

# CAPITULO I

## **CAPÍTULO I**

### **EL SERVICIO HOTELERO EN EL ECUADOR**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

##### **1.1.1 LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ECUADOR**

###### **1.1.1.1 Introducción**

###### **1.1.1.2 Historia y evolución**

###### **1.1.1.3 Panorama actual**

###### **1.1.1.4 Proyecciones**

#### **1.2 LA EMPRESA Y SU FILOSOFIA DE GESTION**

##### **1.2.1 Breve Reseña Histórica**

##### **1.2.2 Estructura Orgánica**

##### **1.2.3 Cultura Corporativa**

###### **1.2.6.1 Misión**

###### **1.2.6.2 Visión**

###### **1.2.6.3 Objetivo General**

###### **1.2.6.4 Principios Filosóficos**

###### **1.2.6.5 Valores**

##### **1.2.4 Servicios**

##### **1.2.5 Proceso de Comercialización de la Empresa**

# **CAPÍTULO I**

## **EL SERVICIO HOTELERO EN EL ECUADOR**

### **1.1 ANTECEDENTES**

#### **1.1.1 LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ECUADOR**

##### **1.1.1.1 INTRODUCCIÓN**

En los últimos años muchos países han centrado su atención en la industria del turismo por su crecimiento y la generación de empleos que esta propiciando.

El caso del Ecuador no es la excepción puesto que el turismo se ubicó como tercera fuente de ingresos entre los rubros de comercio exterior en el año 2004, y se está proyectando ser la número uno en el año 2010.

El Ecuador por ser un país que está entre los diecisiete países con mayor biodiversidad del planeta, debido a que en su territorio se encuentran gran variedad de regiones naturales como son: costas tropicales, cordilleras montañosas, confluencia de corrientes marinas frías y cálidas.

De las diversas playas que posee la costa ecuatoriana, se ha considerado que la playa Atacames es una de las más atractivas y privilegiada por tener un clima espectacular, que brinda días soleados durante los 365 días del año.

Esta ventaja que ofrece este sector permite albergar turistas nacionales e internacionales que deseen disfrutar momentos únicos de diversión, descanso y esparcimiento.

Por estas razones se ha decidido realizar un plan estratégico de marketing para el Hotel Caída del Sol, ubicado en el cantón Atacames, Provincia de Esmeraldas,

mediante el cual se puede aprovechar una gran oportunidad dada por la extraordinaria biodiversidad y cultura que ofrece este sector y sus alrededores, con la finalidad de fidelizar la relación con sus clientes actuales e incrementar la participación en el mercado de la provincia y el país.

### **1.1.1.2 HISTORIA Y EVOLUCIÓN**

La inestabilidad económica que viene soportando el Ecuador a través de los años y la llegada de algunos fenómenos naturales han afectado a todos los sectores económicos incluyéndose el sector turístico.

Este sector sufrió varios altibajos en el año 1998, 1999 y 2000, en el caso del año 1998 el Ecuador sufrió la llegada del fenómeno del niño afectando a las costas ecuatorianas por lo que dejó muchas pérdidas. El sector turístico se vio seriamente afectado ya que el periodo de duración de este fenómeno no se podía visitar las provincias por el riesgo que implicaba hacerlo. La Provincia de Esmeraldas dedicado plenamente al turismo fue una de las más afectadas por lo que en ese año se registro una de las peores crisis que ha sufrido ese sector y esa provincia.

En el año de 1999 el Ecuador mantuvo una crisis económica severa por el cierre de algunas entidades financieras ocasionando un caos económico en el país. Esta crisis afecto a todos los sectores, incluyendo al sector turístico, ya que se había perdido la confianza y la seguridad en las entidades financieras que aún estaban operando, repercutiendo en el ámbito de inversión en este sector.

En el año 2000 el Ecuador adoptó una nueva moneda, el dólar, siendo la única manera de superar la crisis ocasionada en el año anterior, esto ocasionó un periodo de transición cayendo en una recesión económica por el encarecimiento de los productos y servicios, ofertados y demandados, en el país.

