

TEMA: PLAN DE MARKETING A
SER APLICADO EN EL CENTRO
DE CAPACITACIÓN HOST
SCHOOL DE LA CIUDAD DE
LATACUNGA PROVINCIA DE
COTOPAXI
REALIZADO POR: ANDREA
BRAGANZA ARÁUZ

ESTRUCTURA DE CAPÍTULOS

ASPECTOS GENERALES

**ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA
INSTITUCIÓN**

ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS MATRICIAL

OPCIONES ESTRATÉGICAS



PROPUESTA ESTRATÉGICA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan Estratégico de Marketing para el Centro de Capacitación Host School de la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi que permita identificar las estrategias más adecuadas y sirva como una herramienta en la toma de decisiones, asegurando el desarrollo y posicionamiento en el mercado local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar un análisis situacional del Centro de Capacitación Host School para determinar la situación interna y externa de la Institución.
- ❖ Realizar un estudio de mercado que permita un análisis de la oferta y demanda del servicio de capacitación y formación de Chef's del Centro de Capacitación Host School de la ciudad de Latacunga.
- ❖ Desarrollar Opciones Estratégicas ofensivas, defensivas y de mercado para el Centro de Capacitación Host School de la ciudad de Latacunga.
- ❖ Realizar una Propuesta Estratégica de Promoción y Publicidad para el Centro de Capacitación Host School de la ciudad de Latacunga.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA INSTITUCIÓN

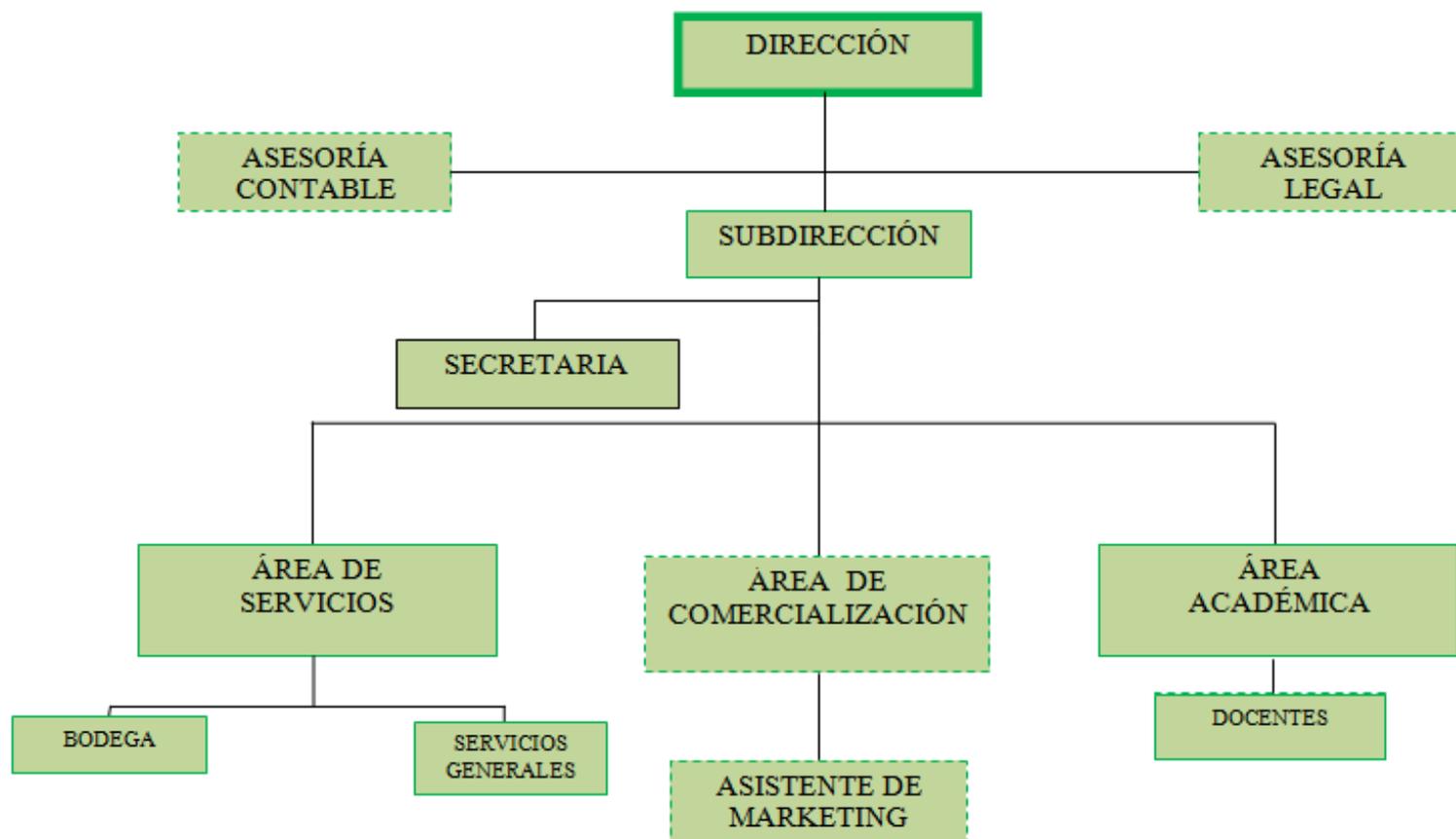
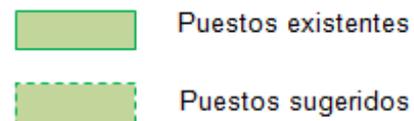
HOST SCHOOL

