



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ  
EXTENSIÓN SUCRE 1016.E01 BAHÍA DE CARÁQUEZ  
CAMPUS “DR. HÉCTOR USCOCOVICH BALDA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ESCUELA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN MENCIÓN  
PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**TEMA:**

**"El uso de la publicidad virtual y su repercusión en la  
afluencia de clientes en el Hotel Patricio's de Bahía de  
Caráquez durante el periodo Abril a Septiembre de 2014"**

**AUTORA:**

**MARIA GABRIELA MENDOZA MERA**

**DIRECTOR:**

**Lcdo. Fernando Vásquez Alvarado**

**BAHÍA DE CARÁQUEZ**

**MANABÍ**

**ECUADOR**

2015

## **CERTIFICACIÓN**

En legal uso de mis funciones y atribuciones, en calidad de Director de Tesis.

### **CERTIFICO:**

Que la presente investigación cumple a satisfacción con los requisitos y protocolos establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y las normas de investigación que ordenan y sugieren la estructura de la misma, por lo que puede ser presentada para su revisión y defensa.

Que el presente trabajo es de propiedad intelectual de los autores de esta tesis, verificando el estricto cumplimiento del proceso de realización, revisión y validación del mismo.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y los fines consiguientes.

Bahía de Caráquez, Junio del 2015.

---

**Lcdo. Fernando Vásconez Alvarado**

**DIRECTOR DE TESIS**

**DOCENTE ULEAM – EXTENSIÓN SUCRE 1016.E01**

**BAHÍA DE CARÁQUEZ**

## **RECONOCIMIENTO DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Las concepciones, opiniones y contenidos generales del presente trabajo de titulación son de exclusividad y responsabilidad de su autora, se han reproducido ideas de trabajos autorizados exclusivamente para refrescar la investigación, sin fines especulativos.

Para constancia firma la autora.

Bahía de Caráquez, 2015-06-23

---

María Gabriela Mendoza Mera

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Previo el cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de  
Grado otorga la calificación de:

-----  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

-----  
CALIFICACIÓN

-----  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

-----  
CALIFICACIÓN

-----  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

-----  
CALIFICACIÓN

-----  
S. E. Ana Isabel Zambrano Loor  
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

## **DEDICATORIA**

Este trabajo es la culminación de uno de mis éxitos, la satisfacción y alegría de haber cumplido una de mis metas, por ello se lo dedico a quien a pesar de mis errores, equivocaciones y malas decisiones estuvo ahí, mi Madre.

**Gabriela Mendoza Mera**

## **AGRADECIMIENTO**

Infinitamente a Dios.

A quienes han sido pilar fundamental y han participado en mi formación educativa, mis maestros; a mi guía en esta etapa, mi Director de Tesis.

A mi madre, mi familia, mis amigos y a todos quienes apoyaron el proceso investigativo para lograr terminar el presente trabajo.

Mi gratitud eterna.

**Gabriela Mendoza Mera**

## RESUMEN

Ante la necesidad de que existan nuevas alternativas de hospedaje, surge la idea de plantear un nuevo proyecto que genere alternativas de desarrollo socioeconómico en el sector, logrando de esta manera el progreso de la zona 4, ya culminada la obra nacen más inquietudes: **cómo hacer** ¿obtener clientes de todo el mundo?, ¿llegar a ellos de forma rápida?, ¿darles a conocer los servicios que se ofrece? motivo por el cual se ejecuta la investigación proyecto de estudio, cuyo objetivo principal es investigar la repercusión y el uso de la publicidad virtual en la afluencia de clientes en el Hotel Patricio's de Bahía de Caráquez.

Propuesta que hace un análisis situacional del medio que se utiliza para llegar al cliente, en este caso: la publicidad virtual, en el que se evidenció la falta de recursos y herramientas para ejecutar a satisfacción la publicidad que se tiene que proyectar.

Mediante la utilización del método estadístico se conocieron porcentajes de las principales necesidades que en un 60% detallan la falta de herramientas, conocimientos y destrezas para ejecutar la publicidad virtual y con ello la distribución de la misma a través de la red.

La implementación de un plan de publicidad y la adquisición de herramientas digitales permite mejorar la repercusión que la publicidad pueda tener, se concluye estableciendo que la ejecución de lo antes mencionado mejorará la calidad de la publicidad virtual y con ello la afluencia de clientes.

Se recomienda proyectar a Hotel Patricio's a la comunidad virtual que es grande y diversa.

# ÍNDICE

## Contenido

CERTIFICACIÓN .....	i
RECONOCIMIENTO DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	i
ÍNDICE.....	i
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	5
1.1.-ANÁLISIS HISTÓRICO DEL OBJETO Y CAMPO DE INVESTIGACIÓN. ....	5
1.2.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
1.2.1.-LA PUBLICIDAD .....	6
1.2.2 Publicidad Virtual.....	7
1.2.2.2.-Estrategia de marketing online para hoteles .....	9
Paso 1. Desarrollo de una web .....	9
Paso 2. Firma de mails .....	10
Paso 3. Redes Sociales. ....	10
Paso 4. Consideración de otras herramientas y técnicas de marketing digital .....	10
1.2.3 Ventajas y Desventajas de la publicidad en internet .....	11
1.2.4.-AFLUENCIA DE CLIENTES .....	12
1.2.5.- Hotel Patricio´s. Entrevistas.....	13
1.2.6.- Resultado de la afluencia de clientes en Hotel Patricio´s mediante el uso de la publicidad virtual.....	14
CAPÍTULO II .....	15
2. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO .....	15
2.1.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS GERENTES DE HOTEL PATRICIO´S” .....	15

2.2.-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE HOTEL PATRICIO´S” .....	18
2.3.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DE HOTEL PATRICIO´S” .....	22
2.4.- ANÁLISIS GLOBAL DE TRABAJO DE CAMPO .....	24
CAPÍTULO III .....	26
3.1.- TEMA DE LA PROPUESTA .....	26
3.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	26
3.3.- JUSTIFICACIÓN. ....	26
3.4- COMPETENCIAS A DESARROLLAR.....	27
3.4.1.- GENERALES.....	27
3.4.2.- ESPECIFICAS.....	27
3.4.3.- METODOLOGÍA.....	28
3.4.4.- RECURSOS.....	28
MATERIALES .....	28
TALENTO HUMANO.....	28
PRESUPUESTO .....	29
3.5.- CONTENIDOS DE LA PROPUESTA .....	29
CONCLUSIONES.....	31
RECOMENDACIONES .....	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
ANEXOS .....	34
ESTADÍSTICA: ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DEL HOTEL PATRICIO´S.....	42
ESTADÍSTICA: ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DEL HOTEL PATRICIO´S.....	48
Fotos .....	52

## INTRODUCCIÓN

La investigación realizada referente al uso de la publicidad virtual y su repercusión en la afluencia de clientes en el Hotel Patricio's de Bahía de Caráquez durante el período Abril a Septiembre de 2014, ayudará a sus propietarios fortalecer y mejorar los métodos, elementos, el medio y las herramientas para la publicidad que hasta el momento se ha utilizado.

Hotel Patricio's está ubicado en las calles Salinas y Arenas, desde su inauguración (7 de abril 2014) ha utilizado la publicidad virtual continúa para adquirir clientes, ya que busca penetrar en un mercado nacional o mundial, por ello la mejor opción según su Gerente es este tipo de medio.