En el sector turístico se generaron muchas pérdidas, ya que las personas no tenían como prioridad realizar turismo si no cubrir sus necesidades básicas.

Los diferentes sectores económicos del país se han ido recuperando favorablemente, pero el más destacado en los últimos años es el sector turístico siendo el que más aporta a la superación de la crisis económica del país.

### **1.1.1.3 PANORAMA ACTUAL**

El Cantón Atacames es un balneario eminentemente turístico que capta un 80% de turistas que acuden a la Provincia de Esmeraldas mediante lo cual es considerada como la tercera provincia del Ecuador con capacidad de alojamiento.

De hecho la oferta hotelera rebasa los 120 establecimientos; entre hostales, hoteles, cabañas y complejos turísticos según los registros de la oficina Municipal de Turismo, "esto ha permitido obtener una oferta hotelera de 12.000 plazas de todas las categorías (de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta) y 18.000 plazas en departamentos y suites privadas, permitiendo alojar cómodamente a unas 30.000 personas día"<sup>1</sup>, con posibilidades de costos tan variadas que se ajustan a cualquier presupuesto.

Esta provincia mantiene una oferta inmobiliaria y turística que supera los 200 millones de dólares, lo cual genera expectativas para futuras inversiones.

### **1.1.1.4 PROYECCIONES**

Según estimaciones del Municipio del Cantón Atacames se prevé que en los próximos 15 años existirá un crecimiento turístico de por lo menos un 40%

---

<sup>1</sup> Información y datos recopilados de la revista Pacificard, Pág. 18, 19 ; edición N° 172, Julio, 2005

concerniente a establecimientos hoteleros y un 30% en la afluencia de los turistas al sector.

Esto permitirá mantener buenas perspectivas de crecimiento del sector, lo que ocasionará que los inversionistas lo vean en el turismo un sector atractivo para la inversión.

## **1.2 LA EMPRESA Y SU FILOSOFIA DE GESTION**

### **1.2.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA**

El Hotel Caída del Sol, se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Atacames, provincia de Esmeraldas, a pocos metros del malecón, rodeado de los más importantes centros de atracción turística y comercial, esto le permite que se encuentre siempre conectado con todos los ejes del desarrollo turístico del Cantón y Provincia.

El Hotel Caída del Sol, apertura sus instalaciones el 13 de noviembre de 1996, como una Compañía en Sociedad Anónima, su constitución se lo realizó por suscripción pública de acciones, su capital está conformado con el aporte de 5 accionistas, siendo su principal accionista el Ing. Diego Castro; la infraestructura cuenta con 30 habitaciones completamente equipadas con las mayores comodidades para el confort y el descanso de sus clientes. Sus propietarios crearon esta empresa con la finalidad de brindar un servicio de primera a precios razonables, con una infraestructura moderna dotada de implementos tecnológicos para poder brindar una excelente atención a los clientes nacionales y extranjeros que se dan cita a la ciudad de Atacames.

Las habitaciones tienen las siguientes características: baño privado, televisión por cable, servicio de lavado, bar, parqueadero privado, guardiana, entre otros.

