidelización de clientes locales y turistas.

Mejorar la presencia en línea del hostal mediante la optimización y actualización de su sitio web, además de la creación y gestión activa de perfiles en redes sociales relevantes, aumentando la interacción con los clientes potenciales y mejorando la reputación en línea.

Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes locales, empresas turísticas y puntos de interés cercanos para promover paquetes turísticos que incluyan la estadía en el Hostal Puerto Rico, buscando aumentar la demanda y el reconocimiento del hostal entre los visitantes de la zona

**CAPÍTULO I  
MARCO TEÓRICO**

## Marketing en el Sector Hotelero

El marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas, especialmente en el sector hotelero, donde la competencia y la necesidad de visibilidad son claves para el éxito. La implementación de estrategias de marketing digital permite a los negocios, como el Hostal Puerto Rico, llegar a un público más amplio, mejorar su posicionamiento en el mercado y aumentar sus ingresos a través de una mayor tasa de ocupación (Era Group, 2024).

El marketing en el sector hotelero es fundamental para atraer y retener clientes en un entorno altamente competitivo, este sector enfrenta desafíos únicos, como la fluctuación de la demanda, la estacionalidad y la dependencia de la reputación y recomendaciones de los clientes (Hotelgest, 2024).

El marketing en servicios, como el hotelero, requiere un enfoque específico que incluye la gestión de la experiencia del cliente, la creación de valor percibido, y la construcción de relaciones a largo plazo con los clientes, la calidad del servicio, la personalización y la comunicación efectiva son elementos clave que deben ser gestionados estratégicamente para lograr una ventaja competitiva (IHCS, 2024).

## Estrategia de Marketing

La estrategia de marketing es ampliamente utilizada para el diseño y formulación de planes de marketing, propuesto como un esquema visual que permite a las empresas planificar y comunicar sus estrategias de manera clara y concisa. (Roa, 2023).

Su aplicación al marketing hotelero facilita la identificación de las necesidades del cliente, la propuesta de valor diferenciada y las estrategias de comunicación y distribución más efectivas para el Hostal Puerto Rico (Lean Start, 2023).

## Publicidad y Promoción en el Marketing Hotelero

La publicidad y promoción son componentes esenciales del marketing en el sector hotelero, ya que permiten aumentar la visibilidad del establecimiento y atraer a un mayor número de clientes, las estrategias de publicidad en el sector hotelero deben enfocarse en destacar las características únicas del establecimiento, como la ubicación, la calidad del servicio, y las experiencias personalizadas que ofrece (Santos, 2023).

En un entorno digital, es necesario que los hostales como el Hostal Puerto Rico utilicen plataformas en línea, redes sociales, y herramientas de SEO para llegar a su público objetivo de manera efectiva, además la promoción de ventas, como ofertas especiales y descuentos, puede ser una táctica poderosa para incrementar la ocupación en períodos de baja demanda (Díaz, 2022).

## Ingresos en el Sector Hotelero

El incremento de los ingresos en el sector hotelero depende de múltiples factores, incluyendo la gestión eficiente de la ocupación, la optimización de precios, y la diversificación de las fuentes de ingresos, una estrategia efectiva de precios puede maximizar los ingresos al ajustar las tarifas según la demanda, la temporada, y la competencia, además los ingresos adicionales pueden generarse a través de servicios complementarios, como alimentos y bebidas, actividades recreativas, y paquetes turísticos (CASCALES, 2023). En lo que respecta al Hostal Puerto Rico, es esencial desarrollar un enfoque integral que combine la optimización de precios con la diversificación de sus ofertas para mejorar su rentabilidad.

## Análisis de la Competencia y Posicionamiento

El análisis de la competencia es un componente crítico en el desarrollo de un plan de marketing eficaz, para ello es importante entender la dinámica competitiva permite a las empresas identificar sus fortalezas y debilidades en relación con sus competidores. Para el sector hotelero es necesario realizar un análisis de la competencia en el caso particular del Hostal Puerto Rico se debe hacer en a nivel provincial en Sucumbíos este análisis es importante para determinar su posición en el mercado y desarrollar estrategias de diferenciación que le permitan captar clientes e incrementar sus ventas, el posicionamiento efectivo del hostal debe basarse en su propuesta de valor única, como su ubicación estratégica en la Parroquia Pacayacu y la experiencia auténtica que ofrece a sus huéspedes (SLATER, 2022).

## Comportamiento del Consumidor en el Turismo Rural

El turismo rural está en crecimiento, y los consumidores buscan experiencias auténticas y conectadas con la naturaleza, el comportamiento del consumidor en este segmento está influenciado por factores como la sostenibilidad y el deseo de salir de lo urbano y la rutina, los turistas rurales valoran la interacción con la comunidad local, la tranquilidad y la oportunidad de disfrutar de un entorno natural, es así como el Hostal Puerto Rico, comprende estas motivaciones para diseñar una propuesta de valor que atraiga a este segmento de mercado y para desarrollar estrategias de marketing que resalten los aspectos únicos de la experiencia que ofrece (García, 2005).

## Buyer Person

El Buyer Person es una representación semi ficticia de la cliente ideal basada en datos demográficos, comportamientos, motivaciones y objetivos, para el sector hotelero es necesario definir un buyer persona que se ajuste al perfil de los viajeros que visitan la zona, ya que esto permitirá diseñar estrategias de marketing más efectivas (Amortegui, 2024).

**Tabla 2**   
Buyer Person

|  |
| --- |
| JAMES SMITH |
| Género: Masculino |
| Estado Civil: Soltero |
| Edad: 29 |
| Nivel de estudios: Educación superior |
| ¿Dónde trabaja o estudia? Agencia de medios |
| Ocupación profesional Fotógrafo, editorialista |
| ¿Cuáles son los medios de comunicación que usa regularmente? |
| Instagram, Snapchat, Facebook, YouTube |
| ¿Cuáles son los principales problemas o desafíos de la persona? |
| Alojamiento seguro, económico y que no tenga barrera idiomática (Ingles) |
| ¿Cuáles son los principales objetivos de la persona? |
| Buscar aventuras conociendo lugares e historias interesantes para realizar artículos acerca de los lugares conocidos. |
| ¿Cómo mi empresa o producto puede ayudar a la persona? |
| Brindando alojamiento de gran calidad, con excelente atención al cliente, turismo en la zona periférica al Hotel, servicio de alimentación, guía turístico con dominio de idioma inglés, tarifas preferenciales por grupos, servicio de lavandería, tienda de gifts y souvenirs, servicio de transporte, alianza con agencias de turismo, entre otros. |
| Mensaje de marketing o pitch para hablarle a la persona (140 caracteres): |
| Hostal Puerto Rico, ¡tu mejor destino para hospedarte cuando vengas a conocer el entorno con mayor biodiversidad en el mundo, te esperamos! |

*Perfil Demográfico*

Edad entre 25-45 años, principalmente turistas nacionales e internacionales, con interés en ecoturismo y aventuras.

*Comportamiento*

Buscan alojamientos económicos pero confortables, prefieren reservas en línea, y valoran las experiencias culturales y naturales.

*Motivaciones*

Escapadas de fin de semana, exploración de la Amazonía, desconexión de la vida urbana, interés en la biodiversidad.

## Estrategias de Marketing Digital

Para mejorar la visibilidad y los ingresos del Hostal Puerto Rico, es necesario implementar diversas estrategias de marketing digital:

SEO (Optimización para Motores de Búsqueda): Optimizar el sitio web del hostal con palabras clave relevantes como "Hostal en Lago Agrio", "Alojamiento en Sucumbíos", etc., para mejorar el ranking en los motores de búsqueda.