La variable dependiente habla de la publicidad virtual que en este tiempo es atractiva y diversa, ya que es diferente a la tradicional o convencional que a diario se ve en los medios de comunicación, utiliza una comunidad virtual, medios digitales y al internet como apoyo, además de generar un interés en especial en los seres humanos que hacen uso de ellos ya que crean marcas definidas que son recordadas por los clientes, tienen bajo costo, mayor acceso y rapidez para ser distribuidos, de forma que podemos llegar a nuestro público objetivo de una manera bastante interesante e importante.

El hecho de que la variable independiente habla de la repercusión en la afluencia de clientes de un hotel específico se procedió a investigar si la marca está siendo percibida por el cliente, si en realidad se está generando el prestigio, afinidad y calidad en la publicidad que se distribuye por la red, lo que fue decisivo para iniciar la investigación.

El trabajo objeto de investigación contribuyó a instaurar nuevas técnicas que permita al usuario y futuro cliente conocer de cerca al hotel y los

servicios que brinda proponiendo desde la creatividad, dinámica y amplitud algo novedoso que enganche al consumidor.

En la actualidad el mundo que nos rodea está lleno de tecnología que la sociedad utiliza como herramienta o estrategia para obtener una comunicación que construya una relación directa y específica con los clientes de forma que se identifique, se comprenda y se satisfaga sus necesidades.

Una buena campaña publicitaria permitirá a Hotel Patricio's centrar su atención en el cliente para interactuar efectivamente con él, destacando que la publicidad virtual al ser tan masiva y constante logra interés, siempre y cuando el anuncio sea interesante, sencillo y directo.

De la investigación realizada se desprende la bibliografía existente en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, que ayudó a profundizar los fundamentos teóricos, con variables distintas, pero que aportó con información de Hotel Patricio's, tesis realizada en el año 2012 por el Ing. José Eduardo Zambrano Quijije y cuyo tema es el estudio de la inversión hotelera que llega a Bahía de Caráquez y su incidencia en la capacidad de generación de empleos.

Otro de los elementos bibliográficos que fundamentan el proyecto es lo que expresa Marlo Salvatierra, (2013) quien expone "que una campaña de publicidad dirigida por internet puede ahorrar tiempo y dinero; tiempo: por su inmediatez al llegar a sus clientes y los servicios pueden ser publicitados las 24 horas del día; dinero: ya que debido a los costos resulta conveniente ejecutar una publicidad de tal magnitud llegando a un ritmo sin precedentes al mercado en general".

De la entrevista realizada a una de la fuente de investigación se pudo conocer que la "empresa ha tenido resultados positivos con este tipo de

publicidad, ya que la afluencia de los clientes se ha visto reflejada en los ingresos de la empresa, pero no es, lo que se esperaba". Elisa Mora (2014), Gerente Administrativa del hotel.

De igual forma desde el punto de vista de la formación personal y de la interacción social según Ariela Caruso: "sobre qué medio es más efectivo, depende mucho de lo que se promoció, de la empresa, del target y del presupuesto que se tenga".

Los resultados del trabajo de investigación se forjan en la necesidad urgente de llegar al futuro cliente con la elaboración de una verdadera publicidad virtual con herramientas modernas, claras y precisas.

El objetivo planteado fue investigar la repercusión y el uso de la publicidad virtual en la afluencia de clientes en el Hotel Patricio's de Bahía de Caráquez durante el período Abril a Septiembre de 2014.

Ante esta realidad se planteó la hipótesis ¿La publicidad virtual repercutirá y tendrá un uso correcto en la afluencia de clientes en el Hotel Patricio's de la ciudad de Bahía de Caráquez?

El trabajo investigativo fue favorable ya que mediante la apreciación de la estadística al comparar datos de los clientes que han visitado el hotel durante el periodo establecido se llega a instaurar los problemas, necesidades y soluciones que tiene la empresa para llegar correctamente a ellos.

La indagación fue dirigida a constatar si los recursos y herramientas que utiliza Hotel Patricio's en la elaboración de la publicidad les permite a los clientes adquirir una correcta información y así tener una mejor interacción en su entorno.

Es favorable el gran interés que tienen quienes dirigen esta empresa que a más de aportar con una ciudad, generar fuentes de trabajos, atrae turistas... pero indiscutiblemente que hay que mejorar la publicidad virtual, empleando técnicas nuevas y personal capacitado en el tema.

Las variables que se manejaron indagaron en el hecho de la publicidad virtual: técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, su creación y distribución; además de la repercusión de afluencia de clientes en el Hotel Patricio's: período, cuantos, ingresos y su percepción de la información que recibieron de la publicidad.

Brindando una propuesta favorable al mercado virtual mediante el desarrollo de varias publicidades que puedan ser utilizadas por el Gerente para que sean distribuidas diariamente a los clientes locales, nacionales e internacionales.

En el trabajo investigativo se manejó la observación directa y de campo, la encuesta, la entrevista y gráficos estadísticos de manera que se pudo tener una percepción más clara de lo desarrollado. La población objeto de estudio fueron los clientes, los empleados y los Gerentes del Hotel Patricio's, de lo que se tomó una muestra de 40 clientes, 8 empleados y 2 Gerentes de Hotel.

# CAPÍTULO I

## 1.1.-ANÁLISIS HISTÓRICO DEL OBJETO Y CAMPO DE INVESTIGACIÓN.

El siglo XXI genera una revolución de conocimiento, comunicación, facilidad y tendencia en los medios que se debe utilizar para dar a conocer información, toda empresa en la actualidad debe ir de la mano con la tecnología ya que los desafíos son enormes ante la sociedad.

Es por esta situación que se replanteó uno de los grandes problemas que se vive en el mercado hotelero, como dar a conocer los servicios que se brinda, Hotel Patricio's ha apostado por la publicidad virtual que hasta el momento sí ha repercutido en la afluencia de clientes. El personal que está encargado de la elaboración de la publicidad no está empleando diseños correctos que genere la expectativa que se esperaba.

Por tal razón es necesario cambiar el estilo y las herramientas utilizadas donde la producción es nada creativa y poco productiva, hoy esta realidad no tiene espacio en el mundo moderno y en la sociedad que a diario vive cambios tecnológicos.

El cambiar la producción y diseño, el capacitar a la persona encargada de la publicidad, es mirar al futuro, tener presencia virtual es una opción que en el mercado a nivel mundial es importante, a ello se unen las estrategias que se puedan aplicar para llegar a cientos de miles de clientes.

Una verdadera publicidad virtual será un anuncio de respuesta directa, donde Hotel Patricio's a puertas abiertas podrá darse a conocer y los

clientes conocer de forma virtual los servicios e infraestructura de la empresa, que le ayudará a forjar una relación comunicativa y publicitaria.

## **1.2.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.2.1.-LA PUBLICIDAD**

La publicidad es una forma de comunicación. En la actualidad todos en general habremos visto, escuchado o recibido alguna publicidad, anuncio que favorece para que adquiramos servicios y bienes de forma rápida e inmediata. Parte de la historia establece que a principios del siglo XX, las agencias de publicidad cumplen un rol más específico y son más exigentes, es así como la creatividad comienza a ser un factor importante a la hora de elaborar un anuncio.