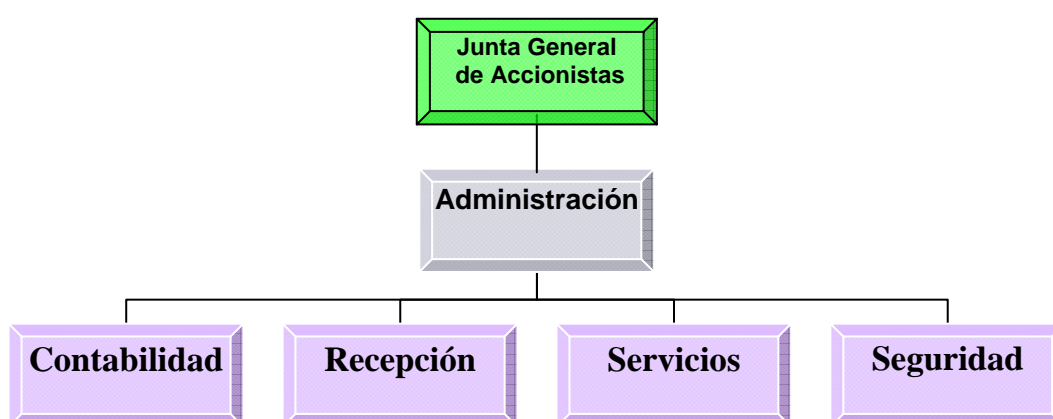
El hotel por su capacidad y magnitud de construcción está ubicado en la categoría de primera, lo cual cumple con todas las disposiciones técnicas dispuestas por el Ministerio de Turismo por la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos.

Esta considerado al factor turístico hotelero, como una empresa que orienta sus servicios todo el mercado (medio, medio alto) con capacidad para albergar a 120 personas.

## 1.2.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA

A continuación se muestra los niveles en orden jerárquico de la estructura organizacional del Hotel Caída del Sol.

1. **Nivel Directivo:** Conformado por la Junta General de Accionistas.
2. **Nivel Gerencial:** Precedido por el Administrador.
3. **Nivel Medios:** Distribuidos por los departamentos de Contabilidad, Recepción, Comercial, Limpieza, Seguridad.
4. **Nivel Operativos:** Representado por personal a cargo de los diferentes departamentos de los niveles medios.



## **1.2.3 CULTURA CORPORATIVA**

### **1.2.3.1 MISIÓN**

Brindar un lugar con ambiente vacacional único, comprometidos en garantizarles satisfacción total, a través de la excelencia en el arte del servicio, con calidez, vocación de servicio, oportunidad y respeto.

### **1.2.3.2 VISIÓN**

Ser el mejor y más eficiente establecimiento hotelero en la Provincia de Esmeraldas, Cantón Atacames, para el año 2010, brindando un servicio de alojamiento de primera, para satisfacer las necesidades de los turistas, y alcanzar alta calidad en la prestación del servicio.

### **1.2.3.3 OBJETIVO GENERAL**

Ofrecer servicios de alojamiento de primera, implementado procesos de calidad que permitan cubrir las expectativas y necesidades que los clientes potenciales requieran, permitan posicionar al hotel y alcanzar la lealtad de los clientes y ampliar su participación en el mercado.

### **1.2.3.4 PRINCIPIOS FILOSÓFICOS**

Los principios son conceptos fundamentales que apoyan al desarrollo de la administración:



- ❑ **Calidad:** Ofrecer servicios de alojamiento de alta calidad que permitirán lograr altos niveles de eficiencia.
- ❑ **Atención Personalizada:** Brindar un trato ágil, cortés y profesional a los clientes, procurando ante todo la plena satisfacción de sus necesidades.
- ❑ **Mejoramiento Continuo:** Garantizar a los clientes una constante evaluación del servicio que permita la aplicación de estándares y normas de calidad en los procesos de servicios, con el fin de satisfacer las más altas exigencias de los clientes.
- ❑ **Adoptar una Actitud Positiva y Aptitud Profesional:** Que permitan brindar servicios de la más alta calidad que cumplan plenamente con las exigencias de un mercado dinámico y competitivo.
- ❑ **Trabajo en equipo:** Todos los colaboradores de la organización estarán integrados y dispuestos a participar en la solución de problemas, cooperando en el logro de la óptima prestación del servicio.

