



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

**Trabajo de Titulación Examen Complexivo para a la obtención del grado de
Magister en Gerencia de Marketing**

TÍTULO DE ENSAYO

“Análisis del comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón
General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy.”

Autor:

Econ. Vanegas Yagual Helen Lisset

Tutor:

Ing. Espinoza Alcívar Diana Piedad, Mgs.

Guayaquil, 27 de noviembre de 2018



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Vanegas Yagual Helen Lisset

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo**, “Análisis del comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy.” previo a la obtención del Título de **Magister en Gerencia de Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 27 días del mes de noviembre del año 2018

EL AUTOR (A)

f. _____
Econ. Vanegas Yagual Helen Lisset



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, Vanegas Yagual Helen Lisset

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo “Análisis del comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 27 días del mes de noviembre del año 2018

LA AUTORA:

f. _____
Vanegas Yagual Helen Lisset

DEDICATORIA

Mi dedicatoria va primero a Dios porque todos los días somos bendecidos, porque él nos permite despertar y vivir momentos maravillosos en este mundo.

He cumplido mis anhelos y está dedicado especialmente a mi mamita que se encuentra en el cielo Gloria Yagual Yagual, a mi esposo Luis Laverdy, mis tres hijos: Daniel, Thiago, Liam, mi ñaña Aly, mis cuatro hermanas: Vanya, Génesis, Nhaja y Malika, mis suegros César, Sonia y mis cuñadas Ma. José y Solange, quienes han contribuido para mi desarrollo profesional.

Es seguro | <https://secure.orkund.com/view/40675334-398707-434731#q1bKLvayio7VUSrOTM/LTmMtSxLTWYmQgFAA==>

Aplicaciones | Google | YouTube | ¡Te damos la bienvenida! | WhatsApp | Produbanco - Grupo | Correo: Diana Espinoza | Personas sin relación | Mercado Libre Ecuador

ORKUND Diana Espinoza (diana.espinoza02)

Documento: UNIVERSIDAD ENSAYO HELEN VANEGAS.docx (D41593775)

Presentado: 2018-09-19 11:45 (-05:00)

Presentado por: Diana Espinoza (diana.espinoza02@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido: diana.espinoza02.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 21 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	UNIVERSIDAD CATOLICA HELEN.docx
	Tesis Maestria Helen Vanegas 19-06-18.docx
	EXAMEN COMPLEXIVO RUTAS TURISTICAS FINAL.docx
	TT Maurath Urgiles Ballenita.docx
	http://www.guayas.gob.ec/noticias/nuevo-malecon-de-olayas-arranca-con-la-primer-piedra

0 Advertencias | Reiniciar | Exportar | Compartir

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO MAESTRIA EN GERENCIA DE MARKETING Trabajo de Titulación Examen Complexivo para a la obtención del grado de Magister en Gerencia de Marketing

"Análisis del comportamiento

de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D' Laverdy." Autor: Econ. Vanegas Yagual Helen Lisset

Tutor: Mgs. Espinoza Alicia Diana Piedad, Ing.

Guayaquil, 30 de Agosto de 2018

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO MAESTRIA EN GERENCIA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Yo, Vanegas Yagual Helen Lisset DECLARO QUE: El componente práctico del examen complexivo, "Análisis del comportamiento

de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel Laverdy."

ÍNDICE

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO.....	2
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problemática.....	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Objetivos	9
1.4.1. Objetivo General	9
1.4.2. Objetivos Específicos	9
1.5. Resultados Esperados	9
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	10
2.1. Marketing de servicio	10
2.2. Marketing Relacional	11
2.3. Satisfacción del consumidor.....	11
2.4. Los niveles de satisfacción y valor recibido.....	11
2.5. Fidelización de clientes	12
2.6. Proceso decisión de compra	12
CAPÍTULO III: DISEÑO INVESTIGATIVO.....	13
3.1. Tipo de Investigación	13
3.1.1. Explorativa	13
3.1.2. Descriptiva.....	13
3.2. Diseño Investigativo.....	13
3.2.1. Encuestas y Entrevistas	13
3.2.2. Fuentes Primarias	14
3.2.3. Fuentes Secundarias	14
3.3. Tipos de Datos.....	14
3.3.1. Datos Cualitativos	14
3.3.2. Datos Cuantitativos	14
3.4. Herramientas investigativas.....	15

3.4.1.	Herramienta Cuantitativa	15
3.4.1.1.	Encuesta	15
3.4.2.	Herramientas Cualitativas	15
3.4.2.1.	Entrevista	15
3.5.	Target de Aplicación	15
3.5.1.	Definición de Población	15
3.5.2.	Definición del Tamaño de la Muestra	16
3.5.3.	Perfil de Aplicación.....	16
3.6.	Formulario de Cuestionario.....	17
3.7.	Formato de encuesta para el segmento corporativo.	17
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		18
4.1.	Resultados Cuantitativos	18
4.2.	Resultados Cualitativos	34
4.2.1.	Entrevista a personas distinguidas del cantón	34
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		36
5.1.	Conclusiones	36
5.2.	Recomendaciones	37
Bibliografía		38
Anexos		41

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Rango de Edad</i>	18
Tabla 2 <i>Lugar de Procedencia</i>	19
Tabla 3 <i>Actividades en Salones de Eventos</i>	20
Tabla 4 <i>¿Qué le gustaría de un salón de eventos?</i>	21
Tabla 5 <i>Eventos Realizados</i>	22
Tabla 6 <i>Costo por persona en eventos</i>	23
Tabla 7 <i>Conocimiento del Salón de Eventos</i>	24
Tabla 8 <i>Seguir realizando eventos</i>	25
Tabla 9 <i>Tipos de Empresas</i>	26
Tabla 10 <i>Procedencia</i>	27
Tabla 11 <i>Eventos realizados en el cantón Playas</i>	28
Tabla 12 <i>Sugerencias</i>	29
Tabla 13 <i>Frecuencia de Eventos</i>	30
Tabla 14 <i>Razones para realizar eventos</i>	31
Tabla 15 <i>Salones de Eventos Conocidos</i>	32
Tabla 16 <i>Conocimiento del Salón de Eventos</i>	33
Tabla 17 <i>Entrevista</i>	34

Índice de Figuras

<i>Figura 1</i> Rango de Edad	18
<i>Figura 2</i> Lugar de Procedencia	19
<i>Figura 3</i> Actividades en Salones de Eventos	20
<i>Figura 4</i> ¿Que le gustaría de un salón de eventos?.....	21
<i>Figura 5</i> ¿Qué tipo de evento ha realizado?.....	22
<i>Figura 6</i> Costo por persona en eventos.....	23
<i>Figura 7</i> Conocimiento del Salón de Eventos.....	24
<i>Figura 8</i> Seguir Realizando Eventos.....	25
<i>Figura 9</i> Tipo de Empresa.....	26
<i>Figura 10</i> Lugar de Procedencia	27
<i>Figura 11</i> Tipos de Eventos Realizados.....	28
<i>Figura 12</i> Sugerencias para el salón de Eventos.....	29
<i>Figura 13</i> Frecuencia de uso de Salón de Eventos	30
<i>Figura 14</i> Razones para realizar Eventos.....	31
<i>Figura 15</i> Salones de Eventos Conocidos.....	32
<i>Figura 16</i> Conocimiento del Salón de Eventos.....	33
<i>Figura 17</i> Encuesta Persona Natural	41
<i>Figura 18</i> Encuesta Clientes Corporativos	42
<i>Figura 19</i> Vista panorámica Nocturna Cantón Playas	43
<i>Figura 20</i> Sesión Fotográfica Salón de Evento Hotel D Laverdy	43
<i>Figura 21</i> Mapa geográfico del Cantón Playas.....	44
<i>Figura 22</i> Servicio de Turismo del Cantón Playas	44
<i>Figura 23</i> Proyección del nuevo malecón del Cantón Playas.....	45
<i>Figura 24</i> Skysurfing	45
<i>Figura 25</i> Paddle Boarding	46
<i>Figura 26</i> Windsurfing.....	46
<i>Figura 27</i> ExpoBoda	47
<i>Figura 28</i> Servicios que brindan los Salones de Eventos	47
<i>Figura 29</i> Proyección de la Población del cantón Playas	47

Resumen

En este ensayo se analizó el comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D'Laverdy, con el fin de poder determinar cuáles son los factores que influyen en la demanda de los salones de eventos. Para eso, se llevó a cabo varias etapas, las cuales fueron muy relevantes. Primero se hizo una revisión teórica de como las celebraciones a nivel nacional e internacional, han ido cambiando con el pasar de los años. Se utilizaron 2 métodos en este proyecto, el cualitativo porque se realizaron entrevistas a personas distinguidas del cantón General Villamil Playas y cuantitativo debido a que se usó el instrumento de la encuesta. Se realizaron las encuestas a: **a)** la muestra de 382 personas del cantón General Villamil Playas y **b)** 10 clientes corporativos del salón de eventos del Hotel D'Laverdy. Este estudio permitió obtener valiosas pautas que permitirán tener un conocimiento amplio de los requerimientos y características del servicio en forma global. Por otra parte, en virtud de la inversión que ha significado contar con establecimientos que estén en condiciones de ofertar un servicio de gama alta, se busca promocionar y desarrollar eventos de alta exigencia satisfaciendo las necesidades de las personas naturales y corporativas, generando más plazas de trabajo e ingresos, fortaleciendo el sector de salones de eventos a nivel nacional e internacional, todo aquello en su conjunto contribuirá al desarrollo del cantón General Villamil Playas.

Palabras clave: Salón de eventos, cantón General Villamil Playas, Eventos, consumo de salones de eventos, servicios, Hotel D'Laverdy, satisfacción de los clientes.

Abstract

In this essay, the consumption behavior of event halls in the General Villamil Playas town, in the case of Hotel D'Laverdy, was analyzed in order to determine which factors influence the demand of the events halls. For that, several stages were carried out, which were very relevant. First, a theoretical review was made of how national and international celebrations have changed over the years. Two methods were used in this project, the qualitative because interviews were conducted with distinguished persons from the General Villamil Playas town and quantitative because the survey instrument was used. Surveys were conducted to: a) the sample of 382 people from the General Villamil Playas town and b) 10 corporate clients from the events halls of the Hotel D'Laverdy. This study allowed to obtain valuable guidelines that will allow to have a broad knowledge of the requirements and characteristics of the service in a global way. On the other hand, by virtue of the investment that has meant having establishments that are able to offer a high-end service, it seeks to promote and develop highly demanding events satisfying the needs of natural and corporate persons, generating more vacancies work and income, strengthening the sector of events halls at national and international level, everything as a whole will contribute to the development of the General Villamil Playas town.

Keywords: events hall, General Villamil Playas, Events, consumption of events halls, services, Hotel D'Laverdy, customer satisfaction.