Marketing de Contenidos: Creación de un blog que destaque las actividades turísticas en la región, las experiencias de los huéspedes y la biodiversidad de Sucumbíos. Publicar artículos, fotos y videos que atraigan a los visitantes interesados en el turismo ecológico.

Email Marketing: Desarrollo de una lista de correos de clientes potenciales y la creación de campañas de email marketing para promocionar ofertas especiales, eventos y paquetes turísticos.

**Social Media y Canales Digitales**

Las redes sociales son plataformas clave para interactuar con los clientes potenciales y promocionar los servicios del hostal:

Facebook e Instagram: Publicación de contenido visual atractivo, como fotos y videos de las instalaciones del hostal, testimonios de clientes, y promociones especiales. Uso de hashtags relevantes y geolocalización para aumentar la visibilidad.

YouTube: Creación de un canal donde se compartan videos sobre el turismo en Sucumbíos, incluyendo tours virtuales del hostal y entrevistas con huéspedes.

Google My Business: Asegurarse de que el perfil de Google My Business esté actualizado con la información correcta, reseñas de clientes y fotos de alta calidad.

**Plataformas de Reserva Hotelera**

La presencia en plataformas de reserva en línea es crucial para aumentar la visibilidad y las reservas:

Airbnb: Crear un perfil detallado en Airbnb que destaque las características únicas del hostal y las experiencias que los huéspedes pueden disfrutar en la región.

Booking.com y Expedia: Participar en estas plataformas permite al hostal acceder a un público más amplio que utiliza estas plataformas para encontrar y reservar alojamientos.

**Sector Hotelero en Sucumbíos**

El sector hotelero en la provincia de Sucumbíos está caracterizado por una competencia creciente, con una mezcla de pequeños hostales, hoteles boutique y alojamientos ecológicos. Es fundamental que el Hostal Puerto Rico identifique sus ventajas competitivas, como la proximidad a atracciones turísticas o la oferta de experiencias únicas, para diferenciarse en este mercado.

**Turismo en Sucumbíos**

Sucumbíos es una provincia rica en biodiversidad y cultura, lo que la convierte en un destino atractivo para los turistas interesados en la naturaleza y la cultura indígena. El turismo en la región se enfoca en actividades como:

Ecoturismo, explorar la selva amazónica, observar la vida silvestre, y participar en actividades sostenibles.

Turismo Cultural, visitar comunidades indígenas, aprender sobre sus tradiciones y participar en festividades locales.

Aventuras al aire libre, como el senderismo, paseos en canoa, y exploración de cascadas y ríos.

**Alianzas Estratégicas**

Las alianzas estratégicas pueden ser un componente clave para el éxito del Hostal Puerto Rico:

Colaboración con agencias de viajes, trabajar con agencias de viajes que ofrezcan paquetes turísticos que incluyan estadías en el hostal.

Asociaciones con operadores turísticos locales, crear paquetes que incluyan actividades guiadas por operadores turísticos locales, aumentando el valor percibido por los clientes.

Promociones cruzadas con negocios locales, establecer acuerdos con restaurantes, tiendas de artesanías y otros negocios locales para ofrecer descuentos o promociones a los huéspedes.

**Marco Conceptual**

Marketing Digital

Estrategias y técnicas utilizadas en medios y plataformas digitales para promocionar productos o servicios.

Buyer Person

Representación semi ficticia de la cliente ideal basada en datos demográficos, comportamientos e intereses.

SEO (Search Engine Optimization)

Optimización de contenido y estructura de un sitio web para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda.

Social Media Marketing

Uso de plataformas de redes sociales para promocionar productos o servicios, interactuar con los clientes y construir una marca.

Content Marketing

Creación y distribución de contenido valioso y relevante para atraer y retener a una audiencia específica.

Email Marketing

Estrategia de marketing directo que utiliza el correo electrónico como medio para enviar mensajes promocionales a un grupo de clientes o potenciales clientes.

Google My Business

Plataforma gratuita que permite a los negocios gestionar su presencia online en Google, incluyendo la búsqueda y Google Maps.

Plataformas de Reserva Online

Sitios web o aplicaciones que permiten a los usuarios buscar, comparar y reservar alojamientos (por ejemplo, Airbnb, Booking.com).

Airbnb

Plataforma de alquiler de alojamientos a corto plazo que conecta a anfitriones con huéspedes que buscan hospedaje.

Experiencia del Cliente

Percepción global que un cliente tiene de su interacción con una empresa o marca, desde el primer contacto hasta la posventa.

Customer Journey

Trayectoria que sigue un cliente potencial desde que conoce una marca hasta que se convierte en cliente y más allá.

Sector Hotelero

Industria que se dedica a proporcionar alojamiento temporal a turistas y viajeros.

Turismo Ecológico (Ecoturismo)

Forma de turismo que se enfoca en la visita a áreas naturales, con un enfoque en la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente.

Turismo Cultural

Tipo de turismo enfocado en la exploración de la cultura, tradiciones, y patrimonio de un lugar.

Alianzas Estratégicas

Colaboraciones entre dos o más organizaciones para alcanzar objetivos comunes y mejorar su posición en el mercado.

Segmentación de Mercado

División de un mercado en grupos más pequeños con necesidades, características o comportamientos similares.

Posicionamiento de Marca

Proceso de definir cómo se quiere que una marca sea percibida por los consumidores en relación con la competencia.

Analítica Web

Recolección, medición y análisis de datos web para entender y optimizar el comportamiento de los usuarios en un sitio web.

Publicidad Digital

Estrategia de marketing que utiliza medios digitales como anuncios en redes sociales, motores de búsqueda, y banners en sitios web.

Estrategia de Contenidos

Planificación y gestión de la creación, entrega y gobernanza de contenido relevante y valioso para un público objetivo.

**Marco Legal**

El marco legal para el desarrollo del plan de marketing del Hostal Puerto Rico en la Parroquia Pacayacu, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, está fundamentado en diversas normativas ecuatorianas que regulan el sector turístico, la publicidad, y las actividades económicas. A continuación, se presenta un resumen de las principales leyes y regulaciones aplicables:

***Ley de Turismo***

La Ley de Turismo de Ecuador establece las disposiciones generales para el desarrollo, promoción, y regulación de las actividades turísticas en el país. Esta ley define los derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, las condiciones para la operación de establecimientos de alojamiento, y las normas para la promoción y publicidad de los destinos turísticos.

Registro de Establecimientos Turísticos: Todos los establecimientos que prestan servicios turísticos, incluidos los hostales, deben estar inscritos en el Registro de Turismo, administrado por el Ministerio de Turismo. Esto asegura que el Hostal Puerto Rico cumpla con los requisitos legales para operar y reciba el reconocimiento oficial.

Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF): Los establecimientos turísticos deben obtener la LUAF, que certifica el cumplimiento de normas de seguridad, sanidad, y calidad. Esta licencia es un requisito indispensable para la operación legal del hostal.

***Ley Orgánica de Defensa del Consumidor***

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor protege los derechos de los consumidores en Ecuador y establece las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios, incluidos los servicios turísticos. Esta ley es fundamental para asegurar que el Hostal Puerto Rico ofrezca servicios que cumplan con los estándares de calidad y que la publicidad sea veraz y no engañosa.