Al usar texto, imágenes, colores, sonido, movimientos estamos formando características propias de una publicidad en donde se debe tratar de llamar la atención, dar un mensaje, crear una marca, persuadir al cliente a que compre o adquiera un servicio determinado.

Son tantos los conceptos de publicidad que se podrá encontrar, pero haciendo énfasis en lo que se busca, los autores (Kotler & Armstrong), definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado"

Ya en el siglo XXI se habla mucho más que de una publicidad tradicional, se induce a una publicidad que llega más allá de lo común, utilizando tecnología vanguardista globalizada, esta publicidad ha revolucionado agencias, empresas y ha despertado la creatividad de quienes se dedican a esta actividad.

Los cambios se dan a diario, y los seres humanos evolucionan acorde a lo nuevo, las tendencias, lo moderno, por ello se menciona de publicidad virtual, la publicidad que llega por internet a una gran cantidad de personas rápidamente y contiene elementos que a simple vista pueda captar la atención del futuro cliente con tan solo un click.

Pero, ¿a quienes les interesa este tipo de publicidad? ¿A quiénes les llegará la misma?, ¿cómo entrar al mercado de internet?

Antes que nada se debe saber a qué público llegaremos para reorientar y optimizar estrategias.

La publicidad en general atrapa, siempre que esté bien elaborada y establecida.

### **1.2.2 Publicidad Virtual**

Según la revista TELOS (Pérez Ruiz, 2009) “el concepto de publicidad virtual se asimila, en cierto modo, al de sobreimpresión. Consiste en incrustar o sobreponer una información en un lugar que no tiene en la realidad. Aprovechando los recursos tecnológicos, se llevan a cabo este tipo de superposiciones. Su aparición no molesta ni interrumpe el desarrollo normal de las cosas, es sorprendente”.

Lo nuevo sorprende, impacta y llega a crear una marca en quienes observan, leen y escuchan la publicidad virtual, siempre y cuando se la elabore de una forma adecuada, correcta e interesante.

La publicidad se utiliza para dar a conocer algún producto o servicio, se debe agregar que toda empresa busca el medio, los recursos y los materiales más económicos para poder invertir. En este caso la imaginación, la afinidad, la interacción, la innovación y el poco gasto de distribución de la misma la hacen más atractiva.

En este caso se aplica el internet como medio para hacer más rápida la entrega o distribución de la publicidad, pero se debe crear un dialogo con los clientes para elaborar informes sobre el posicionamiento y revisión de datos de tráfico obteniendo recomendaciones y garantizar constantes mejoras.

### **1.2.2.1 Elementos Publicitarios que se emplean en una Campaña de Publicidad en Internet**

La publicidad necesita de elementos para emprender un verdadero trabajo, la responsabilidad de escoger el que más favorecerá a la campaña será de elección de quien esté a cargo de la empresa o publicista, entre los más destacados según (Thompson, 2006) encontramos:

“Banners: Son imágenes rectangulares, ya sea horizontales o verticales, en formato **JointPhotographicExpertsGroup** (JPG) o **GraphicsInterchangeFormat**GIF (para banners estáticos) y en Gif Animado o Flash (para banners animados).

Texto: Por lo general, es una frase escrita que incluyen un link o enlace hacia una determinada página del sitio web que se desea dar a conocer.

Pop Ups y Pop Unders: Son pequeñas ventanas que se abren al momento de ingresar a una página web (pop up) o al salir de ella (pop under) y que sirven para colocar anuncios”.

Lo detallado anteriormente son algunos de los elementos que se pueden aplicar a la hora de la elaboración de una publicidad ya que son de fácil diseño, de gran utilidad y de resultados eficaces. Todo depende de la creatividad que se imponga, de la realidad virtual que deseamos hacer conocer para incrementar clientes.

Durante el periodo de investigación se observa que al no existir algún profesional para diseñar la publicidad, se están dejando de lado procedimientos relativos y la misma se está ejecutando más bien monótona.

El objetivo principal de la publicidad es hacerla repetitiva, que en este caso será producir la necesidad de visitar al Hotel y adquirir los servicios que ofrece. A pesar de que los gerentes hacen su mejor esfuerzo se necesita de capacitación y de promover una campaña virtual real.

#### **1.2.2.2.-Estrategia de marketing online para hoteles**

Toda empresa necesita crear estrategias que imponga calidad en lo que se desea publicitar. Para hacer que cualquier empresa tenga una presencia online coherente y fuerte se debe seguir los pasos que (Rey, 2011) da a conocer, los que se proponen para que el Hotel Patricio's tome como referencia para incrementar la afluencia de clientes:

##### **Paso 1. Desarrollo de una web**

La web necesariamente debe ser de fácil acceso, de comunicación e información relativamente al hotel, la que tendrá que estar vinculada a las redes sociales de forma que se pueda compartir contenidos.

Todo sitio web debe captar y atraer al cliente de forma presencial, tenerlo informado de promociones y ofertas, e indiscutiblemente obtener comentarios; con ello se obtendrá presencia y posicionamiento en la red, algo que no se puede dejar de lado es crear la versión móvil del sitio para de esa forma ingresar con fuerza al mundo real, virtual y de conexión con tan solo un click.

## **Paso 2. Firma de mails**

Lo primero que se debe lograr es tener nuestra firma mail, es decir, como se va a denominar a la hora de enviar los e-mail de forma que se aproveche de forma correcta y se pueda insertar imágenes

## **Paso 3. Redes Sociales.**

El hotel deberá escoger las redes que mejor convengan siendo imprescindibles Twitter, Facebook e Instagram que son las más utilizadas y con mayor afluencia, lo que sí se debe adquirir es la mayor cantidad de seguidores.

## **Paso 4. Consideración de otras herramientas y técnicas de marketing digital**

Whatsapp: esta aplicación móvil ayudará a enviar la mensajería instantáneamente, lo que ampliará la imagen del hotel, al agregar texto e imagen se irá forjando interés en el futuro cliente. Además fortalece relaciones, ya que la comunicación será bidireccional.

Cabe destacar que cada uno de los pasos anteriormente descritos cumple funciones que favorecerán a quienes lo empleen. Hotel Patricio's desde el 2014 viene funcionando, pero hasta el momento ha empleado o ha considerado el uso de una web para abrir espacio personal en la red de internet.

Su Gerente Elisa Mora considera que el uso de las redes sociales apoya el tema de publicidad, la misma que es manejada por ella.

### 1.2.3 Ventajas y Desventajas de la publicidad en internet

Para armar este apartado nos apoyaremos en el informe de (Salvatierra, 2010) quien expone determinadamente las Ventajas que ofrece la publicidad en internet:

- Ahorra tiempo: Puede ser casi automática al momento de ejecutarse.
- Bajos costos y mayores beneficios: los costos de este tipo de publicidad es casi invisible y los beneficios son mayores, permiten medir respuestas de clientes, tener dialogo directo y producir efectos en la marca de manera inmediata.
- Mayor audiencia: se puede tener miles de clientes de todo el mundo.
- Determinación de Necesidades: es fácil conocer las necesidades de nuestro clientes ya que existe el dialogo directo, de forma que podremos satisfacer lo que ellos buscan.