### 1.2.3.5 VALORES

- ❑ **Honestidad:** Cumplir con los reglamentos internos de la institución de manera que toda actividad realizada quede dentro de códigos de ética y moral.
- ❑ **Compromiso:** Mantener un buen comportamiento en las labores cotidianas por parte de cada empleado, sobre la base de la disciplina, honestidad y responsabilidad en sus funciones.
- ❑ **Responsabilidad:** El personal cumplirá con sus actividades diarias con compromiso, las mismas deberán ser realizadas de la mejor manera.
- ❑ **Seriedad:** En todas las actividades de negociación tales como convenios, contratos y alianzas.
- ❑ **Respeto y Consideración:** Respetar y canalizar satisfactoriamente las opiniones e ideas que tengan todos los empleados con respecto a cualquier tema relacionado a la organización.
- ❑ **Reconocimiento:** La organización siempre tomará en cuenta todos los esfuerzos y resultados positivos de los empleados.

## 1.2.4 SERVICIOS

El hotel cuenta con una construcción aproximada de 800m<sup>2</sup>, distribuidos en 30 habitaciones con una capacidad máxima de 4 de personas por habitación. El Hotel Caída del Sol, tiene una capacidad de prestación del servicio de alojamiento para 120 personas por cada noche de los 365 días del año o lo que equivaldría a 43.800 plazas (camas-noche) anuales.

### Condiciones Generales del Servicio:

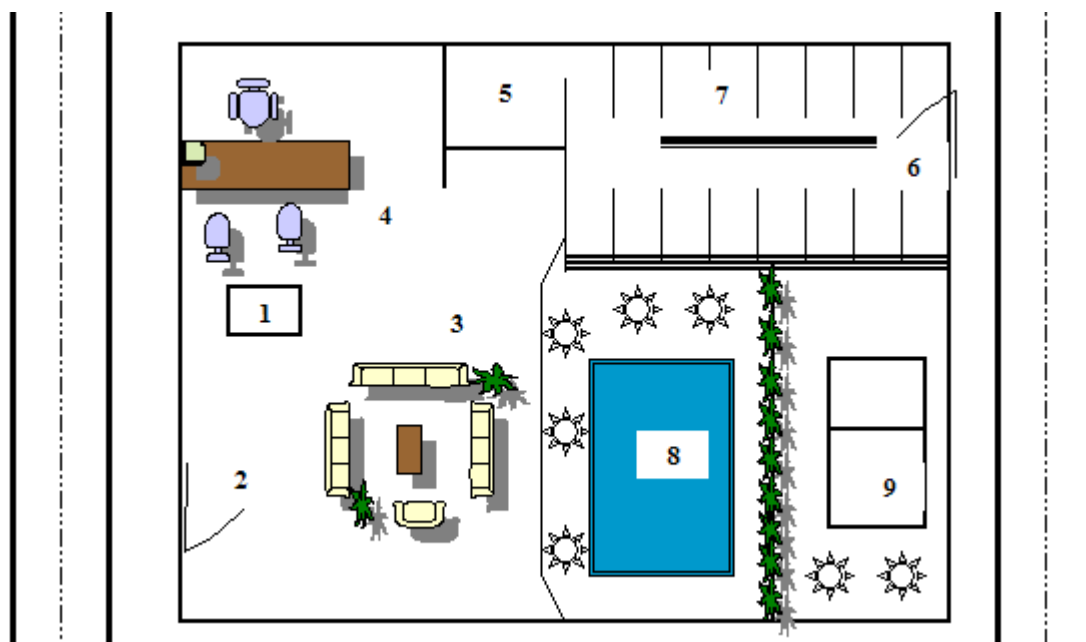
- a. Instalados en edificaciones cuya situación y aspectos corresponden a la categoría del alojamiento.
- b. Construidos con materiales de gran calidad.
- c. Ascensores de subida y bajada, cuando estén situados los alojamientos en edificios que tengan además de la planta baja, tres o más pisos.
- d. Montacargas.
- e. Calefacción y/o aire acondicionado, graduable por el propio usuario.
- f. Agua fría y caliente corriente de una manera permanente.
- g. Teléfono con comunicación directa a través de una central.