Capítulo I: Aspectos Generales del Estudio

1.1.Introducción

El cantón General Villamil Playas está ubicada a 93 km. de Guayaquil, con una extensión de 511, 8 km² asentada a 3 m.s.n.m., su temperatura promedio de 24°C y la precipitación promedio anual es de 250 mm., Límites al Norte: Cantón Guayaquil Este: Cantón Santa Elena Sur y Oeste: Océano Pacífico el terreno es plano, su cantonización se dio el 15 de agosto de 1989, es conocida como el 2do mejor clima del mundo según estudios realizados por la UNESCO y poseedora de una extensa playa que abarca desde Puerto de Engabao hasta Data de Villamil, con una extensión de 28 km. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas, 2014)

Su población aproximadamente al año 2018 es de 56.044 habitantes según las Proyecciones Cantonales INEC 2010 - 2020, siendo el único balneario de la provincia del Guayas. Actualmente cuenta con una autopista de cuatro carriles de primera calidad (INEC 2010, 2014)

Sus extensas playas a lo largo de todo su perfil costanero y su privilegiado clima constituyen razones suficientes para captar el interés de sus visitantes nacionales y extranjeros, la belleza de sus paisajes son propicios para la realización de todo tipo de actos públicos, sociales, institucionales, deportivos y familiares la orilla del mar (ver Figura 19).

Se ha realizado esta investigación debido a que Gómez (2018) menciona que en la actualidad el impulso del turismo interno está incrementando considerablemente en un 14% en base a las administraciones anteriores y los diferentes segmentos que éste trae a los lugares turísticos que están cada vez más interesados en encontrar un lugar u hotel que cumpla con todas sus expectativas, además, se ha notado que las personas que conforman el segmento corporativo acuden mayoritariamente a estos lugares para realizar sus reuniones y convenciones. (p.109)

Por lo tanto, se ha visto necesario analizar el comportamiento de consumo de los salones para eventos sociales de personas naturales y clientes corporativos tomando como referencia el salón de eventos de Hotel D'Laverdy para así poder explicar por qué sería necesario o de gran ayuda crear un espacio destinado a los eventos dentro de un hotel y en el centro del cantón.

Hotel D'Laverdy es una empresa familiar dirigido por César Laverdy y sus tres hijos, cuenta con restaurante, cafetería, garaje y a finales del mes de noviembre del presente año se inaugura la zona de piscina, se eligió específicamente al Hotel D'Laverdy del cantón General Villamil Playas ya que se tuvo la oportunidad de analizarlo debido a que se tienen los contactos necesarios dentro de esta empresa para así poder obtener la información para el desarrollo de esta investigación y mejorar el servicio e infraestructura de los salones de eventos de la localidad.

1.2.Problemática

Hotel D'Laverdy tiene nueve años de existencia en el cantón General Villamil Playas, comenzó sus actividades con un restaurante y cinco habitaciones, en la actualidad cuenta con tres pisos, una terraza, restaurante, cafetería, garaje y posee 50 habitaciones confortables (ver figura 20 y 21). Ha tenido un crecimiento por la mejora en el sector turístico, las empresas hoteleras han ganado un lugar de relevancia con la ayuda de la creación de la primera asociación hotelera legalizada en el Cantón llamada ASHOT PLAYAS (ver figura 22), encabezando como primera directiva Presidenta Econ. María Elsa Viteri Acaiturri y Vicepresidente Sr. Luis Laverdy Sánchez, secretaria Ing. Rocío Morales Sáenz De Viteri.

Se ha palpado el crecimiento en los últimos años en la infraestructura la vida económica de las empresas hoteleras ha ganado un lugar de relevancia

La asociación Perla de Playas, Sr. Humberto Jaime emprendedor turístico especializado con entretenimientos acuáticos como es boyas y bananas están quedando obsoletos ante la futura construcción del nuevo malecón (ver Figura 23), por este motivo en conjunto con la Dirección de Turismo del GAD Municipal a

cargo del Ing. William Apolinario Alache concretado así la creación de la primera operadora de turismo, *kitesurf, windsurf, paddle Boarding*, (ver Figura 24, 25 y 26) paseos en las típicas balsas parapentes entre otros deportes de aventuras que va a beneficiar al sector Hotelero con paquetes turísticos y así puedan tener un mayor número de turistas. Como manifestaba Siskind (2015) el “hardware y software deben estar perfectamente organizados y alineados para que todo funcione a la perfección y, con ello, se consiga aumentar las ventas, posicionar un producto, captar nuevos clientes o el objetivo que se haya marcado en cada ocasión. Este libro describe los pasos a seguir para conseguirlo”. (pg. 17)

Los eventos se realizaban en el restaurante del Hotel con la capacidad máxima de 80 personas, es por ese motivo que Hotel D’Laverdy vio como necesidad desde julio de 2016 la creación de un salón de convenciones y eventos para convertirlo en uno de los principales del cantón General Villamil Playas dando un aporte sustancial en la mejora del sector, a raíz de esto se ha visto la necesidad de conocer el comportamiento del consumidor tanto corporativo como el de persona natural ya que cada uno muestra características y necesidades distintas al momento de contratar los servicios de este tipo de negocios, esto para poder conocer qué atributos y beneficios se pueden aumentar en el local y así ser el primer local de convenciones y eventos de gama alta del sector céntrico en el Cantón General Villamil Playas.

1.3. Justificación

Anualmente existen ferias y eventos que van de un país a otro llegando a Ecuador donde se evidencia la necesidad de saber cuáles son las características de mayor interés a requerir al momento de buscar un lugar para organizar estos eventos, internacionalmente hay congresos anuales como, *London Wedding Show 2017*: Feria de bodas Londres que celebrarán nuevas ediciones en la capital inglesa, en las instalaciones del recinto ferial del *Excel London*, mostrándonos las últimas novedades, modas e innovaciones del sector en sus diferentes vertientes. (Servicios Digitales JCA, 2017)

Al respecto Peña (2017) manifestó: “Las ferias ofrecen visibilidad. Estar presente en ellas siempre es una publicidad positiva, mientras que no estar puede suponer un daño irreversible para la imagen de la empresa.”

Bilbao Exhibition Centre (2018) realizará una feria de Bodas y Celebraciones que se llevará a cabo en Bilbao, España celebrará este año una nueva edición, mostrando las últimas novedades e innovaciones, en definitiva, una feria de referencia dentro del sector (ver Figura 27).

En México se lleva a cabo la expo feria más grande a nivel de Latinoamérica se llama Expo tu boda, así mismo, en Estados Unidos hay fuertes referentes como *Destination Wedding Planners* que realiza congresos. Los *Planners Xtraordinaire* realizan eventos para los más ricos del mundo son un grupo demográfico fascinante. Desde paquetes de bodas de miles de millones de dólares hasta fiestas de cumpleaños de millones de dólares, desde ilusionistas enviados desde España, flores importadas de México o una celebridad enviada desde los Estados Unidos. *Over the Celebrations* es una tendencia entre los *Ultra-Rich*, contratan ingeniosos organizadores de eventos, también etiquetados como *Extraordinaire* administrando presupuestos multimillonarios en dólares, creando conmovedoras bodas y fiestas, procurando museos imposibles de alcanzar, colaborando con famosos chefs y artistas, descubriendo destinos inexplorados y lugares excéntricos de todo el mundo.

Cualquier negocio que involucre a los pocos afluentes es un negocio a prueba de inflación. De hecho, es insensible a los precios. *Planners Xtraordinaire show* es una plataforma *boutique* a puerta cerrada, que cuenta con un sólido proceso de investigación para garantizar que se conecte con los mejores planificadores de hasta 30 países de todo el mundo y represente sus servicios como los mejores en negocios en un escenario global. (Viegas & NC, 2018)

Ecuador fue la Sede del Congreso *Wedding Business* 3.0 efectuado el 22 y 23 de mayo del 2018 y el 21 *Real Experience* con Andrés Cortes decorador reconocido de Colombia – Bogotá, donde asistieron más de 250 profesionales de diferentes países de Latinoamérica, así como conferencistas nacionales e internacionales relacionados con las distintas áreas de la industria de bodas y eventos sociales, se desarrollarán conferencias magistrales, mesas temáticas, *workshops*, y zona de expositores con *showroom* de tendencias. (Business Administration & Finance Burlington F.P., 2014, pág. 63)

El reconocido diseñador de Modas de Puerto Rico, Edwin Rosario estará en la Expoboda Ecuador Cuarta Edición en el Centro de Convenciones de la UEES, este 29 y 30 de agosto de 2018, ya se define la industria de Bodas y Eventos como generadora de negocios. (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2016, pág. 50). El Ministro de Turismo (2015) destacó que “Playas es un balneario con muchas posibilidades, es importante que sus moradores ejecuten cambios positivos para mejorar el servicio turístico que se proporciona al visitante.”

Este año en General Villamil Playas el presidente de la Asociación Perla de Playas, Sr. Juan Humberto Jaime, emprendedor turístico del cantón, ha trabajado durante muchos años con instrumentos de entretenimiento acuático, como es: boyas y bananas, dichos instrumentos se están quedando obsoletos ante la futura construcción del nuevo Malecón y de más infraestructuras que se están desarrollando en el Cantón, en vista de lo antes expuesto el presidente de la Asociación., estableció dialogo con todos sus asociados, con la propuesta que se conformen en Operadora de Turismo de Aventura, “con el nuevo malecón del cantón Playas una Operadora será una buena imagen, para cambiar nosotros y nuestros productos”, así lo mencionó el representante de la Asociación. (Cobrerros, 2017, pág. 19)

De tal manera que la Asociación, Perla de Playas, en conjunto con el Departamento de Turismo del GAD Municipal de Playas, tutelado por el Ing. William Apolinario Alache, están trabajando desde hace nueve meses en los trámites y gestiones, para reunir todos los requisitos que exige el Ministerio de Turismo, para

poder convertirse en una Operadora Turística. Para el representante de la Asociación, la asistencia y apoyo del Director de Turismo, ha sido fundamental en esta travesía, y dijo: “El Ing. William Apolinario, nos ha colaborado y acompañado de forma desinteresadamente a todos los lugares (Santa Elena Salinas, Guayaquil,) para tramitar (RISE, Superintendencia, Aseguradora, CEN, Medio Ambiente) sin la ayuda de él, aún ni empezaríamos...”, mencionó Jaime.

Calleja (2016) acotó que según la información del Sr, Jaime, en la entrevista realizada en la playa, manifestó que la Asociación ya está conformada como compañía, este es uno de los requisitos primordiales, así mismo ya cuenta con el permiso de la superintendencia, también cuentan con el local, lugar donde funcionará la oficina de la Operadora Turística, además se gestionó para que se desarrolle el curso de inglés B1, con el Centro Ecuatoriano Norteamericano (CEN), para todos los asociados. (p.201)

Para el presidente de la Asociación, la creación de la primera Operadora Turística les permitirá aumentar el entretenimiento de aventura acuático y terrestre como: motos acuáticas, Kayak, La Bestia, Bananas, Boyas de Extremo, Parapentes, Lancha Turística y el turismo terrestre que será incluido en los paquetes turísticos; y manifestó que con la existencia de la nueva Operadora Turística, la promoción turística en el cantón será mayor y por ende el desarrollo económico.