Las ventajas de la publicidad en internet da la pauta para emprender una campaña dinámica, eficaz y constante, considerando que se invierte poco dinero, se promueva nuevas ideas y si éstas no sirven, no se ha perdido mucho dinero. Los clientes pueden comunicarse fácilmente con la empresa a través del correo electrónico, así que, la comunicación es bidireccional, siendo una forma de respuesta directa.

De igual forma (Salvatierra, 2010) expresa dentro de su informe las desventajas que posee la publicidad en internet detallando las siguientes:

- La publicidad en internet es fácilmente detectada por la competencia: La competencia puede estar fácilmente al tanto de los posibles sitios en donde nos podemos anunciar, estudiando así nuestras campañas y pudiendo superarlas rápidamente.

- Los usuarios de Internet están cansados de la publicidad on line, y por eso la evitan constantemente: Internet está plagado de anuncios publicitarios, al punto de que muchos servicios supuestamente gratis son pagados por los anunciantes, a cambio de que los usuarios vean constantemente banners, pantallas en miniatura, etc. En respuesta a esta situación, los usuarios tratan de bloquear dichas herramientas publicitarias.
- La publicidad en Internet solamente va dirigida a los usuarios de Internet: No todas las personas tienen acceso a internet, ni siquiera todas las que tienen acceso a una computadora. Sin embargo, esto está cambiando.

A pesar de encontrar desventajas en la publicidad virtual que se publica en la red se debe dar apertura a cambios, a través de la innovación tecnológica; indiscutiblemente que los usuarios de Internet cuando están conectados a la red cambian frecuentemente, es decir, los sitios que acostumbran a visitar pueden ser reemplazados fácilmente por otros en sólo semanas, por ello se debe diseñar un sitio con una amplia gama de necesidades de los posibles clientes, de forma que ellos hagan costumbre el revisar el sitio para encontrar ofertas, eventos y más.

#### **1.2.4.-AFLUENCIA DE CLIENTES**

Toda empresa necesita obtener clientes para lograr el éxito deseado, por ello se debe considerar aspectos importantes como conocer quiénes son sus clientes para luego saber dónde buscarlos y proponer a los mismos servicios de calidad más no de cantidad.

La modernidad exige cambios, y sí la empresa investigada genera una página web o una campaña de marketing por email le permitirá llegar gran cantidad de usuarios para que conozcan sus servicios.

Al referirse a clientes se habla de personas que en su diario vivir buscan servicios y por ello pagan algún valor económico.

#### **1.2.5.- Hotel Patricio´s. Entrevistas.**

(Zambrano Quijije, 2010 -2012)En su investigación hace referencia a la inversión hotelera que se realiza en Bahía de Caráquez, tomando en consideración a Hotel Patricio´s que para ese entonces estaba en construcción, en la entrevista efectuada al Gerente General de la empresa, da a conocer las instalaciones y servicios con la que cuenta el hotel en sus 2 torres: 47 habitaciones, agua caliente, aire acondicionado, tv por cable, jacuzzi, baño turco, gimnasio, piscina temperada, internet, salón de eventos, además de parqueo subterráneo.

Elisa Mora, quien ha estado a cargo del hotel desde sus inicios, hace conocer en su entrevista que durante los 3 años de construcción de la obra se estuvo pendiente del tema seguridad, de detalles que por muy pequeños que fueran eran importantes y cuyo objetivo fue el de lograr brindar la mayor comodidad y confort a los clientes.

El 7 de Abril de 2014, se efectuó la inauguración del Hotel que nació de una idea de la familia Mora Lozano y que hoy se hace realidad.

Patricio´s está ubicado en calle Salinas y Arenas, y en el mismo se han hospedados muchos clientes nacionales e internacionales, en Noviembre de 2014 fue huésped del hotel Fanny Lu, reconocida cantante Colombiana.

De todo lo mencionado se destaca el hecho de que la administradora se ha encargado de la publicidad, ya que dentro del personal contratado no cuenta con alguien especializado en el tema.

### **1.2.6.- Resultado de la afluencia de clientes en Hotel Patricio's mediante el uso de la publicidad virtual**

Elisa Mora, como Gerente ha manifestado que la publicidad la maneja personalmente, que utiliza las redes sociales y correo electrónicos para dar a conocer a Patricio's, estas herramientas han sido de gran apoyo para lograr cumplir los objetivos de la empresa.

Las pocas publicaciones que hasta el momento se han efectuado son hechas por ella ya que la empresa no cuenta con personal dentro del área.

Lo que si destaca ella y en definitiva los resultados de las encuestas efectuadas, es que se necesita hacer un cambio a la publicidad que hasta el momento se ha ejecutado, "todo cambio es positivo" manifiesta Mora, mientras sea en beneficio de hotel Patricio's empresa que empieza a crecer y que fue diseñada por el anhelo de una familia Bahieña que cree en su gente.

## CAPÍTULO II

### 2. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CAMPO

#### 2.1.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS GERENTES DE HOTEL PATRICIO'S

##### 1.- ¿Hotel Patricio's utiliza publicidad para darse a conocer?

**INTERPRETACIÓN.-** El 100% que equivale a los 2 gerentes encuestados manifiestan que SI se utiliza publicidad para dar a conocer al hotel

**ANÁLISIS.-** Los gerentes administrativos conocen de la importancia de la publicidad, por ello utilizan esta técnica de comunicación para hacer referencia a los servicios que ofrece el Hotel. Lo que demuestra que quienes administran son personas capacitadas y tienen el interés de querer aportar con sus clientes.

##### 2.- ¿Qué medio utiliza para llegar a los clientes con publicidad?

**INTERPRETACIÓN.-** De la propuesta efectuada los 2 gerentes determinaron que para llegar a los clientes el medio que utilizan es el internet, representando el 100%.

**ANÁLISIS.-** El internet como medio de comunicación es una herramienta de fácil acceso, rapidez y velocidad. Por ello los gerentes han considerado tan solo invertir en este medio que a más de ser factible, cuenta con herramientas necesarias y de importancia para promocionar los servicios y bondades de Patricio's.

### **3.- ¿Cree que la publicidad virtual ha generado afluencia de clientes?**

**INTERPRETACIÓN.-** Un 100% de la muestra estudiada manifiesta que sí ha generado ingreso de clientes ya que es la única que se está utilizando y el hotel Patricio`s es visitado.

**ANÁLISIS.-** Es importante que la herramienta que se ha utilizado como medio de comunicación para impartir la publicidad brinde resultados. Ante la respuesta obtenida es necesario mejorar lo que hasta el momento se ha realizado, ya que la publicidad virtual cumple objetivos amplios.

### **4.- ¿El Hotel tuvo afluencia de clientes durante los meses Abril – Septiembre de 2014?**

**INTERPRETACIÓN.-** La opción SI tuvo como respuesta el 100%. Sin dudarlos los clientes afianzaron la anterior pregunta ya que fueron meses que sí hubo una debida atención.

**ANÁLISIS.-** Los gerentes hasta el momento han manifestado que el medio utilizado ha reflejado resultados beneficiosos, pero en el dialogo con ellos han expuesto su necesidad de adquirir mayor atención o comunicación con la sociedad virtual, es necesario ampliar la cobertura de correos enviados, de adquirir amigos de internet y proponer una publicidad virtual que proporcione una verdadera atención e interés en los futuros clientes.