Publicidad Veraz: Toda la publicidad relacionada con el hostal debe ser clara, precisa, y veraz. No se debe inducir al error a los consumidores sobre las características, calidad, o precios de los servicios ofrecidos.

Derechos de los Consumidores: Los huéspedes del hostal tienen derecho a recibir servicios de calidad y a reclamar en caso de que sus expectativas no sean cumplidas. El hostal debe contar con mecanismos de atención al cliente para resolver posibles quejas y asegurar la satisfacción del cliente.

***Normativa de Publicidad y Propaganda***

La Ley Orgánica de Comunicación y su reglamento regulan la publicidad y propaganda en Ecuador, aunque esta ley está más enfocada en los medios de comunicación masiva, también tiene implicaciones para las campañas publicitarias del hostal en plataformas digitales y otros medios.

Autorización de Publicidad, aquí sugiere que toda publicidad difundida en medios públicos o privados debe cumplir con las normativas vigentes y, en algunos casos, requerir autorización previa, incluye además la publicidad en redes sociales, Google Ads, y cualquier otro canal digital.

Prohibición de Publicidad Engañosa, la publicidad no debe contener información falsa o engañosa que pueda inducir al error a los consumidores sobre las características, beneficios, o precios de los productos o servicios ofrecidos por el hostal.

***Código Orgánico del Ambiente***

El Código Orgánico del Ambiente regula las actividades que pueden tener un impacto en el medio ambiente, incluyendo el turismo, el hostal, al estar ubicado en una zona de alta biodiversidad, debe cumplir con las normativas ambientales para evitar sanciones y contribuir a la sostenibilidad del entorno.

Evaluación de Impacto Ambiental, en caso de realizar ampliaciones o modificaciones significativas en el hostal, es necesario realizar una evaluación de impacto ambiental para asegurarse de que las actividades no perjudiquen el ecosistema local.

Prácticas Sostenibles, el hostal debe implementar prácticas que minimicen su impacto ambiental, como la gestión adecuada de residuos, el uso eficiente de recursos energéticos y hídricos, y la promoción del ecoturismo.

***Regulación de Plataformas Digitales y Comercio Electrónico***

El Código de Comercio y las regulaciones sobre comercio electrónico son relevantes para el uso de plataformas digitales y la gestión de reservas en línea. Por otro lado, las transacciones Electrónicas, el hostal debe asegurarse de que todas las transacciones electrónicas, como las reservas en línea a través de plataformas como Airbnb y Booking.com, cumplan con las normativas de protección al consumidor y de comercio electrónico.

Así mismo, la protección de Datos Personales, la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales establece obligaciones para el manejo de los datos de los clientes que realizan reservas en línea, asegurando la confidencialidad y seguridad de la información personal.

***Normativa Laboral***

El Código de Trabajo regula las relaciones laborales en Ecuador. El hostal debe cumplir con todas las disposiciones legales en cuanto a la contratación, condiciones de trabajo, seguridad laboral, y beneficios de sus empleados. Asu vez los contratos laborales, exigen que todo el personal del hostal debe contar con un contrato laboral formal que cumpla con los requisitos legales en términos de salario, horas de trabajo, y prestaciones sociales. Otra normativa que se toma en cuenta es la de Seguridad y Salud Ocupacional, el hostal está obligado a garantizar un ambiente de trabajo seguro para sus empleados, cumpliendo con las normativas de seguridad y salud ocupacional.

**CAPÍTULO II  
SITUACIÓN DIAGNÓSTICA**

## Tipos de investigación

En el ámbito de la investigación científica, es fundamental seleccionar el tipo de investigación más adecuado según los objetivos del estudio, para el caso del diagnóstico del plan de marketing del Hostal Puerto Rico, se emplean dos tipos principales de investigación: investigación descriptiva e investigación exploratoria.

La investigación descriptiva se utiliza para detallar las características del mercado objetivo, comportamientos de los consumidores, y la situación actual del sector hotelero en Sucumbíos.

La investigación exploratoria busca identificar y comprender factores y variables que pueden influir en el éxito del hostal, sirviendo como base para estudios más detallados o experimentales en fases posteriores, esta es particularmente útil cuando se tiene poca información previa sobre el fenómeno en estudio, lo que permite identificar problemas potenciales, formular hipótesis y definir estrategias preliminares, esta forma de investigación es una herramienta muy importante para obtener una visión general del contexto del hostal y las posibles oportunidades y desafíos en el mercado.

## Métodos de Investigación

### *Método Cuantitativo*

El método cuantitativo se caracteriza por la recolección y análisis de datos numéricos para identificar patrones, medir variables y establecer relaciones estadísticas.

En el contexto del diagnóstico del Hostal Puerto Rico, este método permite realizar encuestas a un grupo de turistas y clientes potenciales, obteniendo datos precisos sobre sus preferencias, comportamientos y necesidades, el análisis de estos datos, a través de técnicas como la estadística descriptiva permite identificar tendencias de mercado y evaluar la efectividad de las estrategias de marketing implementadas.

### *Método Cualitativo*

El método cualitativo se enfoca en comprender fenómenos desde una perspectiva subjetiva, explorando las experiencias, opiniones y motivaciones de los individuos, para el Hostal Puerto Rico, este método es útil para profundizar en las percepciones de los huéspedes sobre su experiencia en el hostal y en la región de Sucumbíos, donde se pueden obtener estrategias importantes que ayuden a mejorar la oferta de servicios y a adaptar las estrategias de marketing para alinearlas con las expectativas del mercado.

### *Método Inductivo*

El método inductivo se basa en la observación de casos específicos para desarrollar generalizaciones o teorías, que para el caso de la investigación del Hostal Puerto Rico, este método permite partir de observaciones particulares, como las experiencias y preferencias de los huéspedes, para llegar a conclusiones generales sobre las características y demandas del mercado, este tipo de enfoque es especialmente útil en contextos donde la información previa es limitada, permitiendo la construcción de hipótesis que guíen futuras investigaciones o estrategias de marketing.

### *Método Deductivo*

El método deductivo se centra en aplicar teorías o hipótesis generales para explicar casos específicos, se puede utilizar este método para aplicar teorías de marketing y comportamiento del consumidor previamente establecidas a la situación particular del hostal, evaluando cómo estas teorías se manifiestan en la práctica y ajustando las estrategias de acuerdo a los resultados observados, es fundamental para validar la efectividad de las estrategias basadas en principios teóricos.

### *Método Sintético*

El método sintético implica la combinación de diferentes elementos o conceptos para formar una visión más completa o una nueva teoría, este método puede utilizarse para integrar los resultados obtenidos de diferentes métodos de investigación (cuantitativos y cualitativos) y así elaborar un diagnóstico integral que considere tanto los datos numéricos como los recursos cualitativos y permite además una comprensión más holística de la situación del hostal, facilitando la toma de decisiones estratégicas más informadas.

## Plan de Muestreo

El plan de muestreo es un componente crítico en cualquier investigación, ya que determina la representatividad de los resultados obtenidos, para el diagnóstico del presente estudio se utilizará un muestreo probabilístico, donde cada individuo de la población objetivo tiene una probabilidad conocida y no nula de ser seleccionado, el de muestreo garantiza que los resultados sean generalizables a toda la población de interés, lo que es crucial para diseñar estrategias de marketing efectivas, se seleccionará una muestra representativa de turistas que visitan la provincia de Sucumbíos y clientes potenciales del hostal, asegurando una diversidad en términos de edad, origen geográfico, y motivaciones de viaje.

