



**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA  
PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA  
MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE  
QUITO.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en  
Diseño Gráfico**

**AUTOR: EDGAR JHOAN FLOR LEON**

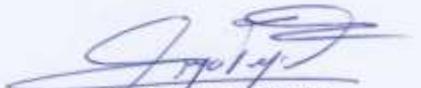
**TUTOR: DIEGO TRUJILLO**

**Quito, 2018**

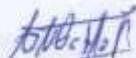
## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 8 de mayo del 2018

El equipo asesor del Trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **FLOR LEÓN EDGAR JHOAN** de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO** cuyo tema de investigación fue: **CREACIÓN DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LAS HOSTAL PRESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



MSC. DIEGO TRUJILLO  
LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
ING. GALO CISNEROS MSC.  
DIRECTORA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO



MSC. ALEJANDRO CASTILLO  
LECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. GALO CISNEROS MBA  
COORDINADOR DE UNIDAD DE DESARROLLO DE PROYECTOS DE TITULACIÓN  
"CORDILLERA"



### CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño  
Teléfono: 2255460 / 2269900  
E-mail: [instituto@cordillera.edu.ec](mailto:instituto@cordillera.edu.ec)  
Pág. Web: [www.cordillera.edu.ec](http://www.cordillera.edu.ec)  
Quito - Ecuador

### CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y  
Av. de la Prensa (esq.)  
Edif. Cordillera  
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

### CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163  
y Yacuambi (esq.)  
Telf.: 2262041

### CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Telf.: 2246036

### CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Telf: 2249994

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Edgar Jhoan Flor León, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad



---

Edgar Jhoan Flor León  
C.C: 1713968574

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Edgar Jhoan Flor León portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1713968574** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado, Creación de una imagen corporativa y campaña publicitaria para la Hostal Residencial La Mundial ubicada en el distrito metropolitano de Quito, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



---

Edgar Jhoan Flor León

C.C: 1713968574

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto está dedicado a todas las personas que hicieron posible este momento, en especial a toda mi familia y sobre todo a mis padres quienes me apoyan día a día aconsejándome y motivándome a siempre seguir adelante y nunca rendirme, quieren me criaron con mucho amor para ser un hombre de bien con muchos valores. Este proyecto también está dedicado a dos personas muy importantes en mi vida que lamentablemente ya no están a mi lado pero siempre me motivaron y ayudaron a seguir adelante este gran logro es gracias a todos ellos y solo quiero que sepan que sin ellos no lo hubiese logrado.

## **AGRADECIMIENTO**

Este proyecto esta dedicado en agradecimiento muy especial a todos mis docentes del Instituto Tecnológico Cordillera que supieron impartir sus conocimientos conmigo para lograr tener todas las habilidades que ahora poseo, agradezco a las autoridades del instituto por ofrecernos la infraestructura para poder tener un aprendizaje del más alto nivel, agradezco a mi padres por poder darme una educación de primera y siempre apoyarme en todo, quiero dar un agradecimiento muy especial a mi tutor Diego Trujillo quien me acompaño en el paso a paso de este proyecto y me aconsejo de la mejorar manera a todos ellos Gracias.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO 1.....	1
ANTECEDENTES.....	1
<b>1.1 CONTEXTO.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 JUSTIFICACION.....</b>	<b>3</b>
MATRIZ T.....	4
ANALISIS DE INVOLUCRADOS.....	5
MATRIZ ANALISIS DE INVOLUCRADOS.....	6
ARBOL DE PROBLEMAS.....	7
ARBOL DE OBJETIVOS.....	8
CAPITULO 4.....	9
4.1 Análisis de Alternativas.....	9
<b>4.2 Tamaño del proyecto.....</b>	<b>10</b>
<b>4.3 Ubicación del proyecto.....</b>	<b>13</b>
<b>4.4 Análisis ambiental.....</b>	<b>14</b>
<b>4.5 Análisis de alternativas.....</b>	<b>15</b>
<b>4.6 Diagrama de estrategias.....</b>	<b>16</b>
<b>4.7 Matriz marco lógico.....</b>	<b>17</b>
a. Revisión de Criterios para los Indicadores.....	17
b. Selección de Indicadores.....	21
c. Medios de Verificación.....	25
d. Supuestos.....	29
Matriz Marco Lógico.....	32
<b>5. Propuesta.....</b>	<b>35</b>
<b>5.1 Antecedentes de la propuesta.....</b>	<b>35</b>
<b>5.2 Descripción de la herramienta.....</b>	<b>42</b>
<b>5.2.1. Encuesta.....</b>	<b>42</b>
<b>5.2.2 Resultados.....</b>	<b>45</b>
<b>5.3 Formulación del proceso de aplicación.....</b>	<b>55</b>
<b>5.3.1. Área corporativa.....</b>	<b>55</b>
<b>5.3.2. Área publicitaria.....</b>	<b>64</b>
<b>5.3.2.1. Brief:.....</b>	<b>64</b>