**5.- ¿En qué mes hubo mayor afluencia de clientes?**

**INTERPRETACIÓN.-**Al describir los meses objetos de investigación los 2 gerentes que representan el 100% de la muestra exponen que durante los meses de Agosto y Septiembre de 2014.

**ANÁLISIS.-** Sí durante los meses de agosto y septiembre el Hotel tuvo mayor acogida fue porque durante este periodo existieron ofertas, además de que uno de los gerentes emprendió una campaña masiva de publicidad por la red y se obtuvo resultado de la publicidad boca a boca, los que ya se habrían hospedado en el hotel invitaron a familiares y amigos visitarlo. Es necesario abrir el mercado, proponer algo novedoso para atraer clientes.

**6.- ¿Cree usted que es necesario cambiar la producción de la publicidad que hasta el momento ha entregado a sus clientes?**

**INTERPRETACIÓN.-**Los dos gerentes que representan el 100% de la muestra exponen que Sí es necesario mejorar la publicidad.

**ANÁLISIS.-** Todo cambio es bueno para la empresa, todo implica el hecho de querer mejorar para brindar calidad demostrando ser una empresa seria. El ejecutar una campaña masiva, con publicidad buena utilizando el medio escogido tendrá el éxito deseado cuando se tiene la predisposición que Hotel Patricio's tiene para darse a conocer, solo es cuestión de ampliar, proponer y abrir el mercado de internet que cuenta

con muchos métodos para hacer eficaz la entrega de la publicidad, capacitando al personal que hasta el momento ha generado la misma.

### **7.- ¿Cuenta con personal profesional para elaborar las publicidades del hotel?**

**INTERPRETACIÓN.-** Los dos gerentes, que significa el 100% manifiestan que NO cuentan con personal profesional capacitado para diseñar o elaborar la publicidad.

**ANÁLISIS.-** Se evidencia que quienes elaboran la publicidad son personas sin conocimientos técnicos en cuanto al tema, es indispensable destacar el profesionalismo que se necesita para elaborar una correcta publicidad, con la finalidad de equiparar información en la red que produzca resultados.

## **2.2.-ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE HOTEL PATRICIO´S”**

### **1.- ¿Conoce Hotel Patricio´s?**

**INTERPRETACIÓN.-** Del total de 40 muestras investigadas, 30 de ellas manifestaron que SI conocen al Hotel, los otros 10 clientes exponen que NO.

**ANÁLISIS.-** Es necesario ampliar la publicidad que ha llegado hasta los clientes de Hotel Patricio´s. Ya que un porcentaje de la muestra estudiada manifiesta que aun No lo conoce, es decir que a esos clientes

no les ha llegado o llamado la atención la información que se ha publicado hasta el momento.

## **2.- ¿Por qué medio se enteró del Hotel?**

**INTERPRETACIÓN.-** El 100% de la población encuestada manifiestan que a través de internet.

**ANÁLISIS.-** Los clientes están convencidos que el medio utilizado para conocer a Hotel Patricio's es el internet, destacar el hecho de que este es un medio de eficacia indaga en la propuesta de ampliar campo, de ejecutar una publicidad verdadera que genere expectativa y provoque interés en el cliente; abrir puertas a una campaña que induzca una reacción de efectos a gran escala, lo que ayudará a mejorar la afluencia de clientes.

## **3.- ¿Cree que la información que llegó a su conocimiento es el necesario para conocer los servicios y bondades que brinda el Hotel?**

**INTERPRETACIÓN.-** 20 clientes que equivale el 50% de los encuestados considera que SI fue suficiente la información recibida, un 25% que es un total de 10 encuestados manifiesta que NO y el otro 25% nunca le ha dado importancia a la información que le ha llegado.

**ANÁLISIS.-** Toda empresa requiere de clientes, y estos a su vez deben tener interés en lo que se le desea proponer. Los resultados proponen un cambio en lo que hasta ahora se ha logrado conseguir y distribuir a través de la red. Se debe producir una publicidad que cumpla con todos los requisitos indispensables para lograr el éxito que se ha estado buscando.

**4.- ¿Será necesario la ejecución de una publicidad que contenga interactividad entre los involucrados?**

**INTERPRETACIÓN.-** Los 40 clientes que equivale al 100% de la muestra manifiestan que la ejecución de una publicidad de tal magnitud SI será un recurso de apoyo.

**ANÁLISIS.-** Al establecer que los clientes creen necesario tener interactividad mediante la publicidad que produzca hotel Patricio's, se puede constatar que los clientes están actualizados. El cambio de método propuesto profundiza la necesidad de llegar al mundo moderno con herramientas de impacto, con elementos de fácil acceso y de interés.

**5.- ¿Cree necesario ampliar los medios para promocionar al Hotel Patricio's?**

**INTERPRETACIÓN.-** 20 clientes que equivale el 50% de los encuestados considera que SI es necesario ampliar los medios, el otro 50 % es decir los otros 20 creen que NO.

**ANÁLISIS.-** El Hotel hasta el momento ha utilizado el internet como medio para dar a conocer a Patricio's, es indispensable exponer que es muy amplio el medio utilizado pero que requiere de mejorar la calidad de la publicidad que se ha distribuido por el medio escogido, ya que debido al costo y a la inmediatez del mismo se puede llegar lejos y obtener el éxito deseado, este factor debe ser analizado, ya que como empresa tiene política que cumplir.

**6.- ¿En qué mes se hospedó en el Hotel?**

**INTERPRETACIÓN.-** 20 clientes que equivale el 50% visitaron a Bahía de Caráquez y se hospedaron en el Hotel en el mes de agosto, un 25% que es un total de 10 encuestado en el mes de septiembre y el otro 25% no conocen aún las instalaciones del hotel ya que aún no han estado hospedados.

**ANÁLISIS.-** Es necesario ampliar la publicidad, para con ello mejorar la afluencia de clientes en el hotel.

## **2.3.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DE HOTEL PATRICIO´S”**

### **1.- ¿Hotel Patricio´s ha tenido visita de clientes durante los meses Abril - Septiembre 2014?**

**INTERPRETACIÓN.-** El 100%, es decir los 8 empleados encuestados manifiestan que SI se recibió clientes durante el periodo establecido.

**ANÁLISIS.-** La comunidad hotelera en su totalidad y desde su inauguración tiene como finalidad obtener clientes. El Hotel Patricio´s no es la excepción por ello el mercado consumidor al que llegan es grande. Como toda empresa: todo cliente es importante, y durante Abril a Septiembre si hubo afluencia de cliente, pero no el esperado.

### **2.- ¿En qué meses hubo mayor afluencia?**

**INTERPRETACIÓN.-** Según los empleados en un 100% establecen que durante los meses de Agosto y Septiembre existió mayor afluencia de clientes.

**ANÁLISIS.-** En este caso habrá que indagar en el hecho del porque hubo mayor afluencia de clientes. Y sí analizamos lo establecido por los gerentes se proyectará a proporcionar información del tema publicitario y ofertas que durante estos meses fueron efectuados. De igual forma en las encuestas a los clientes se examinó el hecho de las visitas y como obtuvieron información del hotel.

**3.- ¿Los clientes han comentado de la publicidad que hasta el momento el hotel ha impartido mediante internet?**

**INTERPRETACIÓN.-** 5 empleados que representan el 62% de la muestra manifiestan que SI y el otro 38% que son 3 empleados revelan que NO.