Es una Institución legamente constituida en el año 2006, realiza sus actividades como persona natural amparado bajo el Código de Comercio, se caracteriza por prestar servicios de capacitación a personas de cualquier edad que deseen capacitarse en el ámbito culinario, brindando conocimientos básicos, técnicos y teóricos formando así CHEFS profesionales en alta cocina nacional e internacional, se encuentra ubicada en el Sector El Niágara de la ciudad de Latacunga, actualmente se encuentra bajo la dirección de su propietario y fundador el CHEF Jorge Salas.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

"HOST SCHOOL"

Organigrama Estructural



CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

ANALISIS DE LA OFERTA ACTUAL

TABLA 3.1 NÚMERO DE ESTUDIANTES 2006-2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
MATRICULADOS	50	35	50	40	40	30
TOTAL	50	35	50	40	40	30

PROYECCION ESTUDIANTES 2012-2016

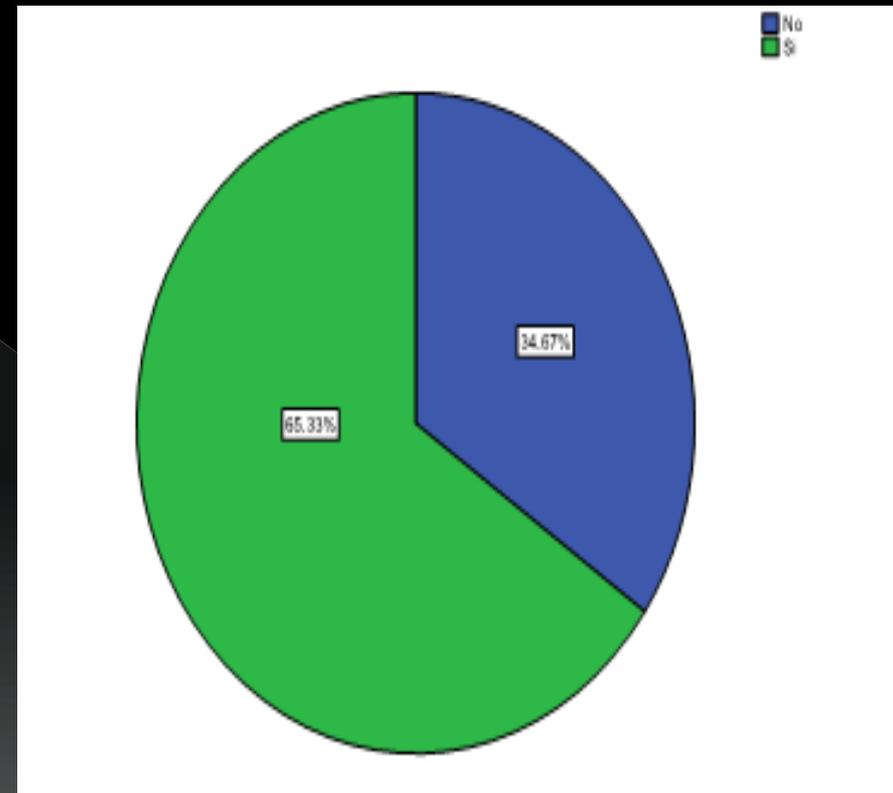
TABLA 3.3 PROYECCIÓN DE ESTUDIANTES 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
MATRICULADOS	31	29	26	23	20
TOTAL	31	29	26	23	20

¿Ha escuchado hablar de Host School?

TABLA 3.4 POPULARIDAD DE LA EMPRESA

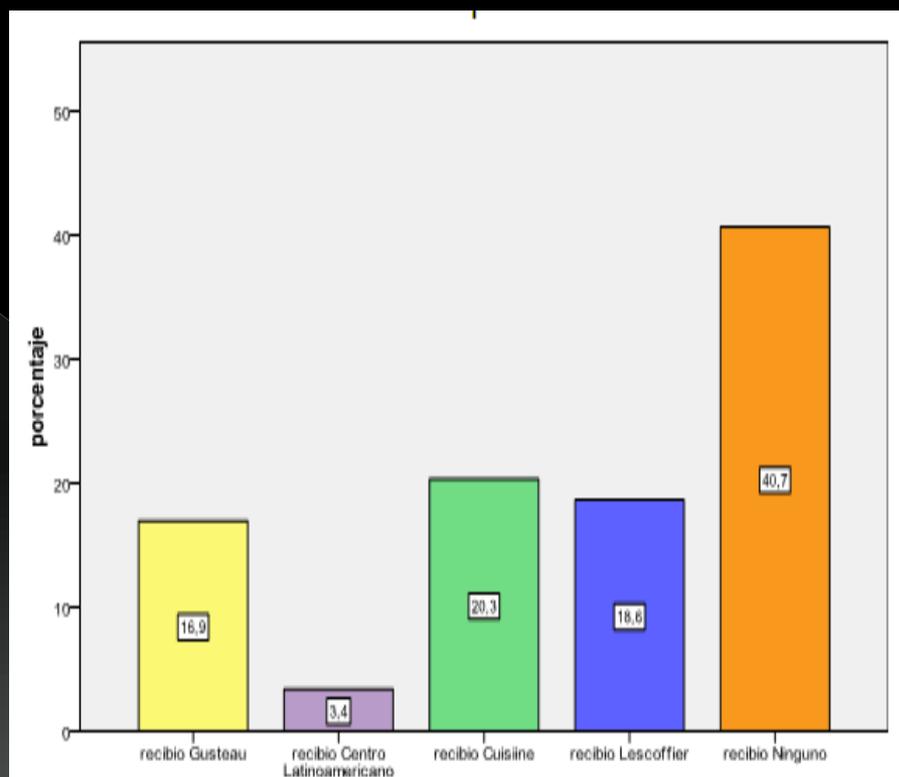
		Porcentaje			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	acumulado
Válidos	No	52	34.7	34.7	34.7
	Si	98	65.3	65.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