5.3.2.2. Grupo objetivo: .....	66
5.3.2.3. Problemas comunicacionales:.....	67
5.3.2.4. Objetivos publicitarios:.....	67
5.3.2.5. Estrategia creativa.....	68
5.3.2.6. Plan de medios .....	69
5.3.2.7. Presupuesto de medios .....	71
Costo de produccion.....	71
Redes sociales.....	71
Revista.....	71
Prensa.....	72
Material P.O.P.....	72
5.3.2.8. Pautaje .....	72
Medios principales .....	72
Medios secundarios .....	72
Medios de mantenimiento.....	73
Flow Chart.....	73
5.3.2.9. Diseño de piezas graficas.....	74
6. Aspectos administrativos .....	80
6.1. Recursos .....	80
6.1.1. Técnicos - tecnológicos .....	80
6.1.2. Humano.....	82
6.1.3. Económico.....	83
Gastos operativos .....	83
6.03. Cronograma.....	85
7. Conclusiones y recomendaciones .....	87
7.1. Conclusiones .....	87
7.2. Recomendaciones .....	88
Referencias bibliográficas.....	89
ANEXOS.....	90

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de involucrados .....	5
Figura 2 Árbol de Problemas .....	7
Figura 3 Árbol de objetivos .....	8
Figura 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones .....	9
Figura 5 Localización del Proyecto.....	13
Figura 6 Diagrama de Estrategias .....	16
Figura 7 Pregunta uno .....	45
Figura 8 Pregunta dos.....	46
Figura 9 Pregunta tres .....	47
Figura 10 Pregunta cuatro .....	48
Figura 11 Pregunta cinco.....	49
Figura 12 Pregunta seis .....	50
Figura 13 Pregunta siete .....	51
Figura 14 Pregunta ocho .....	52
Figura 15 Pregunta nueve.....	53
Figura 16 Pregunta diez.....	54

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de las fuerzas T.....	4
Tabla 2 Análisis de involucrados .....	6
Tabla 3 Impacto de los objetivos.....	15
Tabla 4 Revisión de los Criterios para Indicadores.....	17
Tabla 5: Selección de indicadores .....	21
Tabla 6: Medios de verificación .....	25
Tabla 7: Supuestos .....	29
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico .....	32
Tabla 9: Pregunta uno .....	45
Tabla 10 Pregunta dos .....	46
Tabla 11 Pregunta tres.....	47
Tabla 12 Pregunta cuatro.....	48
Tabla 13 Pregunta cinco .....	49
Tabla 14 Pregunta seis.....	50
Tabla 15 Pregunta siete .....	51
Tabla 16 Pregunta ocho .....	52
Tabla 17 Pregunta nueve.....	53
Tabla 18 Pregunta diez .....	54
Tabla 19 Plan de medios .....	70
Tabla 20 Presupuesto de medios .....	71
Tabla 21 Pautaje de redes sociales.....	71
Tabla 22 Pautaje Revista.....	71
Tabla 23 Pautaje de Prensa .....	72
Tabla 24 Pautaje de material POP.....	72
Tabla 25 Pautaje Medios principales.....	72

<b>Tabla 26 Pautaje Medios secundarios .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 27 Pautaje Medios de mantenimiento .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 28 Flow Chart .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 29 Gastos operativos.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 30 Aplicación del proyecto.....</b>	<b>84</b>
<b>Tabla 31 Cronograma.....</b>	<b>85</b>