Por otra parte el Director de Turismo del GAD, mencionó que toda comunidad, pueblo, ciudad, cantón, metrópolis, cuando se proyecta desarrollo con infraestructura como el trabajo que está ejecutando esta Administración (vial, servicios básicos, parques, estadio, mercado, malecón), al momento la Dra. Miriam Lucas (GAD) y al Lic. Jimmy Jairala (Prefectura), están trabajando en la infraestructura del nuevo malecón, esto es motivo suficiente para que los emprendedores turísticos quieran mejorar su oferta turística.

La Asociación Perla de Playas, dio el primer paso para conformar una operadora turística y dijo: “La Creación de la Operadora es de vital importancia, porque se podrán ofertar paquetes turísticos a los diferentes sectores, hoteles, transportes, agencias de turismo. La Asociación Perla de Playas, será la primera Operadora Turística en ser parte activa de la localidad y tendrá toda la facultad y los permisos de los entes reguladores de turismo para ofrecer multitud de deportes como *skysurfing*, *windsurf*, *paddleboarding*, paseos en balsas, parapentes entre otras deportes de aventuras, aprovechando el recurso natural que nos brinda la localidad de Playas”. El Director de Turismo manifestó que está orgulloso porque su gente está caminando junto con los cambios agigantados que se están dando en esta administración y dijo: “porque gracias a ellos se podrán diversificar los productos y brindar mayor servicio a los turistas nacionales y extranjeros”.

Es de mucha importancia recalcar a medida que va transcurriendo el tiempo las costumbres de las personas y como las actividades que realizan van cambiando, anteriormente, el cantón Playas era reconocido como una ciudad pesquera, en la actualidad es un potencial centro turístico, no han transcurrido muchos años donde se evidencia la dinámica de las celebraciones de cumpleaños, matrimonios, capacitaciones, seminarios y convenciones en este sector eran muy tradicionales y comunes, pero en la actualidad se busca realizar eventos en lugares exclusivos, amplios y con ambiente acogedor.

Por esta razón la finalidad del centro de eventos es lograr la satisfacción de los clientes y para esto, se ofrecerá el mejor servicio para el desarrollo de un evento reflejado en el profesionalismo y preparación de cada detalle de acuerdo al gusto y presupuesto de los clientes corporativos y persona natural dentro y fuera la ciudad. Por todo lo expuesto se evidencia la necesidad de realizar una investigación para conocer lo que el consumidor de salones de eventos del cantón Villamil Playas desea.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar el comportamiento de consumo de salas de eventos y convenciones en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D'Laverdy, desde el punto de vista promocional para y proyectar una oferta del salón de eventos con altos estándares de calidad dirigido al medio local, nacional e internacional

1.4.2. Objetivos Específicos

Determinar los factores que inciden en el consumo de salones para convenciones y eventos de personas naturales y corporativas.

Identificar los principales influenciadores en el consumo de salones de eventos en el cantón General Villamil Playas.

Determinar los atributos mayormente valorados en una oferta de salones de eventos en el cantón General Villamil Playas.

1.5.Resultados Esperados

Con esta investigación se espera que el Hotel D'Laverdy acoja las recomendaciones otorgadas para el mejoramiento de sus servicios generando la satisfacción de los posibles clientes del segmento corporativo y persona natural, a su vez este estudio puede ayudar a las diferentes entidades públicas y privadas a seguir generando otras investigaciones con mayor profundidad para mejorar éste sector como parte del plan de mejora que mantiene el Municipio de Villamil Playas.

Capítulo II: Fundamentación Conceptual

La atención al cliente es fundamental para todo tipo de actividad comercial de bienes o servicios, el cliente es el alma de ciclo comercial y productivo de los diferentes bienes y tipos de servicio, el autor Sánchez (2015), lo define como el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico debe estar relacionado directamente con el precio, la imagen, y la reputación, además, se menciona que todas las actividades que promueva la empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente (p.124) De igual manera, Brown (2016) dice que “el cliente es una persona que necesita determinados bienes o servicios. Por consiguiente, el trabajo de una empresa consiste en brindárselos de forma rentable para ambas partes”. (p. 44)

2.1. Marketing de servicio

Así mismo, Garcilan & Mencia (2014) afirman que no existe una definición de marketing que englobe los aspectos necesarios:

Los servicios constituyen el conjunto de actividades que una compañía lleva adelante para satisfacer las necesidades del cliente. Un servicio es un bien no material (intangibles), que suele cumplir con las características como la habilidad (la producción y el consumo son simultáneos), la perecibilidad (no se puede almacenar) y la heterogeneidad (dos servicios nunca pueden ser idénticos) el marketing de servicio es una rama del marketing que se especializa en una categoría especial de productos, los servicios, los cuales apuntan a satisfacer ciertas necesidades o deseos de mercado, tales como la educación, transporte, protección, jubilación privada, asesoramiento, diversión, créditos, etc. (p. 36)

Kotler & Armstrong (2017) plantearon sobre los servicios, los cuales explican que estos han crecido los últimos años dramáticamente y comentaron que los servicios están creciendo de manera acelerada. Las empresas deben contar con programas de marketing en base a la intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad, en definitiva, se puede decir que marketing de servicio es un producto intangible, y su

objetivo es satisfacer un deseo o necesidad, los servicios pueden ser habilidades profesionales entre otros. (p. 45).

2.2. Marketing Relacional

Según Baquero (2016) el marketing relacional es un conjunto de estrategias que consiste en darle valor al cliente actual y potencial mediante su retención para así poder satisfacer sus necesidades de mejor manera, ya que se lograra crear una mejor relación entre empresa-consumidor permitiéndole conocer cuáles son las necesidades del consumidor, y de esta manera las organizaciones podrán cumplir con las expectativas del cliente logrando así ganarse la confianza por parte de los consumidores; con el objetivo de fidelizarlo y retenerlo obteniendo como resultado una relación duradera es decir una relación a la largo plazo por ende las organizaciones mejoraran su rentabilidad (p.128)

Para McGraw-Hill (2014), el marketing de relaciones consiste en identificar y establecer, mantener y desarrollar y cuando sea necesario también concluir, relaciones con los consumidores y otros agentes, con beneficio, de modo que los objetivos de todas las partes se alcancen mediante intercambio mutuo y cumplimiento de las promesas (p.14)

2.3. Satisfacción del consumidor

Rivas & Esteban (2014) mencionan a la “satisfacción del consumidor como el resultado de comparar su percepción de los beneficios que esperan recibir. Si la percepción supera a las expectativas, los consumidores se encuentran satisfechos. Si las percepciones son bajas a las expectativas el resultado será insatisfacción.” (p. 115)

2.4. Los niveles de satisfacción y valor recibido

Conforme Ancin (2018) otras variables influyen en el proceso de compra y de satisfacción de las necesidades de los clientes. En primer lugar, la percepción de

calidad tiende a depender de las repetidas comparaciones de la expectativa del cliente en relación a determinado servicio. Así, si un servicio falla repetidamente en la satisfacción de las necesidades del cliente y en la atención, puede ser calificado como de baja calidad. En segundo lugar, el cliente valora no sólo porque le gusta o no el resultado, sino también por la apariencia del prestador y por sus habilidades interpersonales. (p. 65)

2.5.Fidelización de clientes

Según la autora Pamies (2014) explicaron: la fidelización de clientes contiene los beneficios: Beneficios sociales: Entre los cuales incluye sensaciones de reconocimiento personal, empatía, una amistad y simpatía. Sensación de confianza: La confianza se da con el cumplimiento de las promesas, está ligada a la calidad del servicio o producto. Ventajas económicas: precios especiales o descuentos, regalos, etc. (p.115)

2.6.Proceso decisión de compra

Según los autores (Brown, 2016) la decisión de compra tiene cinco etapas o fases por las que pasa el consumidor, el cual empieza con el reconocimiento de la necesidad o problema hasta la búsqueda de información y termina con la compra. Los clientes y usuarios que se encuentran satisfechos logran una lealtad a la marca, caso contrario no volverá a comprar ni recomendará el producto o servicio. (p 113)

Finalmente, (Garcilan & Rivera, 2014), concreta que es posible diferenciar tres tipos de compra: Compra no planificada: Antes de visitar el establecimiento, el consumidor no tenía ninguna intención de adquirir el producto, compra parcialmente planificada: El consumidor siente la necesidad de comprar un producto concreto y de la intención de adquirirlo, no ha elegido la marca antes de visitar el establecimiento. (p. 68)

Capítulo III: Diseño Investigativo

3.1. Tipo de Investigación

En este estudio se efectuó una investigación de mercado exploratoria y descriptiva.

3.1.1. Explorativa

Según Kowalczyk (2017) “La investigación exploratoria se define como la investigación inicial de una idea hipotética o teórica. Aquí es donde un investigador tiene una idea o ha observado algo y trata de comprender más al respecto. Un proyecto de investigación exploratoria es un intento de sentar las bases que conducirán a estudios futuros o para determinar si lo que se está observando podría explicarse mediante una teoría actualmente existente.”

Así mismo, Siqueira (2017) comenta que “la investigación de tipo exploratoria se realiza para conocer el tema que se abordara, lo que nos permita familiarizarnos con algo que hasta el momento desconocíamos.”

3.1.2. Descriptiva

Siqueira (2017) también acotó que “La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones de un hecho o situación concreta, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar, examinando las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar, la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar”.

3.2. Diseño Investigativo

3.2.1. Encuestas y Entrevistas

Para recopilar la información se ha realizado encuestas a personas naturales y clientes corporativos que han realizado eventos el salón de Hotel D’Laverdy ubicado en el cantón de General Villamil Playas y se han realizado entrevistas profundas a personajes destacados en el medio local.

3.2.2. Fuentes Primarias

Pol (2017) define a las fuentes primarias de información como “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, nomografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano”. (p. 229).

3.2.3. Fuentes Secundarias

Ferrer (2017) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados”. Ejemplo de ella lo serían los resúmenes, obras de referencia (diccionarios o enciclopedias), un cuadro estadístico elaborado con múltiple fuentes entre otros. (p.14)

3.3. Tipos de Datos

Según el Centro de Formación Básica (2017) “la investigación está enfocada en analizar las características y factores que influyen en la decisión de consumo de los clientes” como personas naturales y corporativas en el salón de eventos de Hotel D'Laverdy ubicado en la ciudad de Playas. (p.15)

3.3.1. Datos Cualitativos

Gibbs (2015) indica que “la investigación con datos cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, la relación y estructura dinámica”. (p 96)

3.3.2. Datos Cuantitativos

Según Tuesca, Navarro, & Borda (2014) Son datos que aportan un control estadístico y una explicación sobre alguna tendencia o resultado de algún experimento, es decir interpreta esta información de tipo numérica a fin de hacer un análisis de conclusiones lógicas Un dato cuantitativo busca describir la magnitud de los fenómenos y sus causas, su muestreo es estadístico. (p. 73)

3.4.Herramientas investigativas

En la investigación se utilizó las siguientes herramientas para lograr identificar los factores y características que tiene el lugar para la realización de eventos sociales y corporativos, encuesta y entrevista a profundidad obteniendo información certera.