### Condiciones Particulares de cada pieza:

- a. **Dormitorios.-** Se reservarán 7,00 m<sup>2</sup>. de superficie para cada cama individual, 12,00 m<sup>2</sup>. para cada cama de dos plazas y 5, 00 m<sup>2</sup>. para cada literal.
- b. **Cuarto de Baño.-** Dotado de tina ducha, lavabo bidet e inodoro, todos de gran calidad. Paredes recubiertas de azulejos hasta el techo. Si la capacidad del alojamiento excediera a cuatro plazas contará con otro cuarto de baño.

- c. **Sala de Estar-Comedor.-** Tiene una superficie equivalente a 4, 00 m<sup>2</sup>. por cada plaza sin que en ningún caso pueda ser inferior a 16. 00 m<sup>2</sup>.
- d. **Cocina.-** Situada en pieza independiente será eléctrica, o de gas y tendrá, cuando menos, dos fuegos y horno. Fregadero de porcelana, o acero inoxidable. Armarios metálicos, plancha eléctrica, frigorífico, campana, extractor de humos.
- e. **Mobiliario y Decoración.-** Amoblados y decorados de modo que se consiga el tono de distinción que la categoría del alojamiento requiere.

**GRÁFICO No. 1**  
**DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**



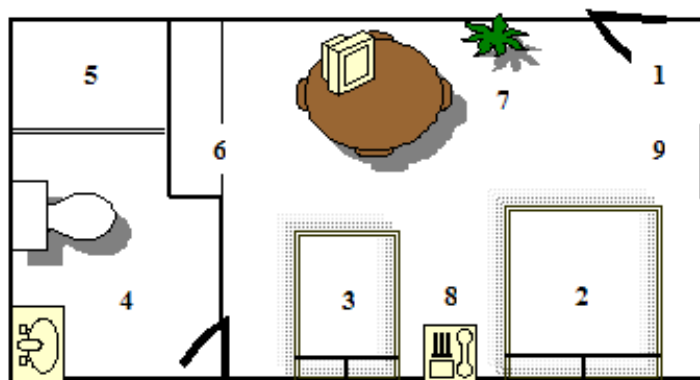
**Fuente:** Hotel Caída del Sol

**Distribución Instalaciones:**

- 1. Edificio Hotel.

2. Entrada al Hotel
3. Lobby del Hotel
4. Recepción y Administración
5. Área de máquinas y bodega
6. Ingreso Parqueadero
7. Parqueadero
8. Piscina
9. Área de Juegos o descanso

**GRÁFICO No. 2**  
**HABITACIÓN TIPO**



**Fuente:** Hotel Caída del Sol

**Distribución de la habitación Tipo:**

1. Entrada a la habitación
2. Cama matrimonial
3. Cama Litera
4. Baño
5. Ducha
6. Ropero
7. Televisión
8. Teléfono
9. Ventilador