**ANÁLISIS.-** No todos los clientes hablaron o comentaron con los empleados del hotel sobre la publicidad que recibieron, en este caso se deben considerar factores que los gerentes deben analizar. Es indispensable fomentar un dialogo con todos quienes visitan hotel Patricio's para partir de ahí con respuestas que a futuro apoyen la afluencia de clientes.

Todo comentario es importante y debe ser proyectado a mejorar lo que hasta el momento se ha efectuado satisfaciendo necesidades de los clientes.

**4.- ¿Hotel Patricio's ejecuta publicidad interna cuando ingresan clientes?**

**INTERPRETACIÓN.-** El 100% de la población (empleados ocho) encuestada manifiestan que SI se realiza publicidad.

**ANÁLISIS.-** En toda actividad ejecutada dentro del hotel la publicidad cumple su rol, el proyectar y hacer conocer las instalaciones del Patricio's. hace que la relación con los clientes mejore.

La publicidad es una poderosa herramienta cuyo efecto está relacionado con la respuesta obtenida.

## 2.4.- ANÁLISIS GLOBAL DE TRABAJO DE CAMPO

Luego de haber analizado los resultados del trabajo de campo, se procedió a verificar el objetivo propuesto y cualificar la hipótesis presentada.

Ejecutado el análisis de manera individual el resultado del trabajo de campo y al globalizarlo, se evidenció que la publicidad tiene falencias de fondo y forma, que no a todos los clientes les interesa conocer al hotel, que es necesaria la apertura de un nuevo contexto y ampliar resultados, proponiendo adquirir herramientas de interés. El siglo XXI exige cambios profundos para beneficios de todos.

Se logró comprobar el objetivo propuesto, es decir, se investigó la repercusión y el uso de la publicidad virtual en la afluencia de clientes en el hotel Patricio's de Bahía de Caráquez durante el período Abril a Septiembre de 2014, demostrándolo en la pregunta 3 y 4 realizada a los gerentes que fueron parte de la muestra, la pregunta 6 efectuada a los clientes y la 1 realizada a los empleados.

La publicidad tiene el poder de convencimiento e influencia que necesita el hotel Patricio's para llegar a los clientes. Se debe fortalecer la publicidad y su entrega, se debe crear expectativa e interés, se necesita llegar al mercado en general para que se conviertan en consumidores de servicios.

En lo referente a la hipótesis planteada, sí la publicidad virtual repercutirá y tendrá un uso correcto en la afluencia de clientes en el Hotel Patricio's, fue comprobada cuando en la pregunta 1 efectuada a los gerentes se establece que si se realiza publicidad para dar a conocer al hotel y en la pregunta 3 realizada a los clientes donde ellos exponen la necesidad de

tener información para conocer los servicios y bondades de la información que han obtenido.

Se evidencia en un alto porcentaje, que el hotel fue visitado con mayor afluencia durante los meses de Agosto a Septiembre de 2014 y que los clientes en su mayoría se enteraron del Hotel por el medio de internet y la publicidad que se reparte por el mismo.

Los resultados revelan que debe mejorarse la publicidad, es necesario cambiar de estrategias e impulsar una campaña agresiva para llegar a todo público, es importante adquirir herramientas que favorezcan a la elaboración de anuncios que verdaderamente cumplan con su rol, el de informar y comunicar.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1.- TEMA DE LA PROPUESTA**

Elaboración de una página web para promocionar los servicios que brinda el Hotel Patricio's 47 en el entorno turístico y hotelero.

### **3.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.**

Después de haber realizado la investigación, y obtenido los resultados, se determina ejecutar la propuesta antes mencionada para que Hotel Patricio's tenga presencia en la red, creando un sitio web en donde pueda promocionar los servicios que brinda, cambiando el formato tradicional que hasta ese instante se ha manejado.

Esto implica analizar los problemas encontrados para mejorar cada uno de ellos, buscando forjar, dinamizar y proyectar publicidad virtual que capte, indague en necesidades de los usuarios, haciendo sentir importante al mercado al que se llegará.

Este proceso ayudará a que los clientes tengan información de forma ágil y rápida permitiendo tan solo con un click tener y conocer a Hotel Patricio's en la mano, aún sin estar en Bahía, dando una solución práctica y cambiando modalidades al género publicitario y la forma de mostrar y proyectar al Hotel, ayudando a generar respuestas y proponiendo una web que provoque comunicación, llegando a estar a la par de la tecnología.

### **3.3.- JUSTIFICACIÓN.**

Esta propuesta plantea a Hotel Patricio's continuar con la publicidad virtual pero dando prioridad al tema de producción: diseño, ejecución y

puesta en marcha de publicidad que realmente proponga y dé a conocer al cliente los servicios, infraestructura y ofertas de la empresa, permitiendo llegar con un factor de socialización y representación importante.

La publicidad explota las necesidades y deseos del consumidor, por ello el hacer cambios profundos en el tema de la publicidad es de prioridad, buscando satisfacer los deseos de los involucrados en el tema.

La propuesta justifica el campo investigado, que impondrá estrategias e instrumentos para desarrollar la creatividad, dinámica e ingenio. El querer aportar con Hotel Patricio's hace pensar en el presente y futuro con un diseño de un sitio web de fácil acceso, sencillo y productivo que proyecte la publicidad que a partir de ahora se diseñe.

### **3.4- COMPETENCIAS A DESARROLLAR**

#### **3.4.1.- GENERALES**

- Elaboración de un sitio web para publicitar los servicios que brinda Hotel Patricio's de Bahía de Caráquez, Manabí, Ecuador.

#### **3.4.2.- ESPECIFICAS**

- Diseñar publicidad virtual que permita promocionar e incrementar el número de huéspedes.
- Promocionar los servicios e infraestructura ofrecida por el Hotel Patricio's.
- Lograr interactividad con los clientes incentivándolos a visitar el sitio web del hotel.
- Posicionar mediante el sitio web a Bahía de Caráquez como ciudad turística del país.

### 3.4.3.- METODOLOGÍA

Aplicar herramientas tecnológicas y diseño gráfico para la implementación de la web y la creación de la publicidad.

### 3.4.4.- RECURSOS

#### MATERIALES

DETALLE		CANTIDAD
CÁMARA FOTOGRÁFICA	18 MP	1
SOTFWARE	WIX	1
VIDEO CÁMARA	Full HD	1
TRIPOTE	KT-3016	1
BANNERS		1
TARJETAS		300

#### TALENTO HUMANO

DETALLE	CANTIDAD
PROGRAMADOR	1
AUXILIAR DE FOTOGRAFIA Y VIDEO	1
EVALUADOR DE SITIOS TURÍSTICOS DE LA ZONA	1

## PRESUPUESTO

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
TOMA DE IMÁGENES Y VIDEO	\$ 50,00
SOLICITUD Y VALIDACIÓN DE TEXTOS	\$20,00
EDICIÓN DE IMÁGENES Y VIDEO	\$30,00
COMPRA DE DOMINIO	\$12,00
COMPRA DE HOSTING	\$20,00
PROGRAMACIÓN Y DESARROLLO	\$350,00
VARIOS	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>

### 3.5.- CONTENIDOS DE LA PROPUESTA

La propuesta generará la ejecución de una página web, por ello se establecerá lo siguiente:

- Definir el objetivo: Determinar exactamente por qué se quiere crear y cuál será su uso.
- Determinar la estructura de la página web: Decidir qué es lo que ésta incluirá para el beneficio de los clientes (servicios, entorno, gastronomía, turismo, etc.)
- Considerar el diseño: Tomar en cuenta que segmento de visitante se va a tener y que la página sea compatible con diferentes prototipos de navegadores.
- Proponer banner, imágenes en movimiento con información del hotel serán herramientas de apoyo y de gran importancia.