## **RESUMEN**

Dentro del presente proyecto se especifica la importancia del manejar una adecuada imagen corporativa y el uso correcto de los medios de publicidad para poder generar reconocimiento y aumentar los ingresos, dentro de un mercado competitivo tan grande que es el sector hotelero. El establecimiento seleccionado para realizar el presente proyecto fue la Hostal Residencial La Mundial ya que al tener problemas de reconocimiento en el mercado, comenzó a manejar números bajos en huéspedes. Esto se debe a que desconocían el manejo de una imagen corporativa adecuada para el establecimiento y desconocían de los medios publicitarios para promocionar al establecimiento. La solución que manejaban era cambiar la rotulación de la fachada exterior pero se mantenían con el mismo problema, por lo tanto al implementar una imagen corporativa adecuada y al manejar una campaña publicitaria se busca generar mayor reconocimiento y una mayor afluencia de turistas.

## **ABSTRACT**

Within this project we specify the importance of managing an adequate corporate image and the correct use of the means of publicity in order to generate recognition and increase revenues, within a competitive market so great that it is the sector Hotel. The establishment selected to carry out this project was the residential hostel La Mundial because having problems of recognition in the market, began to handle low numbers in guests. This is because they were unaware of the management of a suitable corporate image for the establishment and were unaware of the advertising means to promote the establishment. The solution they managed was to change the labeling of the exterior but they were kept with the same problem, therefore, by implementing a suitable corporate image and in managing an advertising campaign, it seeks to generate greater recognition and greater Influx of tourists

## CAPITULO 1

### ANTECEDENTES

#### 1.1 CONTEXTO

Un hotel es un lugar que recibe turistas, equipado para albergar a las personas de manera temporal, ya sea por turismo o alguna razón laboral.

Dentro de sus servicios básicos se incluye una cama, armario y un baño privado. Otros servicios que se pueden incluir son televisiones, neveras, y sillas. Existen servicios de uso común para todos los huéspedes como restaurantes, bar y cuarto de lavado.

Existe una clasificación que se le da a los establecimientos hoteleros basada en estrellas entre 5 y 1, los hoteles de 5 estrellas son aquellos que brindan mayor confort y comodidad al huésped mientras que los de 1 estrella brindan solamente los servicios básicos.

(Merino, 2009)

El sector hotelero ecuatoriano se había caracterizado por tener un gran crecimiento de turistas gracias a la publicidad realizada por el gobierno.

Quito ha sido galardonada como uno de los mejores lugares turísticos para visitar por lo tanto se convierte en el destino número uno de turistas.

---

Actualmente existen varios factores que han influido en la disminución de turistas en este sector como el aumento de la oferta hotelera en la ciudad o la inestabilidad política y social que atraviesa el país.

(Ramirez, 2016)

La hostel residencial La Mundial es un establecimiento de hospedaje ubicado a pocos minutos del centro histórico de Quito que abre sus puertas a todo público incluyendo turistas nacionales y extranjeros. Ubicado en una zona de mucha competencia la hostel residencial La Mundial se ha mantenido operativa gracias a la calidad que ofrece dentro de su establecimiento y a la dedicación y empeño que le dan todos y cada uno de sus administradores y empleados.

Con 40 años desde su adquisición la hostel residencial La Mundial es un negocio familiar que nace gracias a la necesidad de generar una fuente de ingresos y una fuente de trabajo para toda la familia.

Siendo el primero en el sector de la Versalles era un establecimiento muy demandado años atrás, al ver el éxito que tenía comenzaron a aparecer varios establecimientos que ofrecían los mismos servicios, de esta manera ha ido perdiendo clientela con el pasar de los años.

*(Propietaria. Y. Pallo.2018)*

---

Actualmente la hostel residencial La Mundial maneja cifras bajas en huéspedes ya que no es reconocido por el inadecuado uso de una imagen corporativa y la inexistencia de una campaña de difusión la cual le permita dar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector hotelero.

## **1.2 JUSTIFICACION**

El problema encontrado en la hostel residencial La Mundial, es el inadecuado manejo de una imagen corporativa y la inexistencia de una campaña de difusión la cual le de reconocimiento al establecimiento. Por lo tanto el posicionamiento en el mercado competitivo del sector es nulo. Al ser un negocio familiar nunca se vieron en la necesidad de manejarse con una imagen corporativa lo cual ha afectado la situación económica de sus propietarios, y la inexistencia de una campaña adecuada de difusión no le permite al establecimiento manejar cifras altas de huéspedes.