Población base de datos propia de 300 huéspedes. Método de cálculo de la muestra basada en la fórmula a continuación descrita:

**Tabla 3**Tabla de valores de la formula del cálculo de muestreo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| = | = Tamaño de muestra buscado | ¿? |
| = | = Tamaño de la Población o Universo | 300 |
| Za = | Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC) | 1,28 |
| e = | = Error de estimación máximo aceptado | 0,05 |
| = | = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito) | 0,50 |
| = (1 – ) = | = (1 – ) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado | 0,50 |

Aplicando la fórmula se obtiene:

El cálculo de la muestra arroja como resultado el valor de 106 huéspedes quienes serán encuestados.

## Análisis de la encuesta

El análisis de la encuesta es una técnica cuantitativa que permite obtener información profunda y detallada sobre las percepciones, opiniones y experiencias de los encuestados. Se realizará a los huéspedes por lo que se espera identificar las fortalezas y debilidades del hostal, las expectativas de los clientes, y las oportunidades para mejorar los servicios ofrecidos.

Una vez recopilada la información, se procederá al análisis temático de las entrevistas, identificando patrones y temas recurrentes que proporcionen recursos valiosos para el plan de marketing, este análisis permitirá al hostal entender mejor las necesidades y deseos de sus clientes, así como las tendencias emergentes en el mercado turístico de la región, lo que será fundamental para la toma de decisiones estratégicas.

## Análisis General

Análisis de la encuesta a huéspedes del Hostal Puerto Rico

1. En general, ¿qué tan satisfecho quedó con su estadía en el Hostal Puerto Rico?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Muy insatisfecho | 3 | 3% |
| Insatisfecho | 1 | 1% |
| Neutral | 6 | 6% |
| Satisfecho | 34 | 32% |
| Muy satisfecho | 62 | 58% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: Un alto porcentaje de huéspedes (58%) se mostró muy satisfecho con su estadía. Esto indica un nivel general de satisfacción elevado, aunque es importante prestar atención al 10% de huéspedes muy insatisfechos para identificar las áreas específicas a mejorar.

2. ¿Qué tan probable es que recomiende el Hostal Puerto Rico a familiares o amigos?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Nada probable | 2 | 2% |
| Poco probable | 5 | 5% |
| Neutral | 20 | 19% |
| Probable | 67 | 63% |
| Muy probable | 12 | 11% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La mayoría de los huéspedes 11% y el 63%, recomendaría el hostal, lo cual es una señal positiva, de otro lado, el 19% de los encuestados se mostró neutral, lo que sugiere que hay margen para aumentar la lealtad de los clientes.

3. ¿Qué aspecto de su estadía disfrutó más?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Atención del personal | 16 | 15% |
| Comodidad de las habitaciones | 34 | 32% |
| Limpieza de las instalaciones | 15 | 14% |
| Ubicación del hostal | 41 | 39% |
| Otros | 0 | 0% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La ubicación del hostal y la comodidad de las habitaciones fueron los aspectos más destacados por los huéspedes, el aspecto principal a mejorar es el precio de los servicios.

4. ¿Qué aspecto de su estadía le gustaría mejorar?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 4. ¿Qué aspecto de su estadía le gustaría mejorar? | | |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Sabor único | 9 | 8% |
| Origen local | 2 | 2% |
| Calidad de los ingredientes | 14 | 13% |
| Apoyo a productores locales | 12 | 11% |
| Precio | 69 | 65% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La oferta para el restaurante con variedad de opciones y el precio fueron los factores más importantes al momento de elegir el hostal. Es importante recalcar que una buena opción gastronómica atrae y fideliza a clientes.

5. ¿Qué tan importante fue para usted la siguiente información al momento de elegir el Hostal Puerto Rico?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Ubicación geográfica | 47 | 44% |
| Precio de las habitaciones | 53 | 50% |
| Opiniones de otros huéspedes | 2 | 2% |
| Servicios adicionales ofrecidos | 3 | 3% |
| Otros | 1 | 1% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La ubicación geográfica y el precio fueron los factores más importantes al momento de elegir el hostal. En este sentido se interpreta que la ubicación y el precio son factores importantes en relación de la búsqueda de alojamiento por parte de turistas interesados en hospedarse en el sector geográfico.

6. ¿Qué actividades o servicios adicionales le gustaría encontrar en el Hostal Puerto Rico?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Tours guiados | 39 | 37% |
| Alquiler de bicicletas | 25 | 24% |
| Zona de spa | 29 | 27% |
| Restaurante con mayor variedad | 12 | 11% |
| Otros | 1 | 1% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: Los huéspedes mostraron interés en tours guiados, alquiler de bicicletas y zonas de spa, son los requerimientos más solicitados por quienes buscan una experiencia diferenciada al momento de elegir hospedaje.

7. ¿Qué tan satisfecho quedó con la información proporcionada sobre los servicios del hostal?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Muy insatisfecho | 11 | 10% |
| Insatisfecho | 6 | 6% |
| Neutral | 2 | 2% |
| Satisfecho | 36 | 34% |
| Muy satisfecho | 51 | 48% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La mayoría de los huéspedes se mostró satisfecha con la información proporcionada sobre los servicios del hostal, este análisis realizado refleja que se debe considerar estrategias que permitan mejorar la oferta e información para los interesados.

8. ¿Qué tan fácil fue encontrar el Hostal Puerto Rico?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Muy difícil | 15 | 14% |
| Difícil | 19 | 18% |
| Neutral | 6 | 6% |
| Fácil | 35 | 33% |
| Muy fácil | 31 | 29% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: Un porcentaje considerable de huéspedes encontró fácil o muy fácil encontrar el hostal. La importancia de encontrar el hostal determina una mejor propuesta de marketing para atraer más clientes.

9. ¿Considera que el precio de los servicios del hostal es acorde a la calidad ofrecida?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Muy en desacuerdo | 1 | 1% |
| En desacuerdo | 0 | 0% |
| Neutral | 5 | 5% |
| De acuerdo | 44 | 42% |
| Muy de acuerdo | 56 | 53% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: La mayoría de los huéspedes considera que el precio de los servicios es acorde a la calidad ofrecida. En este sentido se puede destacar este factor en redes sociales y sitio web como valor agregado.

10. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que se ofrecieran en el hostal?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Importancia** | **Número de Respuestas** | **Porcentaje** |
| Clases de yoga | 12 | 11% |
| Noches temáticas | 53 | 50% |
| Excursiones guiadas | 39 | 37% |
| Talleres artesanales | 1 | 1% |
| Otros | 1 | 1% |
| **Total** | **106** | 100% |

Análisis: Las noches temáticas y las excursiones guiadas son las actividades más solicitadas por los huéspedes. Esta propuesta puede ofrecer un interés a diversos segmentos de mercado ampliando la oferta y por tanto aumentando los huéspedes.

Los resultados de la encuesta muestran que el Hostal Puerto Rico cuenta con varios puntos fuertes, como una buena ubicación, habitaciones cómodas y un alto nivel de satisfacción general, aunque, por otro lado, se identificaron algunas áreas de mejora, como el precio, la señalización y la oferta de actividades adicionales.