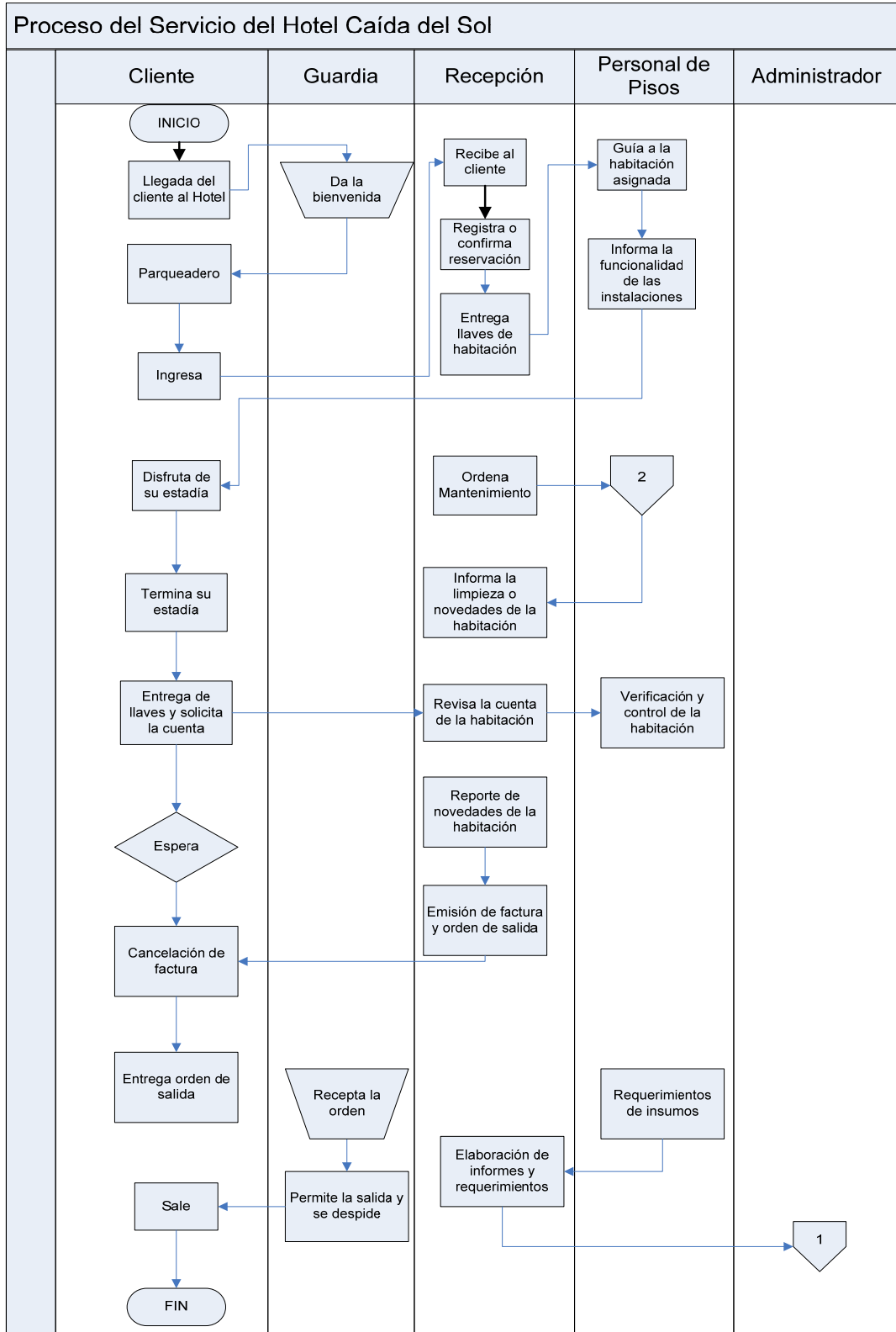
### **SERVICIOS COMUNES:**

- a. Recepción atendida por personal uniformado.
- b. Mozo de equipajes y mensajero o botones.
- c. Salón Social debidamente amoblado y decorado, salvo que el vestíbulo, por su capacidad y características, esté acondicionado para este fin.
- d. Central de teléfonos, atendido permanentemente.
- e. Vertedero de basuras con colector en cada planta.
- f. Estacionamiento para vehículos de uso exclusivo de los clientes.
- g. Servicios de Bar de Restaurante o Cafetería prestados en los alojamientos a petición de los clientes.

### **1.2.5 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

El proceso de comercialización de Hotel Caída del Sol se detalla a continuación el siguiente diagrama de flujo:

**GRÁFICO No. 3**  
**DIAGRAMA DE FLUJO**



Fuente: Hotel Caída del Sol

El presente *plan estratégico de marketing* para el Hotel Caída del Sol parte de la problemática que actualmente atraviesa la empresa como es el "el decrecimiento de la participación del mercado"; y mediante la utilización del Diagrama de Causa-Efecto se identifico las posibles causas raíz, o causas principales, de dicho problema.