3.4.1. Herramienta Cuantitativa

3.4.1.1.Encuesta

En la investigación la encuesta fue dirigida a personas naturales del cantón General Villamil Playas y a 10 clientes corporativos del salón de eventos Hotel D'Laverdy, “cuyo objetivo es investigar estados de opinión, en especial los factores, características, que influyen en la realización de eventos”. (Ancona, 2018, pág. 325)

3.4.2. Herramientas Cualitativas

3.4.2.1.Entrevista

La entrevista estuvo comprendida de 4 preguntas, que están dirigidas a personas distinguidas del cantón General Villamil Playas, como Director de Turismo del GAD Municipal Ingeniero William Apolinario Alache, Técnico en Marketing y promoción turística, coordinador de la ruta el pescador de la Dirección Provincial del Turismo del Guayas Jumpry Rivera Bustamante y el Dirigente Barrial del Cantón Ingeniero Pablo Alfonso Quinde.

3.5.Target de Aplicación

3.5.1. Definición de Población

Para esta investigación “la población objeto de estudio (...) [fueron los habitantes del Cantón Playas, es decir el] universo total considerado (...) [fueron los 56.044 habitantes] que determina la proyección a la presente fecha según los datos estadísticos” (Palacios, 216, pág. 111) proporcionado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas Censos (INEC). (Ver Figura 29)

3.5.2. Definición del Tamaño de la Muestra

Para la determinación de la muestra se ha tomado como referencia el método muestral aleatorio simple para universos conocidos, es decir universos finitos o contables y la variable de tipo categórica (Tejedor, 2014, pág. 165), para el efecto consideramos la cantidad de 37.554 habitantes del Cantón Playas en el rango de edades de jóvenes de 18 años a adultos mayores de más de 65 años, que representa la proyección de habitantes para el año 2018 del periodo intercensal 2010 – 2020 según lo establecido el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC, el nivel de confianza utilizado es del 95%, con un margen de error del 5% en la que se aplicó la siguiente fórmula. (Almecija, García, & Acosta, 2015, pág. 56)

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

N = 37.554 habitantes del Cantón Playas.

z = 1.96 (nivel de confianza 95%).

p = 0.5 (probabilidad de ocurrencia del evento).

q = 0,5 (probabilidad de no ocurrencia del evento).

i = (0.05) nivel de error recomendado para estudios estadísticos.

n= ?

Aplicando la fórmula obtenemos la siguiente muestra representativa:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 37.554 * 0,5 * 0,5}{(37.554 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 382

3.5.3. Perfil de Aplicación

Esta encuesta fue dirigida a los habitantes del Cantón Playas tanto en la cabecera cantonal como en sus recintos San Antonio, Data de Villamil y Engabao, aplicándola a 382 residentes tal como lo determino el cálculo del tamaño de la

muestra representativa para casos de universos contables o finitos. También se realizó encuestas a clientes corporativos del Hotel D'Laverdy, los cuales están detallados a continuación:

Grupo Difare Ing. Andrea Arévalo – Asistente de adquisiciones - Guayaquil
Tiendas Industriales Asociadas Tía S.A. – Genaro Bajaña -Jefe de sucursal Playas
Tadel S. A. Ing. Carlos Santana – Jefe de Bahía - Manta
Hidroplayas - Directora Jurídica - Ab. Johanna Banchón - Playas
Industrias Real Posorja Ing. Danilo Avilés - Jefe de Talento Humano
Sálica del Ecuador Govanna Andrade Panchana – Jefe Administrativo -

Posorja

COHECO Ing. Cinthia Herrera – Coordinadora - Guayaquil
Energías del Agro San Juan Eneragro Econ. Carolina Baldeón – Jefe Financiero –
San Antonio.

Marcimex María Del Carmen Reyes – Asistente de Gerencia General – Playas
Lcdo Segundo Gualli Quitio, empresario del Cantón – Comercial Gualli

3.6. Formulario de Cuestionario

Se realizaron 9 preguntas a residentes de forma aleatoria. (Ver Figura 17)

3.7. Formato de encuesta para el segmento corporativo.

Se realizaron 8 preguntas enfocadas a los clientes corporativos. (Ver Figura 18)

Capítulo IV: Metodología De La Investigación

4.1.Resultados Cuantitativos

Encuesta a personas naturales

Pregunta 1

Seleccione entre las opciones en qué rango de edad se encuentra

Tabla 1
Rango de Edad

Seleccione entre las opciones en qué rango de edad se encuentra		%
18 - 30	110	29%
31- 40	178	47%
41 ó más	94	25%
TOTAL	382	100%



Figura 1 Rango de Edad

Según los datos que se observan en la figura 1 el 47% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 40 años mientras que solo el 25% son los de rango de 41 años o más, mientras que un 29 % de los elementos de la muestra tienen edades que oscilan entre los 18 y 30 años.

Pregunta 2

¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla 2

Lugar de Procedencia

	¿Cuál es su lugar de procedencia?	%
General Villamil Playas	167	44%
Data de Villamil	20	5%
Data de Posorja	12	3%
Posorja	31	8%
San Antonio	3	1%
Puerto del Morro	3	1%
Morro	3	1%
Guayaquil	134	35%
Otros Indique su ciudad	9	2%
TOTAL	382	100%

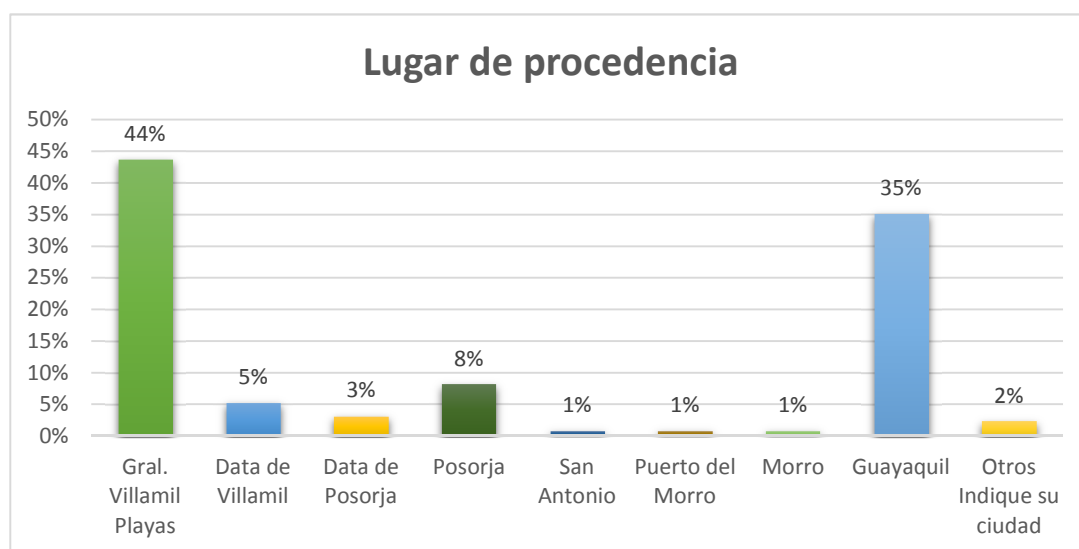


Figura 2 Lugar de Procedencia

En la Figura 2 se puede encontrar que el 44% de los encuestados viven en General Villamil Playas, seguido del 35% que viven en Guayaquil, también se observa que en porcentajes menores existen encuestados que son de San Antonio y del Puerto El Morro. Lo cual indica que la mayor concentración de personas interesadas está en personas del mismo cantón y los turistas de la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 3

¿Ha realizado alguna fiesta o actividad en un salón de eventos de General Villamil Playas?

Tabla 3
Actividades en Salones de Eventos

	¿Ha realizado alguna fiesta o actividad en un salón de eventos de General Villamil Playas?	%
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%



Figura 3 Actividades en Salones de Eventos

Como se puede observar en la figura 3, el 100% de los encuestados han realizado una actividad en algunos de los salones de eventos del cantón General Villamil Playas, lo cual indica que existe mucho interés en este tipo de locales y está quedando atrás las típicas fiestas tradicionales.

Pregunta 4

En caso de que su respuesta de la pregunta anterior fuera no ¿Le gustaría realizar un evento en el cantón General Villamil Playas?

Debido a que en la pregunta anterior todos los encuestados respondieron afirmativamente, esta pregunta no fue necesaria responderla, debido a que iba

dirigido para aquellos quienes no habían realizado eventos en el cantón General Villamil Playas.

Pregunta 5

¿Qué le gustaría que ofrezca el salón de eventos?

Tabla 4
¿Qué le gustaría de un salón de eventos?

	¿Qué le gustaría que ofrezca el salón de eventos?	%
Piscina	222	58%
Maestro de ceremonia	5	1%
Música en vivo	66	17%
Hospitalidad y amabilidad	23	6%
Decoración y ambientación del Salón de eventos	8	2%
Servicio de recepción a invitados	5	1%
Servicio de Buffet	12	3%
Calidad de alimentos y bebidas	5	1%
Dj, Proyector, Luces, Cámara de humo	8	2%
Hora Loca	19	5%
Una noche gratis en el hotel para los homenajeados	9	2%
TOTAL	382	100%



Figura 4 ¿Que le gustaría de un salón de Eventos?

Como se puede apreciar ante la pregunta abierta formulada se recibieron las siguientes respuestas, el 58% de los encuestados indican que desean tener piscina, el 17% música en vivo, 1 % maestro de ceremonia, 6 % hospitalidad y amabilidad, 2 %

decoración adecuada, 3 % servicio de alimentos, 2 % audio y video acorde con el evento, 2 % promociones de hospedaje y como última petición la hora loca con el 5% del total de encuestados.

Pregunta 6

¿Qué tipo de evento ha realizado?

Tabla 5
Eventos Realizados

	¿Qué tipo de evento ha realizado?	%
Matrimonio	176	46%
Cumpleaños	8	2%
Reuniones familiares	12	3%
Graduaciones	27	7%
Convenciones	8	2%
Capacitaciones	129	34%
Charlas informativas	20	5%
Congresos	2	1%
TOTAL	382	100%



Figura 5 ¿Qué tipo de evento ha realizado?

Según la figura 5, el 46% de los encuestados ha realizado matrimonios, mientras que el 34% ha optado por las capacitaciones, un 7 % graduaciones, un 5 % charlas, un 2 % cumpleaños, el 3 % indica que ha realizado reuniones familiares, un 2 % convenciones y finalmente un 1 % congresos de todo tipo, todo esto nos determina un gran abanico de opciones para los salones de eventos.

Pregunta 7

¿Cuánto usted ha pagado por un evento social por persona?