Se considera el análisis de la estructura de precios y considerar la posibilidad de ofrecer promociones o paquetes especiales para atraer a nuevos clientes y aumentar la ocupación, además de ampliar la oferta de actividades y servicios adicionales, como tours guiados, clases de yoga, noches temáticas y alquiler de bicicletas, para satisfacer las demandas de los huéspedes, en el mismo sentido, es necesario mejorar la comunicación con los huéspedes, tanto antes como durante su estancia, proporcionando información clara y completa sobre los servicios del hostal, considerar mejoras a la señalización para facilitar a los huéspedes llegar al hostal.

En lo que respecta a estrategias de marketing, es necesario desarrollar estrategias de marketing más efectivas para promocionar el hostal y atraer a nuevos segmentos de mercado, al implementar estas estrategias, el Hostal Puerto Rico podrá mejorar aún más la experiencia de sus huéspedes y aumentar su competitividad en el mercado.

**CAPÍTULO III  
PROPUESTA**

## Descripción de la propuesta

La presente propuesta tiene como objetivo principal mejorar la experiencia del huésped en el Hostal Puerto Rico, incrementando así los ingresos y posicionando al establecimiento como una opción preferida en la zona de Pacayacu, para lograr esto, se proponen una serie de acciones estratégicas basadas en los resultados de la encuesta a huéspedes y en un profundo análisis del mercado local.

## Viabilidad

La viabilidad de esta propuesta se sustenta en diversos factores. En primer lugar, existe una demanda latente por experiencias turísticas auténticas y personalizadas en la zona de Pacayacu, en segundo lugar, el hostal cuenta con una ubicación estratégica y una infraestructura básica sólida.

La implementación de las acciones propuestas no requiere de una inversión inicial alta ya que muchas de ellas se pueden llevar a cabo con los recursos actuales del establecimiento.

## Desarrollo de la propuesta

Para lograr los objetivos planteados, se desarrollarán las siguientes acciones:

Fortalecimiento de la marca, se creará una identidad visual más atractiva y se desarrollarán materiales de marketing que destaquen la autenticidad y la calidez del hostal.

Mejora de la oferta gastronómica, se incorporarán platos típicos de la región, elaborados con productos locales, y se ampliará la variedad de opciones para el desayuno.

Ampliación de servicios, se ofrecerán nuevos servicios como alquiler de bicicletas, organización de tours guiados y clases de yoga.

Creación de experiencias únicas, se diseñarán paquetes turísticos que combinen alojamiento, alimentación y actividades, como, por ejemplo, un fin de semana de aventura en la selva.

Optimización de la gestión, se implementará un software de gestión hotelera para mejorar la eficiencia operativa y la atención al cliente.

Parte fundamental de la propuesta considera varios elementos importantes para lograr destacarse sobre la competencia como lo son:

1. *Análisis de la Competencia*

Para establecer una ventaja competitiva, es esencial realizar un análisis exhaustivo de los competidores en la Parroquia Pacayacu y sus alrededores. Identificar las fortalezas y debilidades de competidores directos permitirá al hostal Puerto Rico destacar por sus servicios únicos o tarifas competitivas. Este análisis también ayudará a identificar oportunidades de nicho no explotadas por la competencia.

1. *Estrategias de Diferenciación*

El hostal debe considerar implementar estrategias de diferenciación basadas en la calidad del servicio, la oferta de experiencias únicas (como tours locales exclusivos o eventos culturales) y la personalización del servicio al cliente. Estas estrategias ayudarán a crear una imagen de marca distintiva y a aumentar la fidelidad de los clientes.

1. *Uso de Tecnología*

Incorporar tecnología en la gestión del hostal es crucial para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Esto puede incluir sistemas de gestión de propiedades para optimizar las reservas y el mantenimiento, así como tecnologías de automatización en áreas como facturación y atención al cliente.

1. *Marketing Digital*

El plan de marketing debe intensificar el uso de estrategias digitales. Estas incluyen SEO para mejorar la visibilidad en motores de búsqueda, marketing en redes sociales para enganchar a un público más amplio, y estrategias de email marketing para promociones y comunicación directa con los clientes.

1. *Gestión de la Reputación Online*

Mantener una reputación online positiva es vital. Esto implica gestionar activamente las plataformas de reseñas, responder a comentarios y críticas, y usar el feedback para mejorar los servicios. La reputación online influirá significativamente en las decisiones de reserva de los potenciales huéspedes.

1. *Programas de Lealtad y Recompensas*

Desarrollar un programa de lealtad puede ser una estrategia efectiva para retener clientes y aumentar la frecuencia de sus visitas. Ofrecer descuentos, servicios adicionales gratuitos o acceso exclusivo a eventos puede incentivar a los huéspedes a volver y recomendar el hostal a otros.

1. *Capacitación del Personal*

La capacitación continua del personal es fundamental para asegurar un servicio de alta calidad. Los empleados deben recibir formación en atención al cliente, manejo de conflictos y actualizaciones sobre nuevas herramientas y políticas del hostal.

1. *Sostenibilidad y Responsabilidad Social*

Adoptar prácticas sostenibles puede mejorar la imagen del hostal y atraer a un segmento de mercado consciente del medio ambiente. Esto incluye iniciativas como reducción del uso de plásticos, sistemas de ahorro de energía y agua, y apoyo a la comunidad local.

1. *Alianzas Estratégicas*

Formar alianzas con otros negocios locales y proveedores puede ofrecer ventajas mutuas, como paquetes de viaje combinados, promociones cruzadas y acceso a servicios complementarios a mejores precios.

1. *Eventos y Actividades Locales*

Organizar o patrocinar eventos locales puede aumentar la visibilidad del hostal y fortalecer su conexión con la comunidad. Estos eventos pueden incluir festivales culturales, competencias deportivas o exposiciones artísticas.

1. *Gestión de Riesgos*

Identificar y gestionar riesgos operativos, financieros y de mercado es crucial. El hostal debe tener planes de contingencia para situaciones como desastres naturales, fluctuaciones del mercado o crisis económicas.

1. *Innovación en Servicios*

Innovar constantemente en la oferta de servicios, adaptándose a las tendencias del mercado y a las necesidades cambiantes de los clientes, ayudará al hostal a mantenerse competitivo. Esto puede incluir desde nuevas ofertas gastronómicas hasta la introducción de servicios tecnológicos avanzados.

1. *Flexibilidad en la Oferta*

Ser flexible en la oferta de servicios, permitiendo personalizar experiencias y paquetes, puede ser un factor diferenciador importante. Esto puede incluir opciones de personalización en la reserva de habitaciones, servicios adicionales a solicitud y flexibilidad en políticas de cancelación.

1. *Optimización de Tarifas*

Implementar una estrategia de precios dinámicos basada en la demanda, la estacionalidad y los eventos locales puede maximizar los ingresos. Esto requiere un análisis constante del mercado y la capacidad de ajustar rápidamente las tarifas.

1. *Mejora Continua*

Establecer un sistema de mejora continua basado en el análisis de datos y el feedback de los clientes ayudará al hostal a identificar áreas de mejora y a implementar cambios eficaces.

1. *Expansión y Escalabilidad*

Planificar para la expansión futura, ya sea mediante la adición de más habitaciones o la expansión a nuevas ubicaciones, debe ser parte de la estrategia a largo plazo, asegurando que el hostal pueda escalar de manera sostenible.

## 

## FODA

Para determinar los factores internos del Hostal Puerto Rico, así como los externos, se ha realizado un análisis FODA para entender la situación actuar para posteriormente desarrollar la propuesta.