Para brindar solución al problema se planteo como objetivo "Desarrollar e implementar un Plan Estratégico de Marketing que permita al Hotel Caída del Sol incrementar su participación de mercado, mediante el establecimiento de estrategias del mix de marketing que estén orientadas a aumentar el nivel de satisfacción de los clientes, a elevar el nivel de ventas y las utilidades para los accionistas".

## **JUSTIFICACION E IMPORTANCIA**

En los últimos años muchos países han centrado su atención en la industria del turismo por su crecimiento y la generación de empleos que esta propiciando.

El caso del Ecuador no es la excepción puesto que el turismo se ubicó como tercera fuente de ingresos entre los rubros de comercio exterior en el año 2004, y se está proyectando ser la número uno en el año 2010.

El Ecuador por ser un país que está entre los diecisiete países con mayor biodiversidad del planeta, debido a que en su territorio se encuentran gran variedad de regiones naturales como son: costas tropicales, cordilleras montañosas, confluencia de corrientes marinas frías y cálidas.

De las diversas playas que posee la costa ecuatoriana, se ha considerado que la playa Atacames es una de las más atractivas y privilegiada por tener un clima espectacular, que brinda días soleados durante los 365 días del año.

Esta ventaja que ofrece este sector permite albergar turistas nacionales e internacionales que deseen disfrutar momentos únicos de diversión, descanso y esparcimiento.

Por estas razones se ha decidido realizar una Plan Estratégico de Marketing par el Hotel Caída del Sol, en el Cantón Atacames, Provincia de Esmeraldas, mediante el cual se pretende fidelizar la cartera de clientes e incrementar la participación del mercado de servicio hoteleros en esta región.

Actualmente el Hotel Caída del Sol esta atravesando una disminución marginal en su participación de mercado, debido a factores como son: la competencia, entono físico, poder adquisitivo de los posibles clientes, la demanda del servicio, entre otros.

El diseño e implantación del Plan Estratégico de Marketing para el Hotel Caída del Sol nace con el objeto de determinar estrategias claras y sólidas que permitan fidelizar a nuestros clientes actuales y a incrementar la participación del mercado de servicios hoteleros, por tanto mayores ingresos y utilidades para sus accionistas.

La importancia de desarrollar un Plan Estratégico de Marketing para el Hotel Caída del Sol, es porque en la actualidad debido a los rápidos cambios que se producen en el mercado, y la llegada de las nuevas tecnologías, obligan a las empresas en general a realizar una planificación lógica y más estructurada de las diferentes variables del marketing que permitan incrementar la participación del mercado a través del planteamiento de nuevas estrategias que permitan ofrecer un servicio completamente diferenciado de la competencia, con valor agregado que satisfagan las necesidades demandadas por los clientes.

## **OBJETIVOS**

### **○ OBJETIVO GENERAL**



Desarrollar e implementar un Plan Estratégico de Marketing que permita al Hotel Caída del Sol incrementar su participación de mercado, mediante el establecimiento de estrategias del mix de marketing que estén orientadas a aumentar el nivel de satisfacción de los clientes, a elevar el nivel de ventas y las utilidades para los accionistas.

### ○ **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ☞ Realizar un análisis situacional de la empresa en el entorno interno y externo, mediante la aplicación de matrices que reflejen la capacidad actual de servicio de la empresa frente al requerimiento del mercado.
- ☞ Diseñar procesos de segmentación, que permitan definir el mercado meta al cual el Hotel Caída del Sol se debe enfocar y dirigir todo su esfuerzo.
- ☞ Formular estrategias que permitan cumplir con los objetivos de crecimiento y desarrollo de los productos, para lograr su posicionamiento en el mercado y un perfil importante en el sector de servicios hoteleros.
- ☞ Elaborar el plan operativo de marketing, para definir una marco activo del servicio en cuanto a la mezcla de marketing, que encamine al cumplimiento de los requerimientos del mercado.
- ☞ Realizar la evaluación financiera de sus inversiones, estableciendo los recursos necesarios para la ejecución de la propuesta; a fin de evaluar el costo-beneficio de dicho plan.