Tabla 6
Costo por persona en eventos

	¿Cuánto usted ha pagado por un evento social por persona?	%
\$25 a \$30	371	97%
\$31 a \$40	8	2%
Más de \$40	3	1%
TOTAL	382	100%

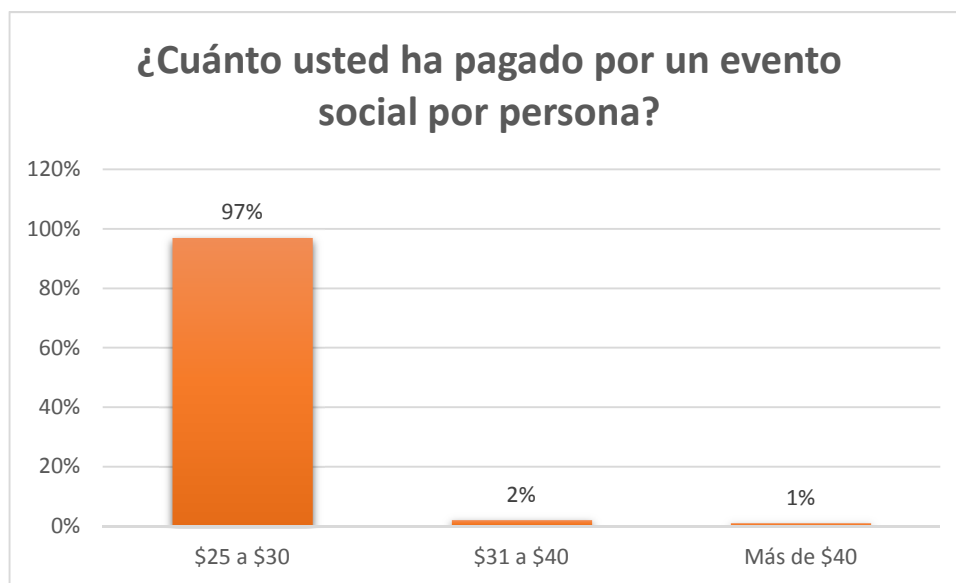


Figura 6 Costo por persona en eventos

De acuerdo a la figura 6, el 97% de las personas encuestadas afirmó pagar el valor de \$25 a \$30 al momento de realizar un evento social, un 2 % eligió al rango que de \$31 a \$40, mientras que un 1% selecciono el rango de más de \$40, todo lo cual nos indica que aunque los precios puedan ser varios, las personas ven más cómodo el primer valor.

Pregunta 8

¿Por qué medio se enteró de la existencia del salón de eventos en el cantón General Villamil Playas?

Tabla 7
Conocimiento del Salón de Eventos

	¿Por qué medio se enteró de la existencia del salón de eventos en el cantón General Villamil Playas?	%
Redes sociales	184	48%
Página Web	122	32%
Páginas especializadas de viaje	31	8%
Prensa escrita	5	1%
Radio local	4	1%
Amistades	20	5%
Familiares	16	4%
TOTAL	382	100%

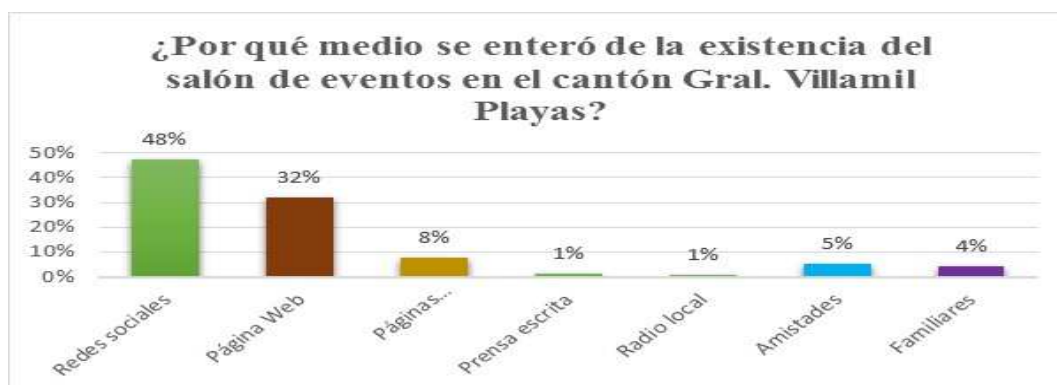


Figura 7 Conocimiento del Salón de Eventos

Como se puede afirmar en la figura 7, el uso de las TIC's como medio informativo tiene un impacto bastante fuerte en las personas, es por eso que el 48% de los encuestados se enteró de la existencia de los salones de eventos en el cantón General Villamil Playas a través de las redes sociales, un 32 % por medio de las páginas web, 8 % página de agencias de viajes, el 5 % por medio de amistades y un 4 % por medio de familiares.

Pregunta 9

¿Le gustaría continuar haciendo eventos en el cantón General Villamil Playas?

Tabla 8
Seguir realizando eventos

	¿Le gustaría continuar haciendo eventos en el cantón General Villamil Playas?	%
SI	356	93%
NO	26	7%
TOTAL	382	100%

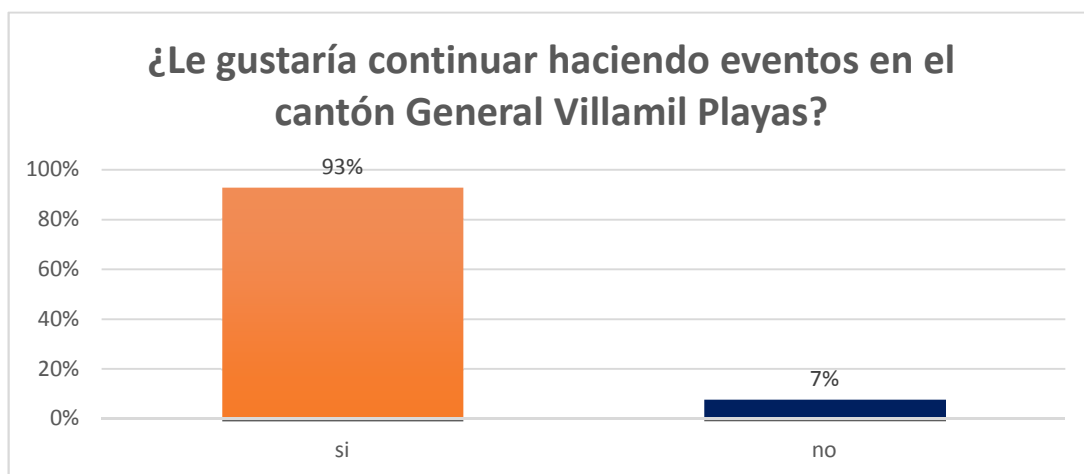


Figura 8 Seguir Realizando Eventos

La figura 8 muestra resultados favorables para seguir impulsando a las entidades que ofertan salones de eventos debido a que el 93% de los encuestados están dispuestos a continuar haciendo eventos en el cantón General Villamil Playas y solo el 7% no lo está interesado.

Encuesta al sector corporativo

Pregunta 1

¿A qué tipo de empresa pertenece?

Tabla 9
Tipos de Empresas

	¿A qué tipo de empresa pertenece?	%
Pública	1	10%
Privada	9	90%
TOTAL	10	100%

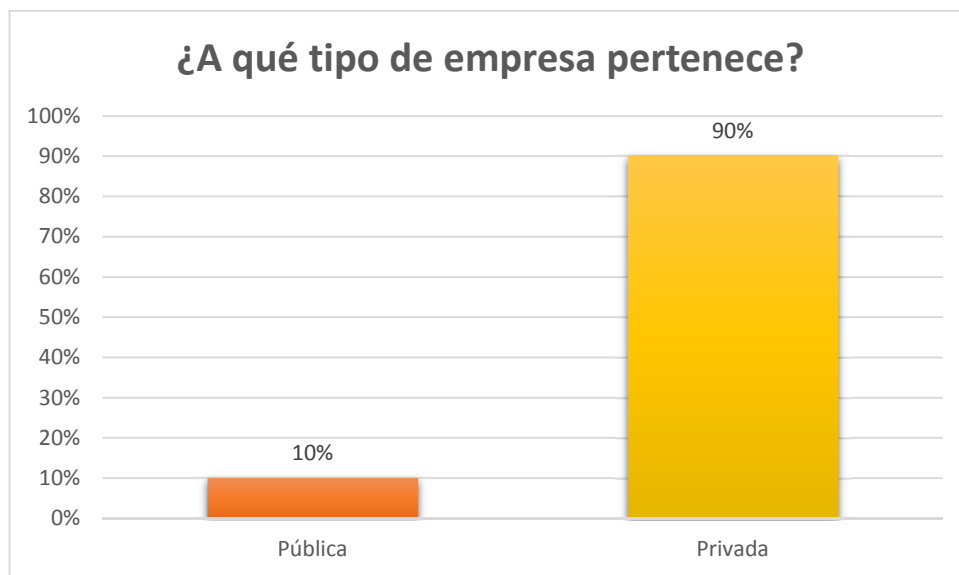


Figura 9 Tipo de Empresa

De acuerdo a la figura 9, la mayoría de empresas que han realizado actividades en el salón de eventos han sido privadas, la cual cuenta con el 90% del total de encuestados, mientras que solo el 10% han sido empresas del sector público.

Pregunta 2

¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla 10
Procedencia

	Personas	%
General Villamil Playas	4	40%
Data de Villamil	0	0%
Data de Posorja	0	0%
Posorja	2	20%
San Antonio	1	10%
Puerto del Morro	0	0%
Morro	0	0%
Guayaquil	2	20%
Otros Indique su ciudad	1	10%
TOTAL	10	100%

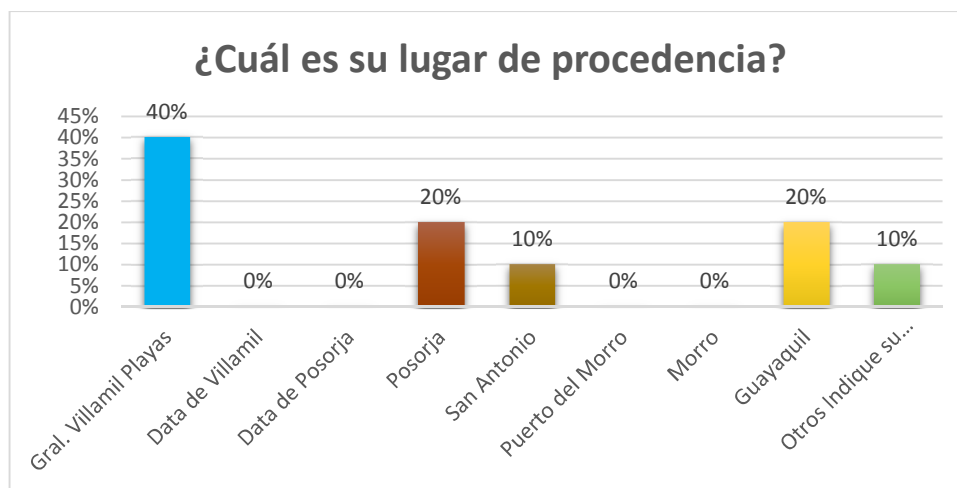


Figura 10 Lugar de Procedencia

Como se puede observar en la figura 10, el 40% de los encuestados son de General Villamil Playas, mientras que el 20% son de Posorja y otro 20% mas es de Guayaquil.