¿Ha escuchado hablar sobre estos Centros de Capacitación?

Frecuencias \$preg3^b

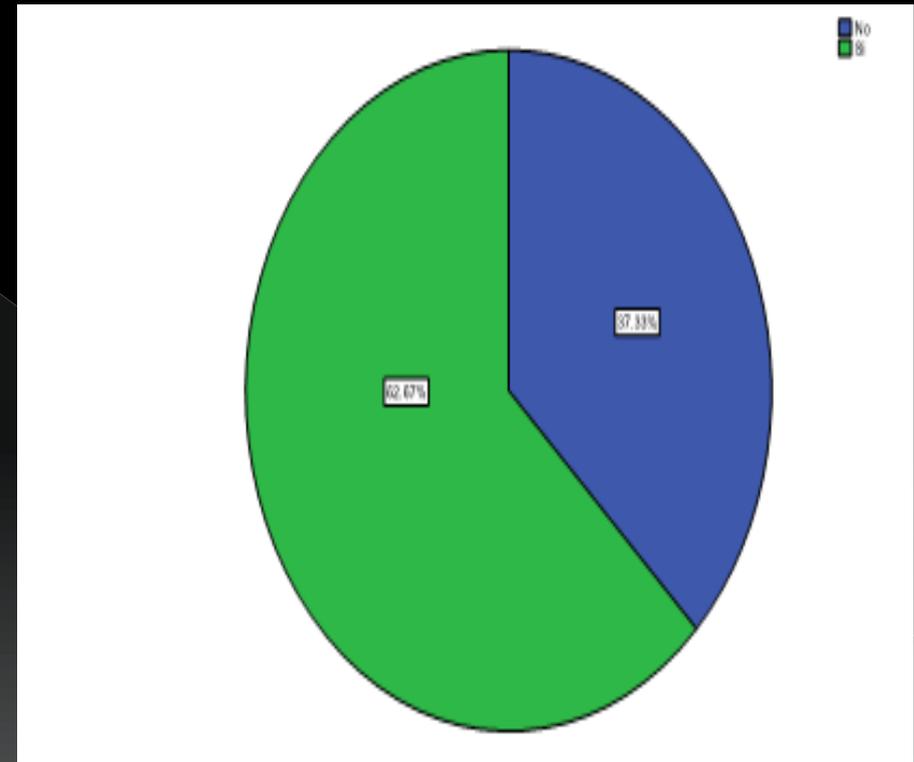
	Respuestas		Porcentaje de casos	
	Nº	Porcentaje		
Gusteau	10	16.9%	21.3%	
Centro Latinoamericano	2	3.4%	4.3%	
Cuisine	12	20.3%	25.5%	
Lescoffier	11	18.6%	23.4%	
Ninguno	24	40.7%	51.1%	
Total		59	100.0%	125.5%



Es de su interés seguir un curso de Gastronomía con título reconocido profesionalmente como CHEF