**Figura 2**   
FODA

## Segmentación de clientes

Se identificarán los siguientes segmentos de clientes:

* Mochileros, quienes usualmente son personas jóvenes viajeros que buscan experiencias auténticas y precios accesibles.
* Familias que buscan un lugar tranquilo y seguro para pasar sus vacaciones.
* Aventureros, son turistas interesados en actividades al aire libre y deportes de aventura.

## Desarrollo organizacional

En el contexto del hostal Puerto Rico, el desarrollo organizacional implica implementar una serie de estrategias orientadas a optimizar los procesos internos y mejorar el rendimiento general de la empresa, este proceso busca aumentar la eficiencia, calidad de servicio y la satisfacción tanto de los clientes como de los empleados.

Para ello, se requiere una planificación estructurada que incluya la capacitación continua del personal, la innovación en los procesos administrativos y la adopción de herramientas tecnológicas que permitan una gestión más eficiente de los recursos.

El desarrollo organizacional en el hostal Puerto Rico, también implica la creación de una cultura organizacional sólida, basada en principios como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la orientación al cliente, su objetivo es fortalecer la identidad de la empresa y asegurar que todos los miembros del equipo compartan una visión común en cuanto a la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

Esto no solo aumenta la competitividad del hostal en el mercado, sino que también contribuye a la mejora de los ingresos a largo plazo.

## Organigrama empresarial

**Figura 3**   
Organigrama organizacional

## Funciones del personal

**Tabla 4**   
Perfil de puesto

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Gerente General | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Supervisar y coordinar todas las áreas del hostal.  Tomar decisiones estratégicas para el crecimiento y desarrollo del negocio.  Supervisar el cumplimiento de los objetivos financieros, operativos y de marketing.  Mantener relaciones con proveedores y socios estratégicos.  Garantizar la satisfacción de los clientes y la calidad del servicio | Experiencia en gestión hotelera o en el sector servicios.  Habilidades de liderazgo, toma de decisiones y resolución de problemas.  Conocimiento en finanzas, marketing y administración de negocios. |
| 2. Gerencia administrativa | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Gestionar las reservas, check-ins y check-outs de los clientes.  Proporcionar información sobre los servicios del hostal y las atracciones turísticas locales.  Manejar la caja y procesar pagos de los huéspedes.  Resolver inquietudes o quejas de los clientes. | Buenas habilidades de comunicación y atención al cliente.  Conocimiento básico de sistemas de gestión hotelera.  Idiomas, especialmente inglés, para interactuar con turistas internacionales. |
| 3. Gerencia de Marketing | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Desarrollar e implementar estrategias de promoción para el hostal.  Gestionar las redes sociales y plataformas de reservas online (Airbnb, Booking, etc.).  Coordinar campañas publicitarias y promociones.  Realizar análisis de la competencia y del mercado | Conocimiento en marketing digital, SEO, SEM y redes sociales.  Experiencia en la industria turística o hotelera.  Habilidades creativas y analíticas. |
| 4. Mantenimiento | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Mantener las instalaciones del hostal en óptimas condiciones (plomería, electricidad, pintura, etc.).  Realizar reparaciones menores y coordinar con técnicos externos cuando sea necesario.  Supervisar el estado de las habitaciones y áreas comunes | Conocimientos técnicos en mantenimiento general.  Habilidades manuales y de resolución de problemas.  Disponibilidad para atender emergencias fuera de horario. |
| 5. Limpieza | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Mantener las habitaciones y áreas comunes limpias y ordenadas.  Reponer productos de aseo personal y suministros.  Garantizar que se cumplan los estándares de higiene del hostal. | Experiencia en limpieza hotelera o en el sector de la hospitalidad.  Atención al detalle y capacidad para trabajar bajo presión.  Actitud proactiva y organizada. |
| 6. Cocineros | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Preparar alimentos y menús para los huéspedes, según las políticas del hostal.  Mantener la cocina en condiciones de higiene y cumplir con las normas de seguridad alimentaria.  Gestionar el inventario de alimentos y coordinar con proveedores. | Experiencia en cocina profesional.  Conocimiento en la preparación de alimentos y seguridad alimentaria.  Capacidad para trabajar bajo presión y creatividad culinaria. |
| 7. Guías | |
| Responsabilidades: | Perfil Requerido: |
| Proporcionar servicios de guía turística a los huéspedes interesados en conocer la región.  Planificar y coordinar excursiones y actividades turísticas en la zona.  Informar a los turistas sobre la cultura local, la biodiversidad y las atracciones naturales. | Conocimiento profundo de la región y sus atractivos turísticos.  Habilidades de comunicación y trato con el público.  Certificación o experiencia como guía turístico es un plus. |

## Desarrollo de la marca

Se creará una identidad visual única para el hostal, que incluirá un nuevo logotipo, una paleta de colores y una tipografía personalizada y también se desarrollarán materiales de marketing como folletos, tarjetas de presentación y una página web.

**Figura 4**   
Rediseño logotipo

## Propuesta de Marketing

La propuesta de marketing para el Hostal Puerto Rico busca mejorar su visibilidad en el mercado y aumentar sus ingresos a través de estrategias integradas de promoción y optimización de su oferta de servicios, esta propuesta se basa en un análisis detallado del mercado, las tendencias turísticas y el comportamiento de los consumidores en la región.

Se pretende implementar un enfoque centrado en el cliente, aprovechando herramientas digitales como las redes sociales, plataformas de reservas en línea y estrategias SEO para atraer a nuevos clientes y fidelizar a los existentes, su objetivo es posicionar al hostal como una opción preferida en la Parroquia Pacayacu mediante experiencias diferenciadas, sostenibles y accesibles.

## Definición de Objetivos de Marketing

Los objetivos de marketing del Hostal Puerto Rico se centran en aumentar la ocupación en un 20% en los próximos 12 meses, incrementando la visibilidad de la marca en un 30% mediante el uso de canales digitales y estrategias publicitarias.

Otro objetivo es mejorar la reputación online a través de la gestión proactiva de reseñas y la creación de una comunidad activa en redes sociales.

A largo plazo, se busca establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos locales para integrar el hostal en paquetes de viajes y ofertas atractivas para turistas nacionales e internacionales.

## Selección de los Segmentos Meta para el Producto o Servicio

El mercado objetivo del Hostal Puerto Rico incluye principalmente a turistas de aventura, viajeros jóvenes, mochileros y familias interesadas en el ecoturismo, este segmento se caracteriza por su búsqueda de experiencias auténticas y sostenibles, con una preferencia por destinos menos comerciales y cercanos a la naturaleza, además, se identifica a trabajadores remotos que buscan lugares tranquilos y con acceso a internet como otro segmento emergente, es así como la estrategia se enfoca en atender las necesidades específicas de estos grupos, ofreciendo servicios personalizados y atractivos para cada uno.

## Diseño de Estrategias de la Mezcla de Marketing

Dentro del Plan de Marketing para el mejoramiento de los ingresos y publicidad del Hostal Puerto Rico, es esencial identificar las variables clave que influirán directamente en el éxito de las estrategias propuestas.

Estas variables se dividen en dos tipos: variable independiente y variable dependiente, para ello, se describen ambas y se desarrolla una estrategia específica para cada una dentro del contexto de la mezcla de marketing.

***Variable Independiente, estrategias de comunicación***

La variable independiente es aquella que, al ser modificada, influye directamente en el comportamiento de la variable dependiente y en este caso, las estrategias de comunicación del Hostal Puerto Rico son la variable independiente, ya que controlarlas o modificarlas impactará en la percepción del cliente y, por ende, en los ingresos y la ocupación del hostal.