- Referente a la publicidad virtual se procederá a tomar fotos del hotel, a seleccionar el texto, brindando alternativas para cerciorarse y decidir eficientemente lo que se desea conseguir
- Desarrollo y puesta en marcha de la página web.

Una vez diseñada la página web se pondrá a consideración de los gerentes del hotel para que tomen la decisión de publicar o mejorar el diseño de la misma.

## CONCLUSIONES

Luego de investigar, ejecutar el trabajo de campo, analizar, graficar resultados estadísticamente y desarrollar la página web se llega a concluir:

- Se verifico que la publicidad actual del hotel presenta falencias y que aún no está siendo proyectada de manera eficiente, para el cliente en general.
- No hay interactividad en la comunicación, de forma que la misma no cumple el objetivo planteado.
- El Hotel Patricio's no cuenta con personal capacitado en la elaboración y diseño de publicidad en medios digitales.
- Luego de las encuestas realizadas se determinó que la mayoría de clientes utiliza el internet como herramienta de apoyo y de comunicación.

## RECOMENDACIONES

- El mundo actual exige cambios, que Hotel Patricio´s debe aplicar la tecnología de vanguardia y sus beneficios.
- Actualizar periódicamente la página web.
- Incluir descuentos, promociones en reservas realizadas por la página web.
- Contratar personal profesional y capacitado en el tema de publicidad virtual.
- Seguir utilizando el medio de internet para proponer la publicidad pero cumpliendo requisitos, elementos y tecnología de punta.
- Capacitar al personal que labora en el hotel para proyectar la publicidad cuando el cliente llegue a hospedarse.
- Al diseñar la web se seguirá direccionando y complementando a las redes sociales el tema de publicidad y comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

Kotler, P., & Armstrong, G. *Fundamentos de Marketing* (Vol. Sexta Edición). Prentice Hall.

Pérez Ruiz, M. (2009). Nuevas formas de publicidad en la Televisión sin Frontes. Una reconsideración como técnicas de comunicación publicitaria. *TELOS* , 25.

Rey, L. (2011). *Estrategia de Marketing online*. España .

Salvatierra, M. (2010). *Monografias.com*. Recuperado el 26 de Enero de 2015, de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos7>

Thompson, I. (2006). *La Publicidad en Internet*.

Zambrano Quijije, J. E. (2010 -2012). *ESTUDIO DE LA INVERSIÓN HOTELERA QUE LLEGA A BAHÍA DE CARÁQUEZ Y SU INCIDENCIA EN LA CAPACIDAD DE GENERACIÓN DE EMPLEOS DURANTE LOS AÑOS 2010-2012*. Bahía de Caráquez .

# ANEXOS

**ESTADÍSTICA: ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES DEL HOTEL PATRICIO'S**

**1.- ¿Hotel Patricio´s utiliza publicidad para darse a conocer?**

**TABLA 1**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	2	100%
NO	0	0
A VECES	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## 2.- ¿Qué medio utiliza para llegar a los clientes con publicidad?

**TABLA 2**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TV	0	0
RADIO	0	0
PERIÓDICO	0	0
INTERNET	2	100%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



### 3.- ¿Cree que la publicidad virtual ha generado afluencia de clientes?

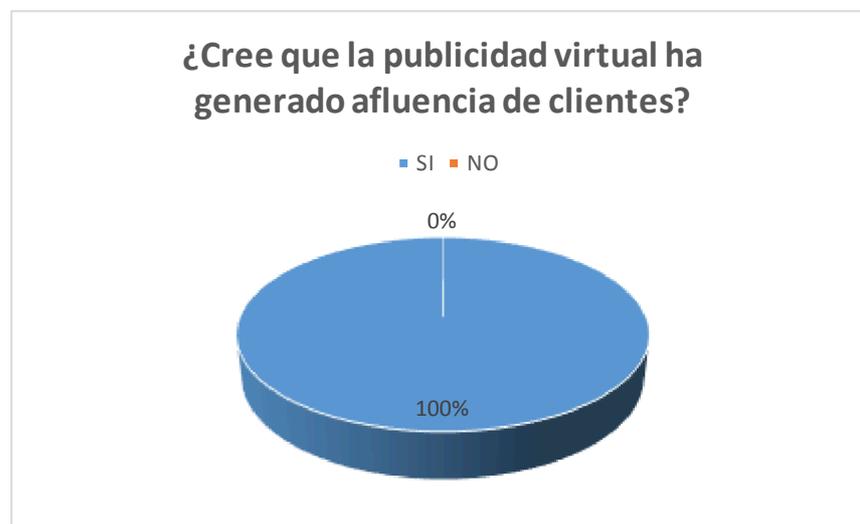
**TABLA 3**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	2	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	2	100%

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



#### 4.- ¿El Hotel tuvo afluencia de clientes durante los meses Abril – Septiembre de 2014?

**TABLA 4**

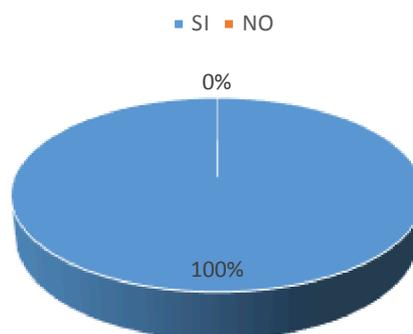
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	2	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	2	100%

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015

¿El Hotel tuvo afluencia de clientes durante los meses Abril – Septiembre de 2014?



## 5.- ¿En qué mes hubo mayor afluencia de clientes?

**TABLA 5**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
ABRIL	0	0
MAYO	0	0
JUNIO	0	0
JULIO	0	0
AGOSTO	1	50%
SEPTIEMBRE	1	50%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



**6.- ¿Cree usted que es necesario cambiar la producción de la publicidad que hasta el momento ha entregado a sus clientes?**

**TABLA 6**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	2	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	2	100%

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## 7.- ¿Cuenta con personal profesional para elaborar las publicidades del hotel?

**TABLA 7**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	0	0
NUNCA	2	100%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



**ESTADÍSTICA: ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DEL HOTEL PATRICIO'S****1.- ¿Conoce Hotel Patricio's?****TABLA 8**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	30	75%
NO	10	25%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## 2.- ¿Por qué medio se enteró del Hotel?

**TABLA 9**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
TV	0	0
RADIO	0	0
PERIÓDICO	0	0
INTERNET	40	100%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



3.- ¿Cree que la información que llegó a su conocimiento es el necesario para conocer los servicios y bondades que brinda el Hotel?