TABLA 3.7 Interés del Público

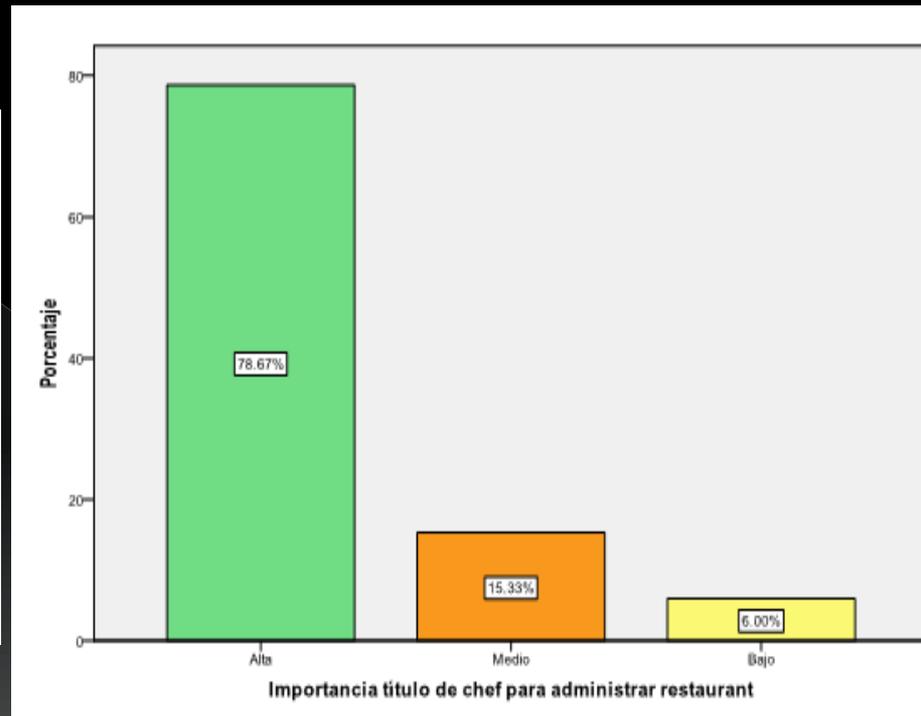
		Porcentaje			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido acumulado	
Válidos	No	56	37.3	37.3	37.3
	Si	94	62.7	62.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	



Califique la importancia de obtener un título de CHEF para administrar un restaurante o afines

TABLA 3.8 Importancia Título de CHEF

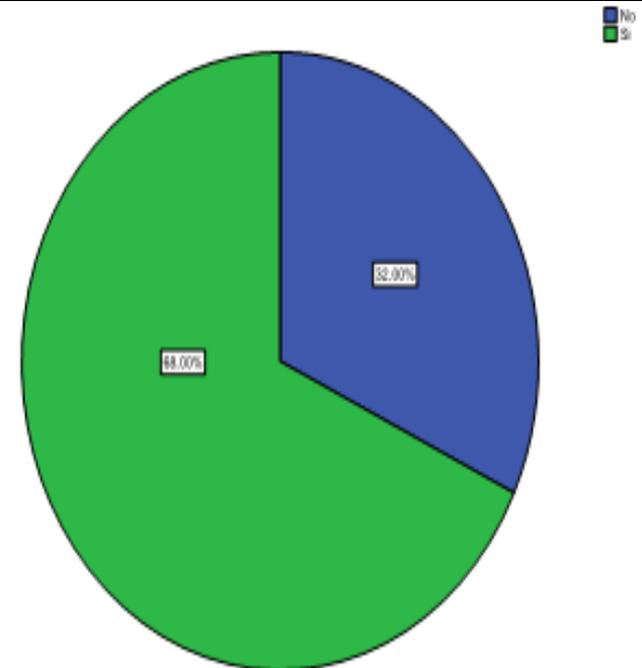
				Porcentaje	
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido acumulado	
Válidos	Alta	118	78.7	78.7	78.7
	Medio	23	15.3	15.3	94.0
	Bajo	9	6.0	6.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



Es de su interés recibir cursos de cocina rápidos

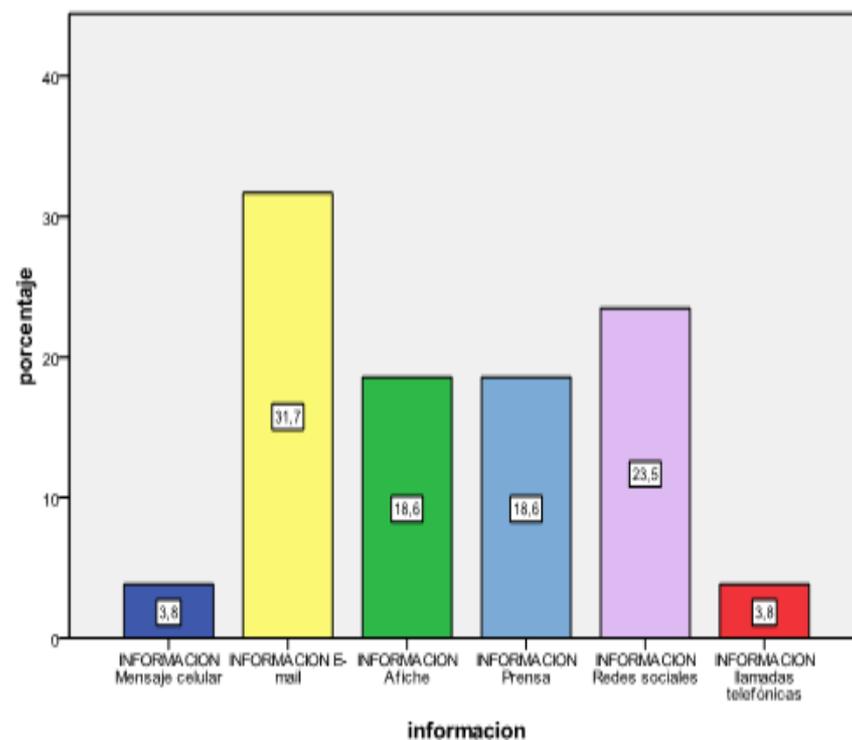
TABLA 3.15 Interés cursos de cocina rápidos

		Porcentaje			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido acumulado	
Válidos	No	48	32.0	32.0	32.0
	Si	102	68.0	68.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



¿Porque medios le gustaría recibir información sobre Host School?