Pregunta 3

¿Qué tipo de evento ha realizado en el cantón General Villamil Playas?

Tabla 11
Eventos realizados en el cantón Playas

	Personas	%
Cumpleaños	0	0%
Convenciones	0	0%
Capacitaciones	5	50%
Reuniones de negocios	3	30%
Charlas informativas	2	20%
Congresos	0	0%
Otros Indique	0	0%
TOTAL	10	100%

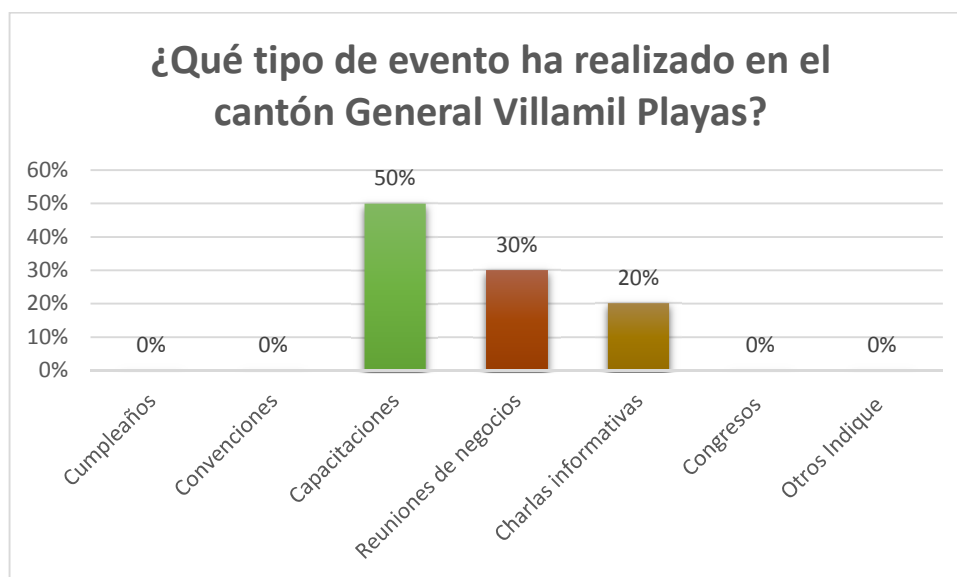


Figura 11 Tipos de Eventos Realizados

Según la figura 11, el 50% de los encuestados ha realizado capacitaciones, mientras que el 20% ha optado por charlas informativas.

Pregunta 4

¿Qué le gustaría que ofrezca el salón de eventos?

Tabla 12
Sugerencias

	Personas	%
Piscina	8	80%
Maestro de ceremonia	0	0%
Música en vivo	2	20%
Hospitalidad y amabilidad	0	0%
Decoración y ambientación del Salón de eventos	0	0%
Servicio de recepción a invitados	0	0%
Servicio de Buffet	0	0%
Calidad de alimentos y bebidas	0	0%
Dj, Proyector, Luces, Cámara de humo	0	0%
Hora Loca	0	0%
Una noche gratis en el hotel para los homenajeados	0	0%
Otros Indique	0	0%
TOTAL	10	100%



Figura 12 Sugerencias para el salón de Eventos

Como se puede observar en la figura 12, el 80% de los encuestados sugiere la implementación de una piscina en el salón de eventos, mientras que el 20% restante sugiere que se incluya música en vivo.

Pregunta 5

¿Cuántas veces ha realizado eventos en General Villamil Playas en los últimos dos años?

Tabla 13
Frecuencia de Eventos

	Personas	%
Rango 1 a 2	0	0%
Rango 2 a 3	7	70%
Rango 3 ó más	3	30%
TOTAL	10	100%



Figura 13 Frecuencia de uso de Salón de Eventos

Como indica la figura 13, el 70% de los encuestados han realizado eventos en el cantón Playas, con un rango de 2 a 3 veces entre los 2 años. Y el 30% en un rango de 3 a más veces entre los 2 años.

Pregunta 6

¿Qué generó que usted haya realizado un evento en General Villamil Playas?

Tabla 14
Razones para realizar eventos

	Personas	%
Cercanía	3	30%
Zona atractiva	1	10%
Paquetes de eventos ofrecidos	6	60%
Clima	0	0%
Otros Indique	0	0%
TOTAL	10	100%

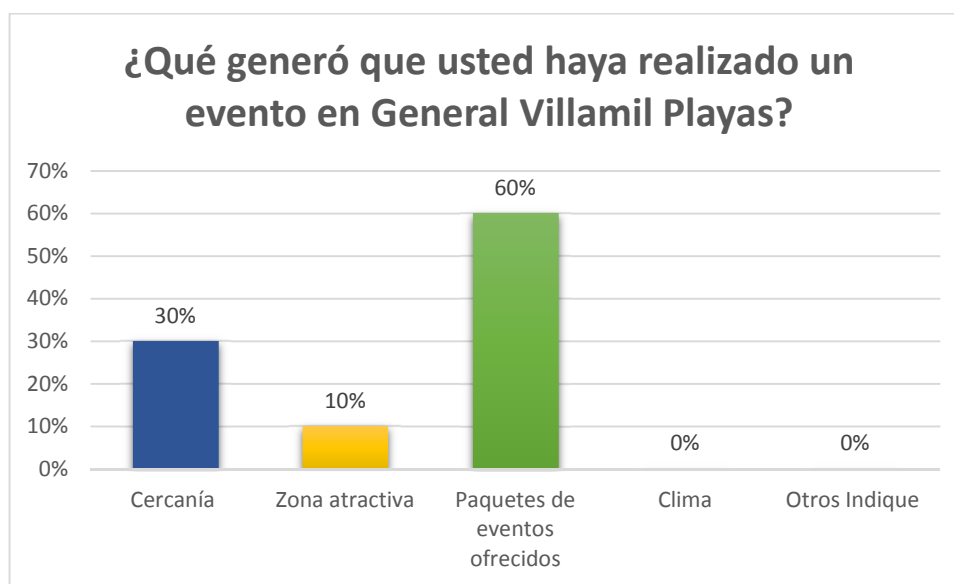


Figura 14 Razones para realizar Eventos

Al momento de preguntarles sobre las razones por las cuales ha realizado un evento en el cantón General Villamil Playas, tal como se puede observar en la figura 14, el 60% de los encuestados respondió que lo hacían por los paquetes de eventos ofrecidos, mientras que solo el 10% indicó que lo hacía por la cercanía.

Pregunta 7

¿Qué salón de eventos de la localidad conoce usted?

Tabla 15
Salones de Eventos Conocidos

	Personas	%
Hotel D'Laverdy	6	60%
Salón de eventos Papi Guillo	0	0%
Salón de eventos Roma	1	10%
Salón de eventos Playa Paraíso	0	0%
Ocean Club	3	30%
Otros Indique	0	0%
TOTAL	10	30%

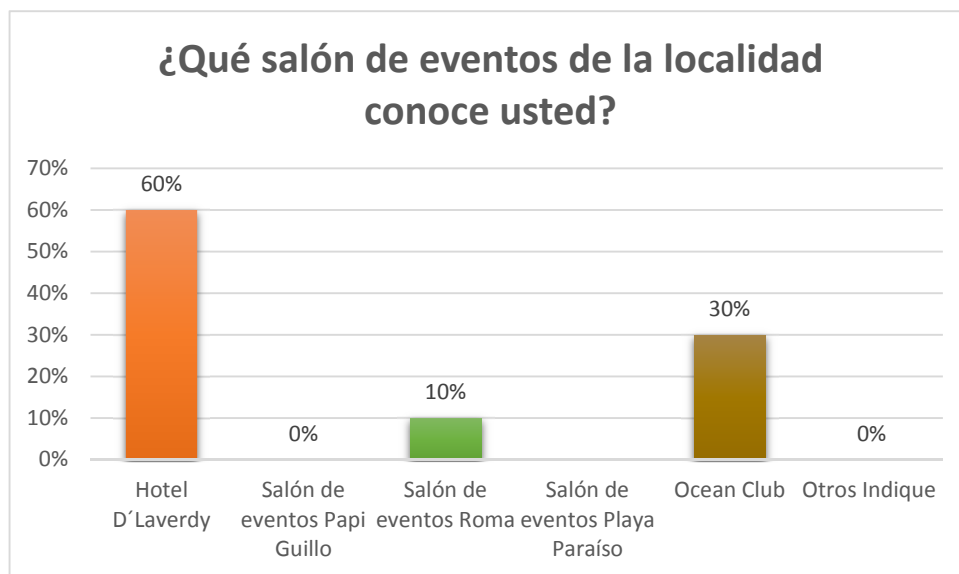


Figura 15 Salones de Eventos Conocidos

Como se puede analizar en la figura 15, el Hotel D'Laverdy es el más conocido, ya que el 60% de los encuestados así lo indicó, mientras que el Salón de eventos Roma solo el 10% lo conoce, lo cual indica que Hotel D'Laverdy tiene ventaja competitiva en comparación a los otros salones de eventos que existen en el cantón Playas.

Pregunta 8

¿Por qué medio se enteró de la existencia del salón de eventos en el cantón General Villamil Playas?

Tabla 16
Conocimiento del Salón de Eventos

	Personas	%
Redes sociales	5	50%
Página Web	2	20%
Páginas especializadas de viaje	0	0%
Prensa escrita	0	0%
Radio local	0	0%
Amistades	2	20%
Familiares	1	10%
Otros Indique	0	0%
TOTAL	10	100%

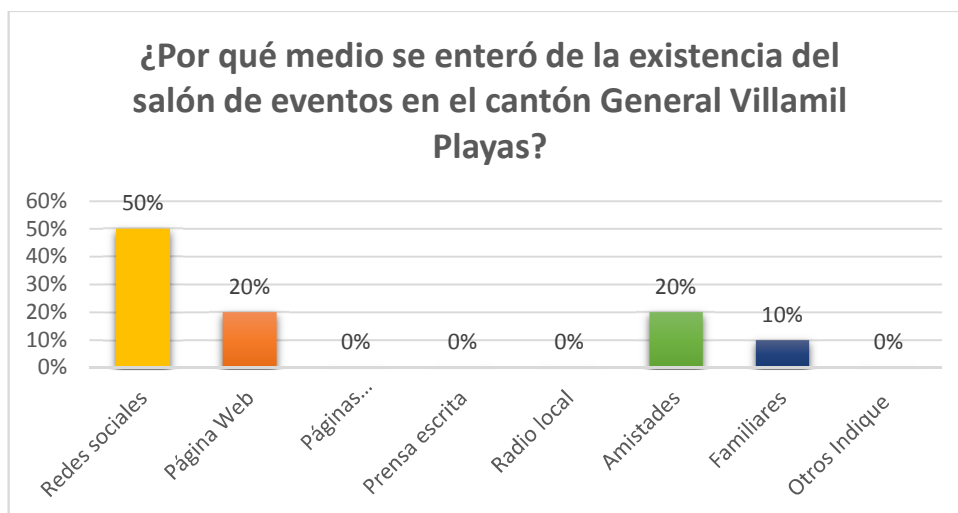


Figura 16 Conocimiento del Salón de Eventos

De acuerdo a la figura 16 la existencia de salones de eventos se da a conocer más a través de las redes sociales, la cual abarca el 50% de los encuestados, siendo el medio de menor porcentaje los familiares, el cual tiene solo el 10%.