**TABLA 10**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	20	50%
NO	10	25%
NUNCA	10	25%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

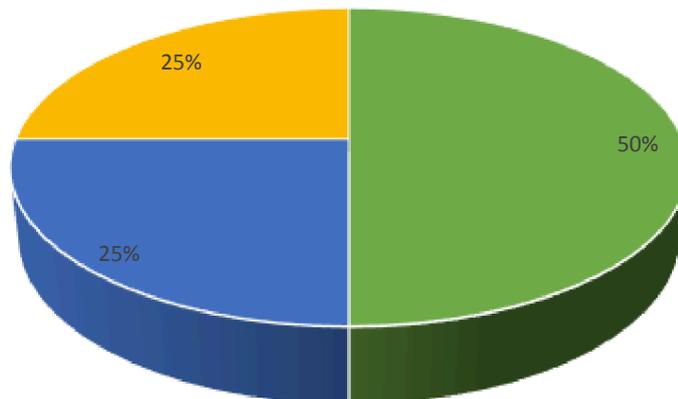
Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015

**¿Cree que la información que llegó a su conocimiento es el necesario para conocer los servicios y bondades que brinda el Hotel?**

■ SI ■ NO ■ NUNCA



4.- ¿Será necesario la ejecución de una publicidad que contenga interactividad entre los involucrados?

**TABLA 11**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	40	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	40	100%

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



**5.- ¿Cree necesario ampliar los medios para promocionar al Hotel Patricio's?**

**TABLA 12**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	20	50%
NO	20	50%
<b>TOTAL</b>	40	100%

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## 6.- ¿En qué mes se hospedo en el Hotel?

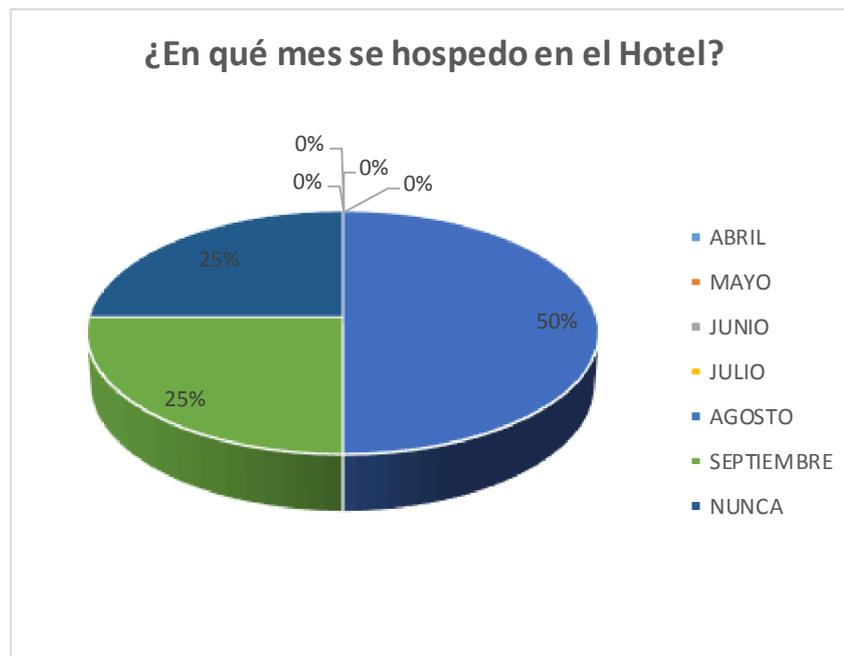
TABLA 13

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
ABRIL	0	0
MAYO	0	0
JUNIO	0	0
JULIO	0	0
AGOSTO	20	50%
SEPTIEMBRE	10	25%
NUNCA	10	25%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



**ESTADÍSTICA: ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DEL HOTEL PATRICIO'S****1.- ¿Hotel Patricio's ha tenido visita de clientes durante los meses Abril - Septiembre 2014?****TABLA 14**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	8	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## 2.- ¿En qué meses hubo mayor afluencia?

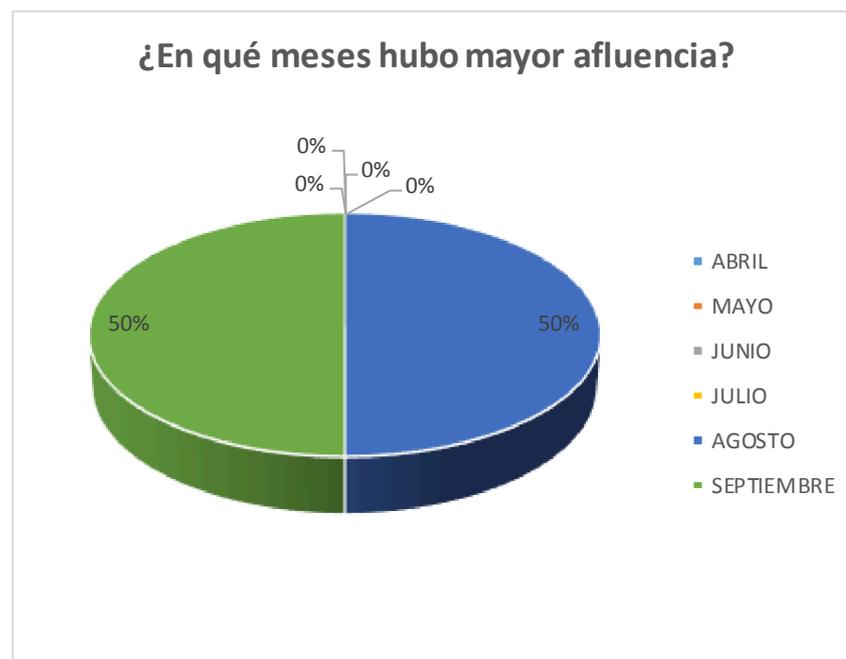
**TABLA 15**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
ABRIL	0	0
MAYO	0	0
JUNIO	0	0
JULIO	0	0
AGOSTO	4	50%
SEPTIEMBRE	4	50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



**3.- ¿Los clientes han comentado de la publicidad que hasta el momento el hotel ha impartido mediante internet?**

**TABLA 16**

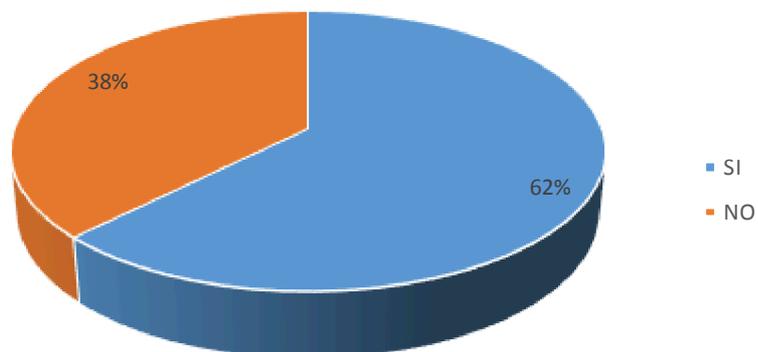
VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	5	62%
NO	3	38%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio`s.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015

**¿Los clientes han comentado de la  
publicidad que hasta el momento el hotel  
ha impartido mediante internet?**



#### 4.- ¿Hotel Patricio's ejecuta publicidad interna cuando ingresan clientes?

**TABLA 17**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	8	100%
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Gerentes Hotel Patricio's.

Elaborado: Gabriela Mendoza Mera

Fecha: 30 de Enero de 2015



## Fotos