Por lo cual, el presente proyecto está enfocado en la creación de su propia imagen corporativa para darle reconocimiento al establecimiento y en la creación de una campaña de difusión la cual le de reconocimiento dentro de los varios medios de difusión que hay en la actualidad tanto publicidad por medios gráficos e internet el cual es una herramienta masiva para promocionar servicios.

## MATRIZ T

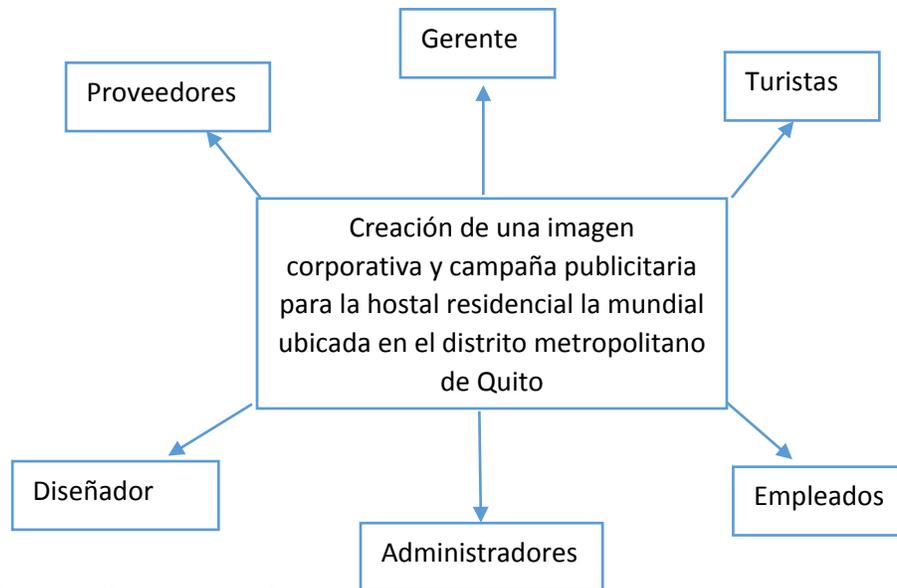
Tabla 1 Análisis de las fuerzas T

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Escaso nivel de clientela y por falta de conocimiento de la empresa (Cierre de la empresa)	Manejo inadecuado de una imagen corporativa e inexistencia de publicidad				Mayor afluencia y reconocimiento por parte de los turistas
<b>Fuerza impulsadora</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>I</b>	<b>PC</b>	<b>Fuerza bloqueadora</b>
Identificación de problemas comunicacionales	4	5	5	3	Inadecuada identificación de problemas comunicacionales
Diseño de una nueva imagen corporativa	3	4	5	4	Diseños ineficientes
Creación de estrategias publicitarias	4	5	4	2	Uso inadecuado de estrategias publicitarias
Selección de medios publicitarios adecuados	4	5	5	4	Inadecuada selección de medios publicitarios
Creación de campaña publicitaria	5	5	4	3	Desinterés por parte del gerente

Elaborado por: Edgar Flor

---

## ANALISIS DE INVOLUCRADOS



*Figura 1 Mapa de involucrados  
Elaborado por: Edgar Flor*

## MATRIZ ANALISIS DE INVOLUCRADOS

Tabla 2 Análisis de involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Diseñador	Creación de la imagen y publicidad del establecimiento	Falta de una imagen corporativa y publicidad	Materiales Humanos Financieros	Darle reconocimiento al establecimiento	Desinterés por parte del gerente
Gerente	Difundir al establecimiento para generar mayor demanda	Desconocimiento del establecimiento por falta de una imagen corporativa y falta de publicidad	Materiales Humanos Financieros Administrativos	Mayor reconocimiento por parte de los turistas	Desconocimiento de diseño gráfico
Administradores	Financiar el proyecto para promover al establecimiento	Mala inversión de los recursos económicos	Materiales Financieros Humanos Administrativos	Incrementar sus ingresos	Permisos Competencia Impuestos
Empleados	Tener afluencia de turistas	Sueldos mal remunerados	Materiales	Brindar todos los servicios que requiere el establecimiento	Quedarse sin empleo
Proveedores	Desinterés en ofrecer sus productos al establecimiento	Poca demanda de los productos	Materiales Financieros Humanos	Incremento en sus ventas	Perdida del cliente
Turistas	Desconocimiento del establecimiento	Escasa información sobre el sector	Económicos	Conocer sitios turísticos	Turismo