Una estrategia clave dentro de las estrategias de comunicación es el uso de publicidad digital en redes sociales, esta estrategia incluye campañas dirigidas en plataformas como Facebook, Instagram y Google Ads, enfocadas en captar la atención de los segmentos meta como jóvenes viajeros, ecoturistas, mochileros. Utilizando la segmentación avanzada, se personalizan anuncios según la ubicación geográfica, intereses, y comportamientos de viaje, así también se crea contenido visual atractivo que resalte las experiencias únicas del hostal, como su cercanía a la naturaleza y su enfoque en la sostenibilidad.

El uso continuo y consistente de estas plataformas no solo genera una mayor visibilidad, sino que también facilita el contacto directo con los clientes, mejora la interacción y aumenta la probabilidad de reservas.

***Variable Dependiente, ingresos y ocupación del Hostal***

La variable dependiente es aquella que cambia en respuesta a la modificación de la variable independiente, para el presente estudio representa a los ingresos y la ocupación del Hostal Puerto Rico como variables dependientes, si las estrategias de comunicación tales como la publicidad, relaciones públicas, marketing directo, se ejecutan de manera efectiva, se espera que los ingresos aumenten y la tasa de ocupación se eleve.

Una estrategia clave para aumentar los ingresos y la ocupación es la optimización de las promociones de temporada.

La estrategia consiste en ofrecer descuentos y paquetes especiales durante las temporadas bajas, que normalmente experimentan menor afluencia de turistas, estas promociones pueden incluir estancias más largas con descuentos progresivos o paquetes con actividades locales, como tours ecológicos o visitas guiadas.

Adicionalmente, se puede implementar una política de precios dinámicos que ajuste las tarifas en función de la demanda y la ocupación, esta técnica incentiva a los clientes a reservar en fechas específicas y permite maximizar el uso de las habitaciones disponibles.

1. **Estrategias de Producto**

El hostal Puerto Rico se posiciona como un servicio de hospedaje de categoría media con un enfoque en el turismo ecológico y la inmersión cultural local, se trata de un bien de servicio cuyo ciclo de vida está en crecimiento, dado el aumento del turismo en la región, la amplitud de productos incluye hospedaje, alimentación y actividades turísticas, mientras que la profundidad varía según las habitaciones y paquetes de tours. El logotipo, es simple y evocador de naturaleza, acompañado del eslogan Vive la Naturaleza, Descubre Pacayacu, que refleja su enfoque en el turismo ecológico.

1. **Estrategias de Canales de Distribución**

La distribución del servicio se realiza de manera intensiva a través de plataformas digitales como Airbnb, Booking y la página web del hostal, se seleccionan miembros del canal que permiten llegar a un público amplio, como agencias de turismo y plataformas de reservas, la función de la distribución es garantizar que los potenciales clientes puedan acceder a información y realizar sus reservas fácilmente, optimizando la experiencia desde el primer contacto con el hostal hasta su estancia.

1. **Estrategias de Comunicación**

Se emplearán métodos promocionales como publicidad digital, venta personal a través de alianzas con guías turísticos, relaciones públicas mediante eventos locales, y marketing directo a través de campañas de email, la estrategia de comunicación se complementará con promociones en redes sociales y concursos que incentiven a los huéspedes a compartir sus experiencias, generando un efecto de marketing boca a boca.

1. **Estrategias de Precio**

La estrategia de precios se basa en una política de precios flexibles, ajustando las tarifas en función de la demanda estacional, también se implementará una estrategia de precios de penetración para atraer a nuevos clientes, ofreciendo descuentos para reservas anticipadas y tarifas promocionales para largas estancias. El PVP (Precio de Venta al Público) reflejará una relación calidad-precio competitiva, con precios que varían entre $25 y $50 por noche, dependiendo de la temporada y el tipo de habitación.

## Cronograma de actividades y responsables

**Tabla 5**   
Cronograma

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Actividad | Responsable | Fecha de Inicio | Fecha de Finalización |
| Investigación de mercado | Gerente General | 01/10/2024 | 15/10/2024 |
| Definición de objetivos de marketing | Equipo de Marketing | 16/10/2024 | 20/10/2024 |
| Implementación de campañas digitales | Responsable de Marketing Digital | 21/10/2024 | 10/12/2024 |
| Alianzas con agencias de turismo | Gerente General | 21/10/2024 | 31/12/2024 |
| Lanzamiento de promociones en redes sociales | Responsable de Redes Sociales | 11/12/2024 | 20/12/2024 |
| Evaluación de resultados trimestrales | Gerente General | 01/01/2025 | 05/01/2025 |
| Reajuste de estrategias de marketing | Equipo de Marketing | 06/01/2025 | 10/01/2025 |

El cronograma detalla cada actividad clave que forma parte de la propuesta de marketing, así como los responsables de su ejecución, se establece un plazo realista para cada tarea, comenzando con la investigación de mercado que sirve de base para definir los objetivos y estrategias.

La implementación de campañas y alianzas se planifica de manera escalonada para asegurar una correcta ejecución y control.

Se establecen fechas para la evaluación de resultados y ajustes, permitiendo la flexibilidad necesaria para modificar las estrategias según los resultados obtenidos.

## Presupuesto

**Tabla 6**   
Presupuesto

|  |  |
| --- | --- |
| Concepto | Costo Estimado (USD) |
| Investigación de mercado | 500 |
| Desarrollo y diseño web | 1,200 |
| Publicidad en redes sociales | 800 |
| Alianzas con agencias turísticas | 1,000 |
| Promociones y concursos en redes | 600 |
| Desarrollo de material publicitario | 400 |
| Capacitaciones al personal en marketing digital | 300 |
| Evaluaciones trimestrales | 200 |
| Total | **5,000** |

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## Conclusiones

* Se concluye que la capacidad del hostal Puerto Rico de diferenciarse de sus competidores a través de la calidad del servicio y ofertas únicas es fundamental para capturar y retener clientes.
* También que la implementación de tecnologías avanzadas y el uso efectivo del marketing digital son esenciales para la operación y promoción del hostal.
* Adoptar prácticas sostenibles no solo beneficia al medio ambiente, sino que también mejora la imagen pública del hostal y atrae a turistas conscientes del medio ambiente, la sostenibilidad se ha convertido en una consideración clave para muchos viajeros, y su integración en la operación del hostal puede ser un importante diferenciador de mercado.

## Recomendaciones

* Se recomienda invertir en programas de capacitación regular para todo el personal, enfocándose en servicio al cliente, manejo de tecnologías y conocimiento del mercado local, un equipo bien capacitado es esencial para ofrecer experiencias de alta calidad que superen las expectativas de los huéspedes y fomenten la lealtad del cliente.
* Además de desarrollar alianzas estratégicas con otros negocios turísticos y culturales en la región para ofrecer paquetes integrados y promociones cruzadas, esto no solo amplía la gama de servicios ofrecidos, sino que también contribuye al desarrollo económico local y mejora la experiencia general del turista.
* Y finalmente se recomienda establecer un sistema sólido para monitorear y responder a las opiniones online, y utilizar estos comentarios para ajustar y mejorar los servicios continuamente, la reputación online es un factor decisivo para muchos turistas al momento de hacer reservaciones, y gestionarla proactivamente puede resultar en una ventaja competitiva significativa.

