

CAPITULO VI

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

6.2 RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Actualmente la industria hotelera en nuestro país tiene grandes proyecciones de crecimiento, lo cual constituye una gran oportunidad para el Hotel "Caída del Sol" ya que contará con una fuerte demanda en el sector.
- Los clientes internos del EL Hotel Caída del Sol no tienen un pleno conocimiento de la cultura corporativa, esto se debe principalmente a que no se cuenta con un documento formal en donde se haya estipulado toda su filosofía y se haya dado a conocer a todo el personal; lo que ha causado que los colaboradores no se involucren con todo lo relacionado con la entidad, por ejemplo no conocen si los principios y valores, como se encuentra organizado estructuralmente, si se cuenta con un manual estructural y funcional o si se tiene procesos documentados correctamente.
- La investigación de mercados dio como resultado que los clientes requieren de servicios con mayor valor agregado para hospedarse en el hotel "Caída del Sol"; los principales factores que determinan la compra son el precio y la calidad del servicio que se les brinde, esto involucra a seguridad, limpieza y servicios adicionales que se les ofrezca.
- El Hotel actualmente carece de estrategias de mercado que le permitirán alcanzar mejores resultados en cuanto a satisfacción de clientes, posicionamiento de la marca en el mercado y la obtención de mayores ingresos.
- En la evaluación financiera se determinó que la inversión realizada para la ejecución del plan, generará ingresos suficientes para recuperarla e incrementar la rentabilidad del hotel.

- Del análisis interno se destaca el conocimiento del giro del negocio, además de contar con considerables utilidades que han permitido mantener buenas instalaciones, lo cual se traslada a la prestación de un servicio adecuado para los clientes.
- La mayor debilidad del hotel, es la falta de satisfacción de los clientes, lo cual puede ocasionar la pérdida de clientes, esto se debe principalmente a la carencia de una cultura de servicio al cliente.
- El Direccionamiento Estratégico del hotel posee falencias, ya que no se enfoca al cumplimiento de objetivos reales, medibles y específicos, lo que ocasiona la desorientación del cliente interno.
- De los resultados de la investigación de mercados, se determina que tanto la oferta como demanda crecen con respecto a establecimientos hoteleros en el Cantón Atacames, pero es mucho mayor el crecimiento de la demanda por lo que se genera una demanda insatisfecha que debe ser atendida.

6.2 RECOMENDACIONES

- Aprovechar las oportunidades existentes en el mercado, direccionando los esfuerzos del hotel en ofrecer nuevos servicios con gran valor agregado para los diversos tipos de clientes.
- Ampliar su portafolio de servicios que ofrece actualmente con la finalidad de satisfacer la demanda de nuevos nichos de mercado.
- Difundir la cultura corporativa planteada a todos los colaboradores del Hotel, para que tengan un pleno conocimiento de la misión y visión del

mismo; esto permitirá que ellos se comprometan y direccionen sus esfuerzos en alcanzar los objetivos planteados.

- Realizar investigaciones de mercados o sondeos, que permitan determinar las cambiantes necesidades de clientes, así como las acciones realizadas por la competencia, de tal manera que se pueda tomar las decisiones oportunas.
- Es importante implementar el plan estratégico de marketing, debido a que determina los caminos a seguir para incrementar la cuota de participación del mercado, eliminando las falencias y que permitirá incrementar las utilidades.
- Aprovechar los recursos que genera el hotel para continuamente realizar mejoras en las instalaciones, lo que permitirá brindar un servicio más competitivo en relación al mercado.
- Obtener la calidad en el servicio mediante una retroalimentación, misma que se puede conseguir con sugerencias de los huéspedes al momento de su salida de la utilización de las instalaciones del Hotel Caída del Sol.
- Promover el servicio por medio de publicidad, como estrategia de promoción de esta manera dar a conocer a los clientes el servicio que ofrece el Hotel Caída del Sol.