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

**ARBOL DE PROBLEMAS**

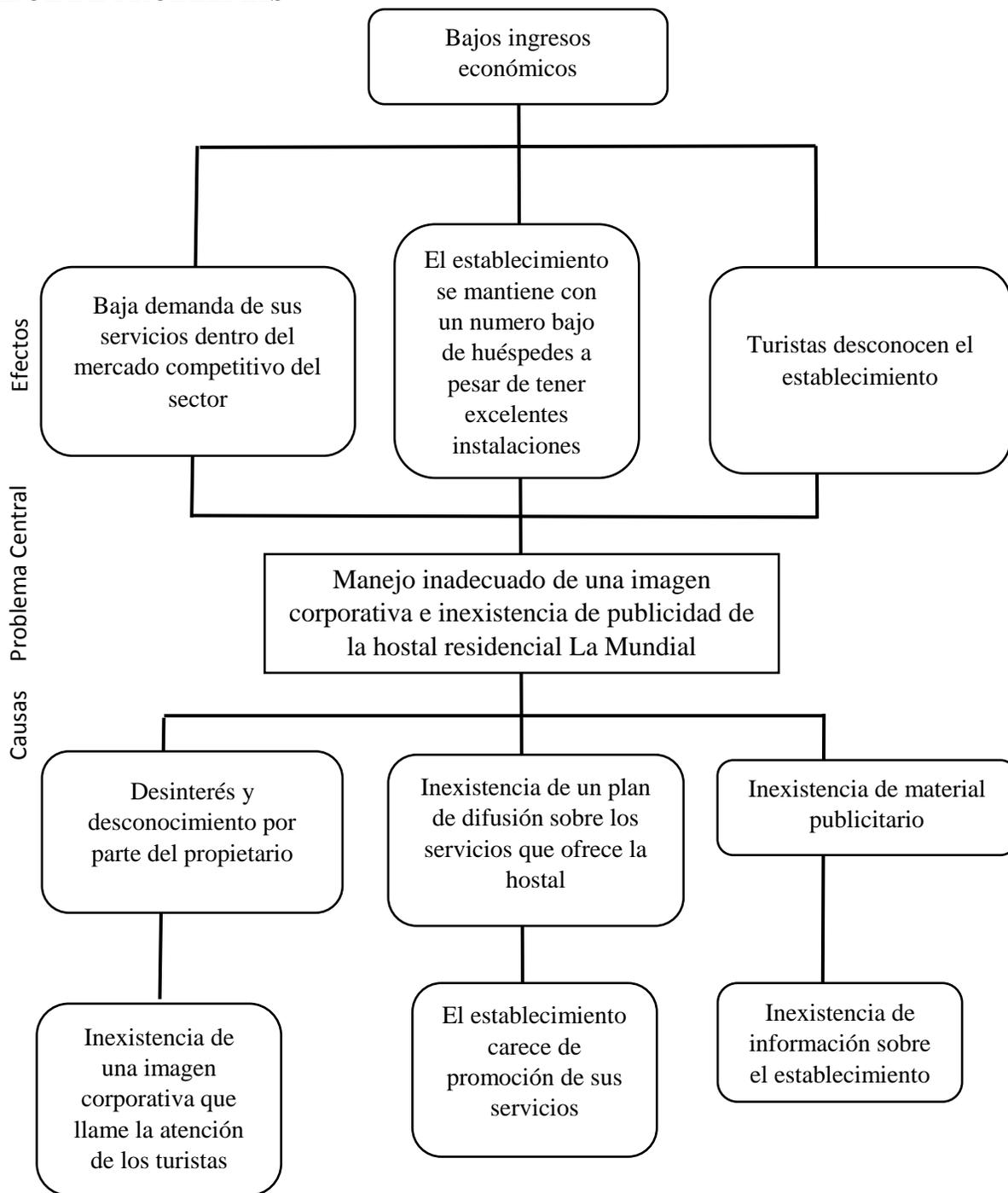


Figura 2 Árbol de Problemas

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