4.2.Resultados Cualitativos

4.2.1. Entrevista a personas distinguidas del cantón

Tabla 17
Entrevista

Preguntas realizadas	Aspectos favorables	Aspectos no favorables
¿Qué piensa sobre el turismo en Playas?	Playas es 100% turístico. Por sus características naturales y su ubicación geográfica tiene gran potencial turístico Es la segunda fuente de ingreso más importante en el cantón. Ha ido creciendo en 3 años de acuerdo al programa ruta del pescador. Excelente gastronomía. Lugares paradisiacos como las playas de Engabao, Puerto Engabao, El Faro, Data de Villamil.	Tiene población flotante, vienen por el día. Turistas traen sus alimentos. El turista que viene a Playas lo hace por inercia. No hay un programa de incentivo o fomento turístico debidamente estructurado para ofrecer a los turistas e invitarlos a que se queden no un día o dos sino que pasen inviernos completos. Fortalecer el capital humano en el sector turístico. Falta de infraestructura turística que llame la atención.
¿Usted considera que el cantón Playas tiene infraestructura óptima en salones de eventos?	Cada vez hay una infraestructura creciente. Existen salones de eventos con buena ubicación. Buen sonido.	No son conocidos. Falta publicidad.
¿Qué opina usted sobre las personas locales cree que necesitan capacitación para dar un buen servicio en atención al cliente?	Se ha venido capacitando desde hace tres años a servidores turísticos. Existe capital humano de calidad. Masiva concurrencia a seminarios, talleres. Se logró capacitar al sector Gastronómico inculcó el deseo de seguir aprendiendo.	Poco interés por parte de sectores turísticos y artesanos.
¿En qué cree usted que deberían mejorar los salones de eventos de General Villamil Playas?	No hay salón de nivel alto Existen 3 salones de eventos que están alineados a las exigencias de los corporativos. Buena ubicación de ciertos locales de eventos. Personas de otras ciudades se interesan en casarse en la	Promocionan muy poco lo que tienen El salón de eventos se conoció por medio de las reservaciones por hospedaje de la empresa donde laboró. El turista que es lo que reactiva la economía local no tiene interés en conocer salones de eventos.

playa.

Es tendencia realizar celebraciones en Playas

Buscan las tendencias y modas en decoración para estar a la par con los más exclusivos lugares de eventos.

Buscan salones de eventos para convenciones internacionales.

Hay desconocimiento de las personas locales de los locales de eventos que existen.

Falta un salón de eventos que abarque masivamente a personas para eventos como conciertos o convenciones internacionales.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Del análisis cuantitativo y cualitativo a las encuestas y entrevistas realizadas se obtuvieron las siguientes conclusiones: De acuerdo a los resultados de las encuestas el rango de edad que mayor demanda registra para los salones de eventos es de 31 a 40 años, lo cual nos da la pauta para corregir que la oferta de salón de eventos debe ser direccionada con prioridad para público de dicho rango de edad.

Desde el punto de vista de las características que prefieren los usuarios de las salas de eventos la mayor predisposición sería para las opciones de piscina y música en vivo, dichas características concuerdan con las preferencias de personas que están en el rango de edad que mayor demanda hacen sobre los salones de eventos, dicha características nos da la pauta para inducir la oferta del servicio tomando en cuenta dichas características.

Por su parte el tipo de reunión que mayor demanda tuvo para los salones de eventos fueron los matrimonios con el 46% y los eventos de capacitación con el 34% de preferencias lo cual nos da referencias para promocionar con mayor intensidad sobre estos tipos de eventos.

El nivel de precio que mayor demanda se evidenció fue en rango de entre \$25 - \$30 captando el 97 % lo cual da una idea del nivel adquisitivo de los demandantes del servicio de salón de eventos, el valor mencionado es el correspondiente a una persona e incluye entrada, plato fuerte, postre, bebida, decoración, sonido e iluminación.

5.2.Recomendaciones

De acuerdo al análisis de las conclusiones, derivadas del estudio realizado, se determinó que la realidad socioeconómica del cantón Playas ha evolucionado positivamente en gran medida con respecto a lo que era hace apenas 15 años atrás, lo cual permite establecer excelente expectativa de crecimiento en todo sentido, mucho más ahora con las nuevas obras de infraestructura pública y privada que se viene desarrollando en el cantón y sus zonas de influencias.

Este cúmulo de acciones positivas acarrearán mayor movimiento de inversiones locales, nacionales e internacionales, así como también mayores demandas de producción de bienes y servicios entre ellos mayor demanda de lugares propicios para el desarrollo de eventos y convenciones de todo tipo, por lo que dará lugar a la necesidad de contar con varios locales debidamente ubicados y acondicionados para que cumplan con las expectativas y exigencias de toda clase de clientes que requieran realizar eventos de manera general.

Además hay que innovar siempre para tener éxito, porque cada año salen nuevas modas y un salón de eventos debe estar en la vanguardia y a la expectativa a nivel internacional en cuanto a tendencias y por supuesto realizar la publicidad para que sean conocidos tanto a nivel nacional como internacional.

Por todo aquello se recomienda la existencia de locales debidamente equipados para el desarrollo de eventos de todo tipo que además pueda albergar toda clase de grupos y cumplir con los más exigentes requisitos de personas naturales, empresas o corporaciones ya sea de nivel local, nacional e incluso internacional.

Bibliografía

1. Almecija, A. M., García, J. M., & Acosta, A. P. (2015). *Tamaño de la Muestra y Precisión Estadística*. Almería: Universidad de Almería.
2. Ancin, J. M. (2018). *El plan del Marketing Digital en la Práctica*. Madrid: ESIC
3. Ancona, M. Á. (2018). *Métodos de Encuesta: Teoría y Práctica, Errores y Mejora*. Madrid: Sistesis.
4. Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo. (2016). *La Actividad Turística Española en 2015*. Barcelona: Síntesis S.A.
5. Baquero, J. D. (2016). *Marketing Relacional y Comunicación para situaciones de crisis*. México DF: Bresca.
6. Básica, F. P. (2017). *Tratamiento Informático de Datos*. Madrid: S.A. Editex.
7. Bilbao Exhibition Centre. (2018). *Expo Bodas 2018*. Obtenido de <http://bilbaoexhibitioncentre.com/eventos/expobodas-2018/#.W6lRmHtKjIU>
8. Brown, A. (2016). *Gestión de atención al cliente*. Nueva York: Díaz de Santo.
9. Business Administration & Finance Burlinthon F.P. (2014). *GS - Business Administration & Finance*. Nueva York: Burlinthon Books.
10. Calleja, J. (2016). *Desafío Extremo*. México DF: Aguilar.
11. Cifras, E. e. (2014). *Proyección Cantonal Global*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/proyeccion_cantonal_total_2010-2020.xlsx
12. Cobrerros, M. Á. (2017). *Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Sistesis.
13. Garcilan, J., & Rivera, M. D. (2014). *Marketing Sectorial, Principios y Aplicaciones*. Madrid: ESIC.
14. Gibbs, G. (2015). *El Análisis de Datos Cualitativos en Investigación Cualitativa*. Barcelona: Morata.
15. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas. (2014). *Plan de Ordenamiento Territorial 2014-2019*. General Villamil: GAD MUNICIPAL.
16. Gómez, R. M. (2018). *Eventos Corporativos y Protocolo Empresarial*. Madrid: Starbook.
17. González, B. (2016). *AshotPlayas*. Obtenido de <http://bapugonzalez.com/ashotplayas>

18. INEC 2010. (2014). *Población y Proyección Período Intercensal 2010-2020*. Guayaquil: Inec 2010.
19. Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principios de Marketing* (11 ed.). Mexico: Pearson.
20. Kowalczyk, D. (2017). *Propósitos de la investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa*. Obtenido de Study.com:
<https://study.com/academy/lesson/purposes-of-research-exploratory-descriptive-explanatory.html>
21. Laverdy, L. D. (2016). *Hotel D Laverdy*. Obtenido de
<https://www.facebook.com/hotellaverdy/>
22. McGraw-Hill. (2014). *Marketing en la Actividad Comercial. Grado Medio*. Madrid: McGraw-Hill.
23. Palacios, S. P. (2016). *Introducción al Muestreo*. Guadalajara: Universidad Metropolitana.
24. Pamies, D. S. (2014). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente*. Madrid: ESIC.
25. Peña, C. A. (2017). *Cómo participar en ferias comerciales*. Madrid: Marge Book.
26. Prefectura, G. (13 de Septiembre de 2017). *Nuevo malecón de Playas arranca con la primera piedra para alcantarillado sanitario y pluvial*. Obtenido de
<http://www.guayas.gob.ec/noticias/nuevo-malecon-de-playas-arranca-con-la-primera-piedra-para-alcantarillado-sanitario-y-pluvial>
27. Prisma, E. T. (2017). *Expo Tu Boda*. Obtenido de
<https://www.expotuboda.com.mx/>
28. Rivas, J. A., & Esteban, I. G. (2014). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: ESIC.
29. Romance, E. C. (2017). *Expo Cásate Destinos Romance*. Obtenido de
<http://expocasatedestinos.com/>
30. Sanchez, D. (2015). *Atención telefónica al cliente*. Madrid: Sanchez & Sanchez.
31. Servicios Digitales JCA. (2017). London Wedding Show 2017: Feria de bodas Londres. 1. Londres, Londres, Inglaterra.
32. Siqueira, C. (2017). *Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Obtenido de noticias.universia.cr: noticias.universia.cr/.../tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html

33. Siskind, B. (2015). *Marketing de eventos. Estrategias clave para Ferias Comerciales, Presentaciones, Conferencia y otros Eventos*. Valencia: Deusto S.A. Ediciones.
34. Tejedor, F. J. (2014). *Tablas Estadísticas*. Lisboa: La Muralla.
35. Tiesca, R., Navarro, E., & Borda, M. (2014). *Métodos Cuantitativos 4A Ed. Herramientas para la Investigación en Salud*. México: Universidad del Norte.
36. Turismo, M. d. (2015). Turismo en el Balneario de General Villamil. *Ecuaturism*, 5.
37. Turístico, E. (Marzo de 2015). *Deportes extremos en Ecuador Kitesurf para los apasionados del mar*. Obtenido de <https://www.ecuador-turistico.com/2015/04/deportes-extremos-en-ecuador-kitesurf.html>
38. Viegas, L., & NC, S. (2018). *Para Planificadores Xtraordinaire*. Obtenido de <http://www.plannersxtraordinaire.com/>