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
INFORMACION	Mensaje celular	7	3.8%	4.8%
	E-mail	58	31.7%	40.0%
	Afiche	34	18.6%	23.4%
	Prensa	34	18.6%	23.4%
	Redes sociales	43	23.5%	29.7%
	llamadas telefónicas	7	3.8%	4.8%
Total		183	100.0%	126.2%



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS MATRICIAL

Fortalezas

- ❖ Docentes titulados en los mejores Institutos de Gastronomía del país y con experiencia laboral.
- ❖ Infraestructura adecuada para la enseñanza.
- ❖ Horarios Flexibles.
- ❖ Títulos reconocidos por el Ministerio de Educación.
- ❖ Laboratorios adecuados para el aprendizaje.
- ❖ Afiliado a la Academia Culinaria del Ecuador, Asociación de CHEFS del Ecuador y la Foro Panamericano de las Asociaciones Culinarias Profesionales.
- ❖ Es una Institución reconocida en la ciudad de Latacunga.
- ❖ Pensum de estudio académico actualizado
- ❖ Capacitación constante de los docentes.
- ❖ Equipamiento de última tecnología de acuerdo a exigencias.

Debilidades

- ❖ Carencia de un área de marketing para realizar la promoción de la Escuela.
- ❖ Inexistencia de una estructura organizacional definida.
- ❖ El local de la Escuela no es propio.
- ❖ Limitada promoción de los servicios que oferta Host School.
- ❖ Poca comunicación entre el personal de Host School, para realizar planificaciones de giras o seminarios.
- ❖ Carencia de un Plan de Marketing para la Institución
- ❖ No poseen estrategias para presentar su oferta académica y servicios a los consumidores.
- ❖ Página web desactualizada
- ❖ Limitados estudios de mercado para analizar las variaciones del mercado.

Oportunidades

- ❖ Crecimiento Población
- ❖ Nuevas tendencias culinarias.
- ❖ Crecimiento de preferencias por la cocina internacional.
- ❖ Requerimientos de convenios con cadenas hoteleras.
- ❖ Ecuador cuenta con una gama amplia de alimentos y gastronomía por su variedad de climas.
- ❖ Oportunidades laborales a nivel nacional e internacional
- ❖ La gastronomía nacional e internacional es deliciosa y muy variada lo cual nos abre muchas puertas en el mundo.
- ❖ El Ministerio de Educación otorga los permisos necesarios para el funcionamiento de Escuelas de Chefs y afines.
- ❖ El Marketing es una herramienta fundamental para posicionar estratégicamente a la Empresa.
- ❖ Estabilidad económica.
- ❖ Las redes sociales se han convertido en piezas fundamentales para la promoción y publicidad de las empresas.

Amenazas

- ❖ La creación de nuevas Escuelas de CHEFS en la ciudad de Latacunga.
- ❖ Creación de nuevas Carreras afines en Instituciones dentro de la ciudad.
- ❖ Inseguridad
- ❖ Riesgos Naturales
- ❖ Nuevas ordenanzas municipales.

ESTRATEGIAS FO

- ❖ Realizar gestiones para firmar convenios para que los estudiantes realicen pasantías en las mejores cadenas hoteleras en el país, siendo esta también una oportunidad laboral.
- ❖ Realizar alianzas estratégicas con otras Escuelas afines para un intercambio de experiencias y conocimientos por parte de los estudiantes.
- ❖ Difundir que los títulos entregados por Host School son reconocidos por el Ministerio de Educación.
- ❖ Realizar un plan de capacitación anual dirigido a docentes.
- ❖ Contratar personal docente capacitado para el área de coctelería.
- ❖ Asignar anualmente una cantidad de dinero para la compra de un edificio propio.

ESTRATEGIAS DO

- ❖ Realizar cada año un Plan de Marketing de modo que se monitoree el comportamiento de los consumidores y la competencia, estableciendo estrategias.
- ❖ Actualización de la página web de la Escuela, y su diseño creando opciones para interactuar con los visitantes en los sitios.
- ❖ Crear un área de marketing o contratar personas que se encarguen de toda la imagen y publicidad de la Institución.
- ❖ Mejorar la comunicación entre directivos, personal y estudiantes para que puedan coordinarse de mejor forma la asistencia a capacitaciones y seminarios.
- ❖ Realizar un Plan de Imagen Corporativa para renovar la imagen institucional con nuevas tendencias.

ESTRATEGIAS FA

- ❖ Realizar periódicamente investigaciones de mercado.
- ❖ Tomar medidas en caso de que se creen nuevas Carreras afines a la Gastronomía que actúen como productos sustitutos.
- ❖ Crear un Plan de contingencia en caso de eventuales emergencias.

ESTRATEGIAS DA

- ❖ Realizar un Plan de promoción y difusión agresiva a través de los medios de comunicación.
- ❖ Colocar un buzón de sugerencias dentro de la Escuela de manera que se puedan receptor quejas y sugerencias.