# **Bibliografía**

Carvajal, C. (2018). Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha. *Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido de https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf

CASCALES, G. (27 de junio de 2023). Gestión de ingresos y paridad hotelera: cómo el revenue management afronta nuevos desafíos e impulsa la rentabilidad. *UNIR LA UNIVERSIDAD EN INTERNET*. Obtenido de https://www.unir.net/empresa/revista/gestion-ingresos-parida-hotelera-revenue-management-nuevos-desafios-rentabilidad/

Cavero, J. (2024). Actividades clave en las que te vas a concentrar para diferenciarte. *Wikitips*. Obtenido de https://mentorday.es/wikitips/actividades-clave/

Clavijo, C. (11 de abril de 2024). Modelo Canvas: qué es, para qué sirve, cómo se usa y ejemplos. *Hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas

Díaz, V. (agosto de 2022). Marketing Digital y Posicionamiento de Marca en una Microempresa Hotelera: Rancho San Román. *UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO*. Obtenido de https://ri.ujat.mx/bitstream/200.500.12107/4055/1/TESIS\_DIAZ%20LANDERO%20VANESSA%20DEL%20CARMEN.pdf

Escaleras, J. (2021). Propuesta de valor, bajo el modelo de negocio CANVAS como generador de innovación pos pandemia para Grand Victoria Boutique Hotel año 2021. *UTPL*. Obtenido de https://dspace.utpl.edu.ec/visorHub/?handle=20.500.11962\_29207

FasterCapital. (19 de junio de 2024). Estructura de costos construccion de una base solida descubrir la importancia de la estructura de costos y los costos fijos. *FasterCapital*. Obtenido de https://fastercapital.com/es/contenido/Estructura-de-costos--construccion-de-una-base-solida--descubrir-la-importancia-de-la-estructura-de-costos-y-los-costos-fijos.html

Fernández, D. (17 de febrero de 2022). Estructura de costes dentro del Modelo Canvas. *Modelo de Negocio*. Obtenido de https://josedavidfernandez.com/estructura-costes-modelo-canvas/

García, B. (junio de 2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/398/39801507.pdf

García, M. (20 de abril de 2023). 7 Fuentes de ingresos alternativos para Hostels. *Asiri Marketing*. Obtenido de https://asiri.es/ingresos-alternativos-para-hostels/

Hotelgest. (14 de junio de 2024). Gestión de la reputación online en el sector hotelero: claves del éxito. *Hotelgest*. Obtenido de https://hotelgest.com/consejos/gestion-de-la-reputacion-online-en-el-sector-hotelero-claves-del-exito/

IHCS. (2024). Importancia del marketing hotelero y sus elementos. *INTERNATIONAL HOTELCONSULTING SERVICES*. Obtenido de https://www.ihcshotelconsulting.com/es/blog/la-importancia-del-marketing-hotelero/

Lagos, A. (25 de abril de 2024). ¿Qué son los activos hoteleros y cómo gestionarlos correctamente? *Mews*. Obtenido de https://www.mews.com/es/blog/activos-hoteleros

Lean Start. (2023). Modelo de negocio Canvas para un hotel: Claves para el éxito en la industria hotelera. *Lean Start*. Obtenido de http://retrievereasoninginjure.com/qqzwgcex4t?ugfby=80&refer=https%3A%2F%2Fwww.leanstart.es%2Fmodelo-de-negocio%2Fmodelo-de-negocio-canvas-para-un-hotel-claves-para-el-exito-en-la-industria-hotelera%2F&kw=%5B%22modelo%22%2C%22de%22%2C%22negocio%22%2C%22ca

Ludeña, D., Wisky, A., Cuva, N., & Ludeña, G. (17 de mayo de 2024). La fidelización de los clientes en el Hotel San Francisco de Paula, Ayacucho, Perú. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de https://revistaneque.org/index.php/revistaneque/article/view/175/519

Meijomil, S. (24 de agosto de 2021). Canvas Marketing: qué es y cómo aplicarlo a la estrategia de tu negocio. *Inboundcycle*. Obtenido de https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/canvas-marketing-que-es-como-aplicarlo-a-la-estrategia-de-tu-negocio

OSTELEA. (29 de octubre de 2021). ¿Cuáles son los canales de distribución de un hotel? *OSTELEA*. Obtenido de https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/cuales-son-los-canales-de-distribucion-de-un-hotel

Roa, Y. (27 de enero de 2023). Modelo de negocio Canvas: Qué es y cómo usarlo. *Semrush*. Obtenido de https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-canvas-como-usarlo/

Santos, D. (29 de diciembre de 2023). 6 estrategias de marketing para hoteles en 2024. *Hubspot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-hoteles

SLATER, R. (14 de febrero de 2022). Por qué es importante el análisis de la competencia y cómo hacer uno que funcione. *Digimind*. Obtenido de https://blog.digimind.com/es/inteligencia-competitiva/por-qu%C3%A9-es-importante-el-an%C3%A1lisis-de-la-competencia-y-c%C3%B3mo-hacer-uno-que-funcione

**Anexos**

**Anexo 1**   
Encuesta

|  |
| --- |
| **Encuesta a huéspedes del Hostal Puerto Rico** |
| A continuación, encontrará una serie de preguntas sobre su reciente estadía en nuestro hostal, por favor, marque la opción que mejor represente su opinión. |
| 1. En general, ¿qué tan satisfecho quedó con su estadía en el Hostal Puerto Rico? |
| * Muy insatisfecho * Insatisfecho * Neutral * Satisfecho * Muy satisfecho |
| 1. ¿Qué tan probable es que recomiende el Hostal Puerto Rico a familiares o amigos? |
| * Nada probable * Poco probable * Neutral * Probable * Muy probable |
| 1. ¿Qué aspecto de su estadía disfrutó más? |
| * Atención del personal * Comodidad de las habitaciones * Limpieza de las instalaciones * Ubicación del hostal * Otros |
| 1. ¿Qué aspecto de su estadía le gustaría mejorar? |
| * Atención del personal * Comodidad de las habitaciones * Limpieza de las instalaciones * Variedad de la oferta gastronómica * Precio de los servicios * Otros |
| 1. ¿Qué tan importante fue para usted la siguiente información al momento de elegir el Hostal Puerto Rico? |
| * Ubicación geográfica * Precio de las habitaciones * Opiniones de otros huéspedes * Servicios adicionales ofrecidos * Otros |
| 1. ¿Qué actividades o servicios adicionales le gustaría encontrar en el Hostal Puerto Rico? |
| * Tours guiados * Alquiler de bicicletas * Zona de spa * Restaurante con mayor variedad * Otros |
| 1. ¿Qué tan satisfecho quedó con la información proporcionada sobre los servicios del hostal? |
| * Muy insatisfecho * Insatisfecho * Neutral * Satisfecho * Muy satisfecho |
| 1. ¿Qué tan fácil fue encontrar el Hostal Puerto Rico? |
| * Muy difícil * Difícil * Neutral * Fácil * Muy fácil |
| 1. ¿Considera que el precio de los servicios del hostal es acorde a la calidad ofrecida? |
| * Muy en desacuerdo * En desacuerdo * Neutral * De acuerdo * Muy de acuerdo |
| 1. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que se ofrecieran en el hostal? |
| * Clases de yoga * Noches temáticas * Excursiones guiadas * Talleres artesanales * Otros |

**Anexo 2**   
El Hostal Puerto Rico

**Anexo 3**   
Exteriores



**Anexo 4**   
Instalaciones

**Anexo 5**   
Habitaciones



**Anexo 6**   
Informe de plagio