Anexos

Encuesta Persona Natural	
¿Seleccione entre las opciones en qué rango de edad se encuentra?	
<input type="radio"/>	18 - 30
<input type="radio"/>	31- 40
<input type="radio"/>	41 ó más
¿Cuál es su lugar de procedencia?	
<input type="radio"/>	Gral. Villamil Playas
<input type="radio"/>	Data de Villamil
<input type="radio"/>	Data de Posorja
<input type="radio"/>	Posorja
<input type="radio"/>	San Antonio
<input type="radio"/>	Puerto del Morro
<input type="radio"/>	Morro
<input type="radio"/>	Guayaquil
<input type="radio"/>	Otros Indique su ciudad
¿Ha realizado alguna fiesta o actividad en un salón de eventos de Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Si
<input type="radio"/>	No
En caso de que su respuesta de la pregunta anterior fuera no ¿Le gustaría realizar un evento en el cantón Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Si
<input type="radio"/>	No
¿Qué le gustaría que ofrezca el salón de eventos?	
<input type="radio"/>	Piscina
<input type="radio"/>	Maestro de ceremonia
<input type="radio"/>	Música en vivo
<input type="radio"/>	Hospitalidad y amabilidad
<input type="radio"/>	Decoración y ambientación del Salón de eventos
<input type="radio"/>	Servicio de recepción a invitados
<input type="radio"/>	Servicio de Buffet
<input type="radio"/>	Calidad de alimentos y bebidas
<input type="radio"/>	Dj, Proyector, Luces, Cámara de humo
<input type="radio"/>	Hora Loca
<input type="radio"/>	Una noche gratis en el hotel para los homenajeados
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Qué tipo de evento ha realizado?	
<input type="radio"/>	Matrimonio
<input type="radio"/>	Cumpleaños
<input type="radio"/>	Reuniones familiares
<input type="radio"/>	Graduaciones
<input type="radio"/>	Convenciones
<input type="radio"/>	Capacitaciones
<input type="radio"/>	Charlas informativas
<input type="radio"/>	Congresos
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Cuánto usted ha pagado por un evento social por persona?	
<input type="radio"/>	\$25 a \$30
<input type="radio"/>	\$31 a \$40
<input type="radio"/>	Más de \$40
¿Por qué medio se enteró de la existencia del salón de eventos en el cantón Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Redes sociales
<input type="radio"/>	Página Web
<input type="radio"/>	Páginas especializadas de viaje
<input type="radio"/>	Prensa escrita
<input type="radio"/>	Radio local
<input type="radio"/>	Amistades
<input type="radio"/>	Familiares
<input type="radio"/>	Otros Indique
Le gustaría continuar haciendo eventos en el cantón Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Si
<input type="radio"/>	No

Figura 17 Encuesta Persona Natural

Encuesta Clientes Corporativos	
¿Es empresa privada o pública?	
<input type="radio"/>	Sí
<input type="radio"/>	No
¿Cuál es su lugar de procedencia?	
<input type="radio"/>	Gral. Villamil Playas
<input type="radio"/>	Data de Villamil
<input type="radio"/>	Data de Posorja
<input type="radio"/>	Posorja
<input type="radio"/>	San Antonio
<input type="radio"/>	Puerto del Morro
<input type="radio"/>	Morro
<input type="radio"/>	Guayaquil
<input type="radio"/>	Otros Indique su ciudad
¿Qué tipo de evento ha realizado en el cantón Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Cumpleaños
<input type="radio"/>	Convenciones
<input type="radio"/>	Capacitaciones
<input type="radio"/>	Reuniones de negocios
<input type="radio"/>	Charlas informativas
<input type="radio"/>	Congresos
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Qué le gustaría que ofrezca el salón de eventos?	
<input type="radio"/>	Piscina
<input type="radio"/>	Maestro de ceremonia
<input type="radio"/>	Música en vivo
<input type="radio"/>	Hospitalidad y amabilidad
<input type="radio"/>	Decoración y ambientación del Salón de eventos
<input type="radio"/>	Servicio de recepción a invitados
<input type="radio"/>	Servicio de Buffet
<input type="radio"/>	Calidad de alimentos y bebidas
<input type="radio"/>	Dj, Proyector, Luces, Cámara de humo
<input type="radio"/>	Hora Loca
<input type="radio"/>	Una noche gratis en el hotel para los homenajeados
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Cuántas veces ha realizado eventos en General Villamil Playas en los últimos dos años?	
<input type="radio"/>	Rango 1 a 2
<input type="radio"/>	Rango 2 a 3
<input type="radio"/>	Rango 3 ó más
¿Qué generó que usted haya realizado un evento en Gral. Villamil	
<input type="radio"/>	Cercanía
<input type="radio"/>	Zona atractiva
<input type="radio"/>	Paquetes de eventos ofrecidos
<input type="radio"/>	Clima
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Qué salón de eventos de la localidad conoce usted?	
<input type="radio"/>	Salón de eventos Papi Guillo
<input type="radio"/>	Salón de eventos Roma
<input type="radio"/>	Salón de eventos Playa Paraíso
<input type="radio"/>	Ocean Club
<input type="radio"/>	Otros Indique
¿Porqué medio se enteró del salón de eventos del cantón Gral. Villamil Playas?	
<input type="radio"/>	Redes sociales
<input type="radio"/>	Página Web
<input type="radio"/>	Páginas especializadas de viaje
<input type="radio"/>	Prensa escrita
<input type="radio"/>	Radio local
<input type="radio"/>	Amistades
<input type="radio"/>	Familiares
<input type="radio"/>	Otros Indique

Figura 18 Encuesta Clientes Corporativos



Figura 19 Vista panorámica Nocturna Cantón Playas

Fuente: ASHOTPLAYAS

¡Bienvenidos a Playas!
Segundo Mejor Clima del Mundo

El **Hotel D'Laverdy** les da una excelente bienvenida al cantón Playas, a 45 minutos de la ciudad de Guayaquil, poniendo a su disposición sus confortables habitaciones y la calidez de quienes conformamos este equipo de trabajo.



Playas
Con más de 14 km. de franja costera y 500 metros de arena, nuestras amplias playas son ideales para disfrutar del sol, el mar, y la saludable brisa única en el Ecuador. Para una placentera estancia en nuestras playas, disponemos de habitaciones con TV por cable, aire acondicionado, baño privado con agua caliente, amplio parqueadero y también contamos con servicio de internet gratuito para nuestros huéspedes.

El hotel pone a su disposición el servicio de restaurante y cafetería donde ofrecemos comida típica ecuatoriana, los mejores desayunos y es un lugar ideal para celebrar reuniones informales o empresariales.

Deportes
Más de una docena de puntos de surf, además de diversos deportes náuticos como el Sup se practican en nuestras playas.

Ecoturismo
Deléitese con los juguetones y acrobáticos delfines en un paseo en panga desde el Puerto de El Morro hacia la isla de los pájaros.

Gastronomía
Exquisitos platos preparados por expertos en mariscos. Playas le invita a degustar de verdaderos manjares con productos frescos.













Figura 20 Sesión Fotográfica Salón de Evento Hotel D Laverdy

Fuente: Hotel D'Laverdy



Figura 21 Mapa geográfico del Cantón Playas

Fuente: Hotel D'Laverdy



Figura 22 Servicio de Turismo del Cantón Playas

Fuente: ASHOTPLAYAS



Figura 23 Proyección del nuevo malecón del Cantón Playas

Fuente: Prefectura Guayas



Figura 24 Skysurfing

Fuente: Ecuador Turístico



Figura 25 Paddle Boarding

Fuente: Ecuador Turístico



Figura 26 Windsurfing

Fuente: Ecuador Turístico



Figura 27 ExpoBoda

Fuente: ExpotuBoda



Figura 28 Servicios que brindan los Salones de Eventos

Fuente: ExpoCásateDestinos

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES												
2010-2020												
Código	Nombre de canton	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
921	PLAYAS	43.151	44.635	46.159	47.717	49.311	50.940	52.607	54.308	56.044	57.817	59.628

Figura 29 Proyección de la Población del cantón Playas

Fuente: Ecuador en cifras



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vanegas Yagual Helen Lisset**, con C.C: # 0925642282 autora del “**Análisis del comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy**” previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN GERENCIA DE MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 27 de noviembre de 2018

f. _____
Nombre: Vanegas Yagual Helen Lisset
C.C:0925642282

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Análisis del comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy”		
AUTOR(ES)	Econ. Helen Lisset Vanegas Yagual		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Espinoza Alcívar Diana Piedad, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Gerencia de Marketing		
GRADO OBTENIDO:	Máster en Gerencia de Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	27 de noviembre de 2018	No. DE PÁGINAS:	57 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Turismo, Población, Empresa, Salón de eventos, Marketing, Servicio al cliente.		
PALABRAS KEYWORDS:	CLAVES/	Salón de eventos, cantón General Villamil Playas, eventos, consumo de salones de eventos, servicios, Hotel D’Laverdy, satisfacción de los clientes.	
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>En este ensayo se analizó el comportamiento de consumo de salas de eventos en el cantón General Villamil Playas, caso Hotel D’Laverdy, con el fin de poder determinar cuáles son los factores que influyen en la demanda de los salones de eventos. Para eso, se llevó a cabo varias etapas, las cuales fueron muy relevantes. Primero se hizo una revisión teórica de como las celebraciones a nivel nacional e internacional, han ido cambiando con el pasar de los años. Se utilizaron 2 métodos en este proyecto, el cualitativo porque se realizaron entrevistas a personas distinguidas del cantón General Villamil Playas y cuantitativo debido a que se usó el instrumento de la encuesta. Se realizaron las encuestas a: a) la muestra de 382 personas del cantón General Villamil Playas y b) 10 clientes corporativos del salón de eventos del Hotel D’Laverdy. Este estudio permitió obtener valiosas pautas que permitirán tener un conocimiento amplio de los requerimientos y características del servicio en forma global. Por otra parte, en virtud de la inversión que ha significado contar con establecimientos que estén en condiciones de ofertar un servicio de gama alta, se busca promocionar y desarrollar eventos de alta exigencia satisfaciendo las necesidades de las personas naturales y corporativas, generando más plazas de trabajo e ingresos, fortaleciendo el sector de salones de eventos a nivel nacional e internacional, todo aquello en su conjunto contribuirá al desarrollo del cantón General Villamil Playas.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-980137952		E-mail: econheli1986@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ing. María Fernanda Bejar Feijó		
	Teléfono: +593-4-2206951 -52-53 EXT:5013		
	E-mail: maria.bejar@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			