MATRIZ BOSTON BCG

MATRIZ CRECIMIENTO/PARTICIPACION HOST SCHOOL



CAPÍTULO V Y VI
OPCIONES ESTRATÉGICAS
PROPUESTA ESTRATÉGICA

VARIABLES DE MARKETING	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES	RESPONSABLES	FECHA
PRODUCTO / SERVICIOS	Lograr un diferenciación competitiva de Host School	Implementar características innovadoras en los servicios que ofrece Host School.	<p>*Entregar a los estudiantes cancelas para guardar sus pertenencias mientras reciben clases y de igual forma guardar sus utensilios y menaje.</p> <p>*Los laboratorios estarán debidamente arreglados, acondicionados y limpios cada día para que los estudiantes reciban satisfactoriamente cada día sus clases.</p>	Espacios de Host School	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012
	Promover a Host School como una institución reconocida por el Ministerio de Educación que garantiza títulos abalizados por el mismo.	Ampliar el horizonte de cursos sobre nuevas gastronomías cuyos certificados sean abalizados.	<p>*Se entregará uniformes adecuados y de la mejor calidad para que los estudiantes realicen con eficiencia sus prácticas culinarias.</p> <p>*Se pondrá a consideración un pequeño <u>snack bar</u> para que los estudiantes puedan adquirir bebidas, <u>snacks</u> o tiempo aire de telefonía celular y servicio de copiadora.</p> <p>*Servicio de venta o préstamo de menaje entregado por la bodega a crédito para los estudiantes.</p> <p>*Dar a conocer por medio de folletos la importancia de la gastronomía nacional e internacional y ofertar cursos temporales para estudiantes de Host School y público en general.</p>	Espacios de Comercialización	Asistente de Marketing	Julio 2012

VARIABLES DE MARKETING	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES	RESPONSABLES	FECHA
PRECIO	Mantener el precio justo, monitoreando anualmente con respecto a la competencia	Mantener el precio de la pensión mensual \$50 <u>usd</u> , ya que es una ventaja con relación a la competencia que tiene costos más caros.	<p>* Establecer las temporadas bajas donde no existen muchos estudiantes de modo que se puedan ofrecer promociones y precios especiales.</p> <p>*Programar ofertas especiales a los estudiantes</p> <p>Ofrecer tiempos de pago más amplios (crédito directo) a los estudiantes interesados en estudiar en <u>Host School</u>.</p> <p>*Ofrecer formas de pago especiales por medio de tarjetas de crédito o cheques certificados.</p> <p>*Ofrecer incentivos por pronto pago.</p> <p>*Realizar convenio con DINERS CLUB, VISA y MASTERCARD de bancos como Pichincha, <u>Produbanco</u>, <u>Mutualista Pichincha</u>, para que los estudiantes puedan hacer pagos con estas tarjetas.</p>	Dirección, Subdirección, <u>Contabilidad</u>	Director, Subdirector, Auxiliar Contable	Diciembre 2012

VARIABLES DE MARKETING	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	PARTICIPANTES	RESPONSABLES	FECHA
PLAZA/ DISTRIBUCION	Persuadir la decisión de compra del estudiante, aprovechando la ubicación de Host School.	Potenciar la localización estratégica y de fácil acceso a Host School, en razón que se encuentra en un sitio donde no existe tráfico en exceso y los estudiantes pueden acceder por cualquier medio de transporte.	Realizar un análisis de la localización geográfica del cantón Latacunga y la Escuela de Chefs Host School.	Espacio de Comercialización	Asistente de Marketing	Julio – Agosto 2012
	Incrementar el volumen de estudiantes	Implementar canales de comercialización, a fin de que los clientes puedan adquirir los servicios con mayor facilidad y rapidez.	Realizar convenios con Instituciones Públicas y Privadas y sociales que busquen servicios similares a los que ofrece Host School	Dirección, Espacio de Comercialización	Director, Asistente de Marketing	Julio – Agosto 2012
PROMOCIÓN	Fortalecer y dar a conocer la imagen de Host School y sus servicios.	Realizar un modelo de imagen corporativa.	Diseñar un logotipo y slogan para "Host School"	Espacio de Comercialización	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012
		Utilizar herramientas de publicidad, a fin de potenciar la marca y servicios de Host School.	Elaborar material publicitario de los servicios que ofrece "Host School"	Espacio de Comercialización	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012
			Renovar el permiso de uso de la página web de Host School, www.hostschool.com.es	Espacio de Comercialización	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012
			Realizar spots publicitarios en medios televisivos dirigido al mercado meta	Espacio de Comercialización	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012
			Actualizar la cuenta de facebook de Host School, para dar a conocer los servicios que oferta la Escuela	Espacio de Comercialización	Director, Subdirector, Asistente de Marketing	Julio 2012

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Propuesta diseño logotipo



Folleto Parte Frontal y Final

STAFF DE INSTRUCTORES ESCUELA DE CHEFS HOST SCHOOL

CHEF. ANGEL NAVAS - ALTA PASTELERÍA.
EXPERIENCIA 20 AÑOS, CHEF PASTELERO DEL HOTEL HILTON COLÓN - CINCO ESTRELLAS.

CHEF. MARIO ANGULO - COCINA INTERNACIONAL.
EXPERIENCIA 22 AÑOS, SUB CHEF DEL RESTAURANTE TANOSHY
swissôtel QUITO
CINCO ESTRELLAS

CHEF. FRANCISCO SILVA - COCINA ECUATORIANA
EXPERIENCIA 26 AÑOS, MAYOR DOMO DE BUQUES
MATRICULA ALTO A BORDO
CHEF EJECUTIVO DE LA VICEPRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

CHEF. ALEJANDRO PACHECO - SUPERVISOR DE PROCESOS
CHEF SERVICE CATERING LA CASCAIDA

CHEF. PATRICIO ALVAREZ
EXPERIENCIA 25 AÑOS, CHEF CULINARY TRAINER SCHOOL
UNIVERSIDAD UNIANDES

CHEF. SANTIAGO SANDOVAL - CONTROL DE COSTOS Y CÁLCULO CULINARIO.
EXPERIENCIA 5 AÑOS, CHEF CERTIFICADO EN EL ARGENTINA
UNIVERSIDAD TÉCNICA EQUINOCCIAL

CHEF. JORGE SALAS
SUB. CHEF EJECUTIVO CERTIFICADO INTERNACIONAL,
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CHEFS DE COTOPAXI

CHEF. EDISON JEREZ
EXPERIENCIA 5 AÑOS- RESTAURANTE TANOSHY
swissôtel QUITO

CHEF. EFRAIN MÓPOSITA
EXPERIENCIA 15 AÑOS, PANADERO PASTELERO
COCINA INTERNACIONAL

BARTENDER. MAURICIO ROSERO - COCTELERO BAR COW BOYS
EXPERIENCIA 7 AÑOS, CURSOS DE FLEUR

HOST SCHOOL Ltga.

Av. Unidad Nacional y El Copal (A media cuadra de PRODICEREA)

Ofi:(03) 2014127 - Cels. Movil: 083513961 / 083513960

e-mail: hostschool@hotmail.es

LATACUNGA - ECUADOR

La mejor enseñanza gastronómica

UNITE A LOS MEJORES



Contenido del Folleto

Introducción a la Cocina

Objetivo

Preparar al alumno en bases y técnicas culinarias internacionales mediante un método teórico - práctico que asegure el aprendizaje y fortalezca sus conocimientos básicos de gastronomía general.

Primer Nivel

Duración: 6 meses

- Equipos y Menaje
- Métodos de Cocción
- Cortes y Operaciones Básicas
- Técnica de Pastelería
- Conocimientos de Productos Carnícos (Aves, cerdo, res, pescados, mariscos)
- Conocimientos de Productos Vegetales (Verduras, hortalizas, legumbres, hierbas aromáticas, especias, hongos)
- Quesos y Productos Lácteos
- Fondos de Cocina
- Elaboración de Salsas Clásicas (Oscuras, claras, derivadas y emulsionadas)



Cocina Internacional

Objetivo

Descubrir y aprender de una manera práctica el mundo de la cocina internacional, preparando los platos más representativos a nivel mundial de la mano de los mejores Chefs.

Segundo Nivel

Duración: 6 meses

- Cocina Latinoamericana (Mexicana, Colombiana, Peruana, Chilena)
- Cocina Española
- Cocina Francesa
- Cocina Italiana
- Pastelería Francesa
- Licores en la Cocina y Cofetería
- Etiqueta y Protocolo en la gastronomía
- Nutrición y Dietética para Cocineros
- Elaboración y montaje de Menus
- Cervecería



Horarios

Lunes a Viernes
 9H00 a 11H00 a.m.
 3H00 a 5H00 p.m.
 5H00 a 7H00 p.m.
 7H00 a 9H00 p.m.

Sábados

8H30 a.m. a 13H30 p.m.

Ciudades Internacionales y Nacionales

Internacionales:
 Argentina, El Salvador, Chile, Panamá

Nacionales:
 Quito - Hoteles Cinco estrellas
 Guayaquil
 Maná
 Salinas

La
 mejor
 experiencia
 gastronómica





ESCUELA DE CHEF'S "HOST SCHOOL"

La mejor enseñanza gastronómica



BENEFICIOS:

- ★ BOLSA DE TRABAJOS DE LA ASOCIACIÓN DE CHEF'S DEL ECUADOR
- ★ CURSOS NACIONALES E INTERNACIONALES
- ★ PASANTÍAS HOTELES 5 ESTRELLAS
- ★ GIRAS NACIONALES E INTERNACIONALES.

REPRESENTANTES OFICIALES Y MIEMBROS DE:

- ★ WACS
- ★ NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION
- ★ SLOW FOOD ECUADOR
- ★ CHAINE DES ROTISSEURS
- ★ FORO PANAMERICANO
- ★ ACADEMIA CULINARIA DE LAS AMERICAS

Dir. Av. Unidad Nacional y El Copal diagonal a Prodicereal

**MODALIDAD DE ESTUDIOS
DE LUNES A VIERNES CON HORARIOS DE:
9 A 11 AM - 3 A 5 PM - 5 A 7 PM - 7 A 9 PM**

**INFORMES AL: 032 814-127
Cel. 083 513-961 / 083 513-960**

Páginas Sociales

facebook

Dirección de correo electrónico

andycitamona_0331@hotmail.

No cerrar sesión

Contraseña

|

Entrar

¿Olvidaste tu contraseña?

Regístrate

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conoces.



Información

Publicaciones relacionadas

A
7

personas les gusta esto.

Crear una página

HOST SCHOOL LATACUNGA

Me gusta

Cómo crear una página

Empresa



No se ha proporcionado ninguna información... aún.

Fuente

Las páginas de la comunidad no están afiliadas ni apoyadas por nadie que esté relacionado con el tema.

Páginas de Facebook similares



COTOPAXI TV

24 like this



Radio Hechizo 107.7

62 like this

Metodología y Evaluación

Auditoría de Marketing.- “Es una herramienta de trabajo que permite analizar y evaluar los programas y acciones de una empresa, así como su adecuación al entorno y a la situación del momento, examina todas las áreas de la compañía y averigua las oportunidades y amenazas, indica las áreas de mejora sobre las que actuar para aumentar la rentabilidad de la empresa.

Propósito

Monitorear en forma anual, el cumplimiento de los objetivos planteados por Host School, en el Plan Operativo; a medida que se van aplicando las estrategias definidas, detectando falencias y desviaciones y las consecuencias que esto vaya generando para poder aplicar soluciones y medidas oportunamente.

Responsables

El responsable de realizar este monitoreo y control anual será el ASISTENTE DE MARKETING, que Host School deberá contratar, y la supervisión debe realizarla el DIRECTOR de la Escuela.

Períodos de Evaluación

El período de evaluación y control del Plan de Marketing aplicado en la Escuela de CHEFS Host School será anualmente, mediante un cuestionario donde se analizará:

- ❖ Macroentorno
- ❖ Microentorno
- ❖ Estrategia de Marketing
- ❖ Organización de Marketing
- ❖ Sistema de Marketing
- ❖ Resultados de Marketing

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Como resultado del análisis FODA se ha determinado que las debilidades y amenazas pueden afectar a Host School, haciendo que sus metas no se cumplan en razón que no existe una planificación estratégica ni de marketing, lo cual impide un buen desenvolvimiento de las funciones del personal, el desconocimiento del mercado al cual se dirigen y el decremento de la demanda de los estudiantes.
- ❖ Los servicios de Host School dentro del ciclo de productos se encuentra en la fase de introducción, puesto que algunas personas no conocen los servicios que esta institución oferta.
- ❖ Host School debe centrarse en promocionar sus servicios al mercado meta, actualizando su página web, cuenta de Facebook, ya que son herramientas fundamentales para intercambiar ideas y atraer clientes de forma fácil y no muy costosa.
- ❖ Un Plan Estratégico de Marketing es una herramienta para cualquier empresa que desea moverse a estados futuros deseados cumpliendo objetivos a través de la aplicación de estrategias.

❖ Host School tiene ventajas competitivas con capacidad para ofrecer un buen servicio a un menor precio que el de la competencia, de esta forma atraer la atención de la demanda y obtener buenos resultados.

❖ A través del estudio de mercado se pudo establecer las preferencias del mercado meta, para lo cual la Institución deberá actualizarse constantemente en las nuevas tendencias culinarias tanto en la cocina nacional como internacional.

❖ Las estrategias de marketing se hallan enmarcadas en el plan operativo diseñado para Host School y representan acciones a tomar en cuanto al producto, precio, plaza, promoción de la Institución.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se debe considerar la propuesta estratégica del diseño estructural y funcional de Host School, a fin de analizar los requerimientos y funciones que cumplen actualmente el personal de la Escuela y lo que estos deberían cumplir para el desarrollo de la organización.
- ❖ Host School debe considerar la implementación de un sistema formal de planeación estratégica, que permita a la organización direccionarse hacia el futuro.
- ❖ Para que Host School pueda cumplir con la visión trazada se recomienda tomar acciones en cuanto a la propuesta de valor añadido a los servicios que presta, revisando la posibilidad de ampliar más servicios enmarcados a los deseos y necesidades del cliente objetivo.
- ❖ Se recomienda la actualización de facebook y página que pueda dar a conocer su infraestructura, promociones y servicios que ofrece Host School, las cuales deberán ser actualizadas permanentemente.
- ❖ Se recomienda la contratación de un analista de Marketing para que se encargue de toda la parte publicitaria y promocional de Host School.

Se debe asignar un presupuesto para la capacitación del personal docente de la Escuela, para lograr el desempeño acertado de funciones por ende eficacia y eficiencia en la prestación de servicios.

Se recomienda colocar un buzón de sugerencias dentro de Host School para conocer las necesidades de los clientes.

Para obtener calidad en el servicio, se recomienda una retroalimentación a través del buzón de sugerencias dirigidas a los clientes para saber sus necesidades y si el servicio actual cumple con sus expectativas.

Se deberá cumplir y actualizar el Plan Estratégico y de Marketing de acuerdo a los cambios que se presenten en el medio, a fin de diseñar o acoplar nuevas estrategias que conlleven al cumplimiento de objetivos y por ende su elevación, y realizar un control anual del cumplimiento del Plan de Marketing por medio de una auditoría.