## ARBOL DE OBJETIVOS

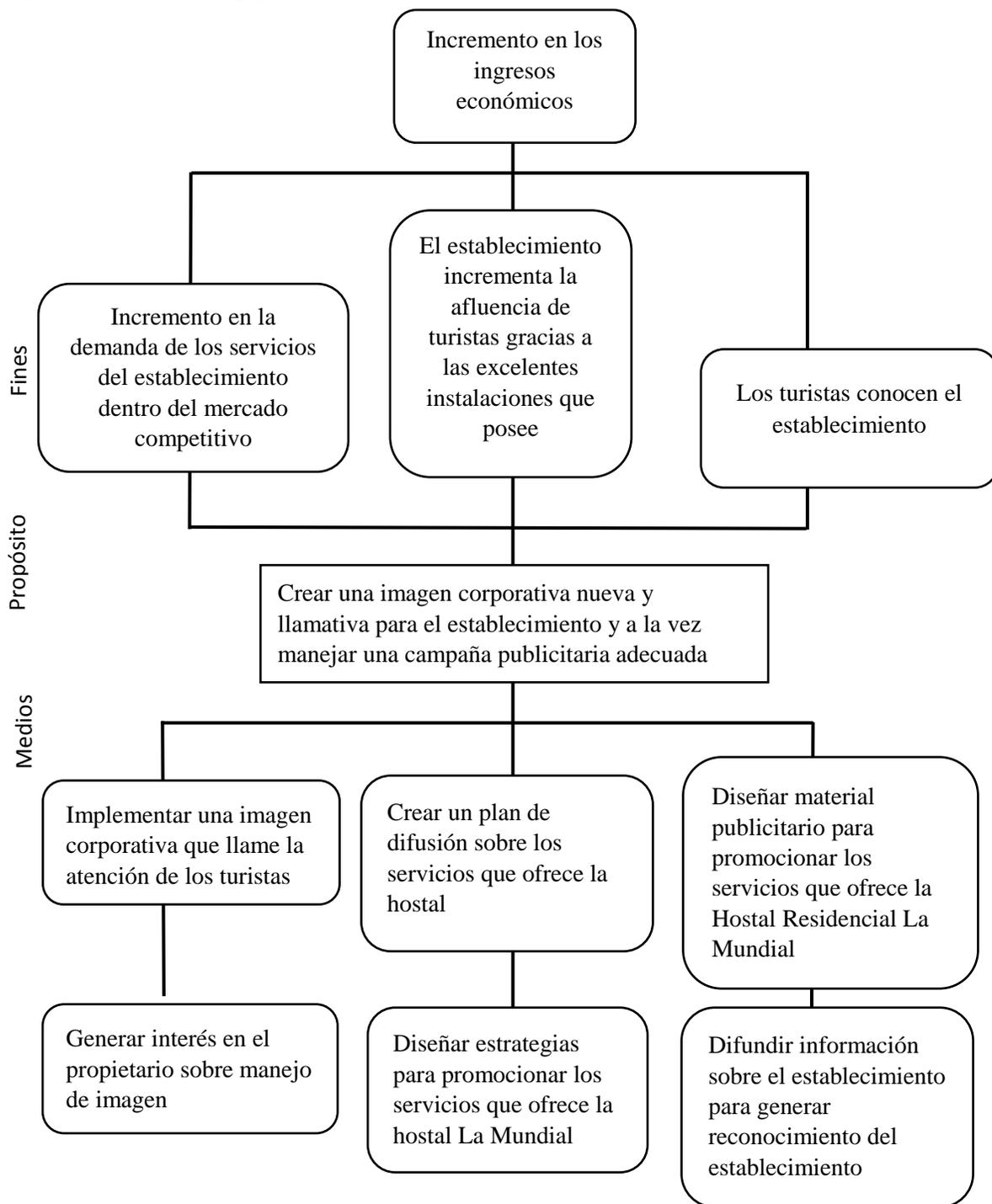


Figura 3 Árbol de objetivos

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

## CAPITULO 4

### 4.1 Análisis de Alternativas

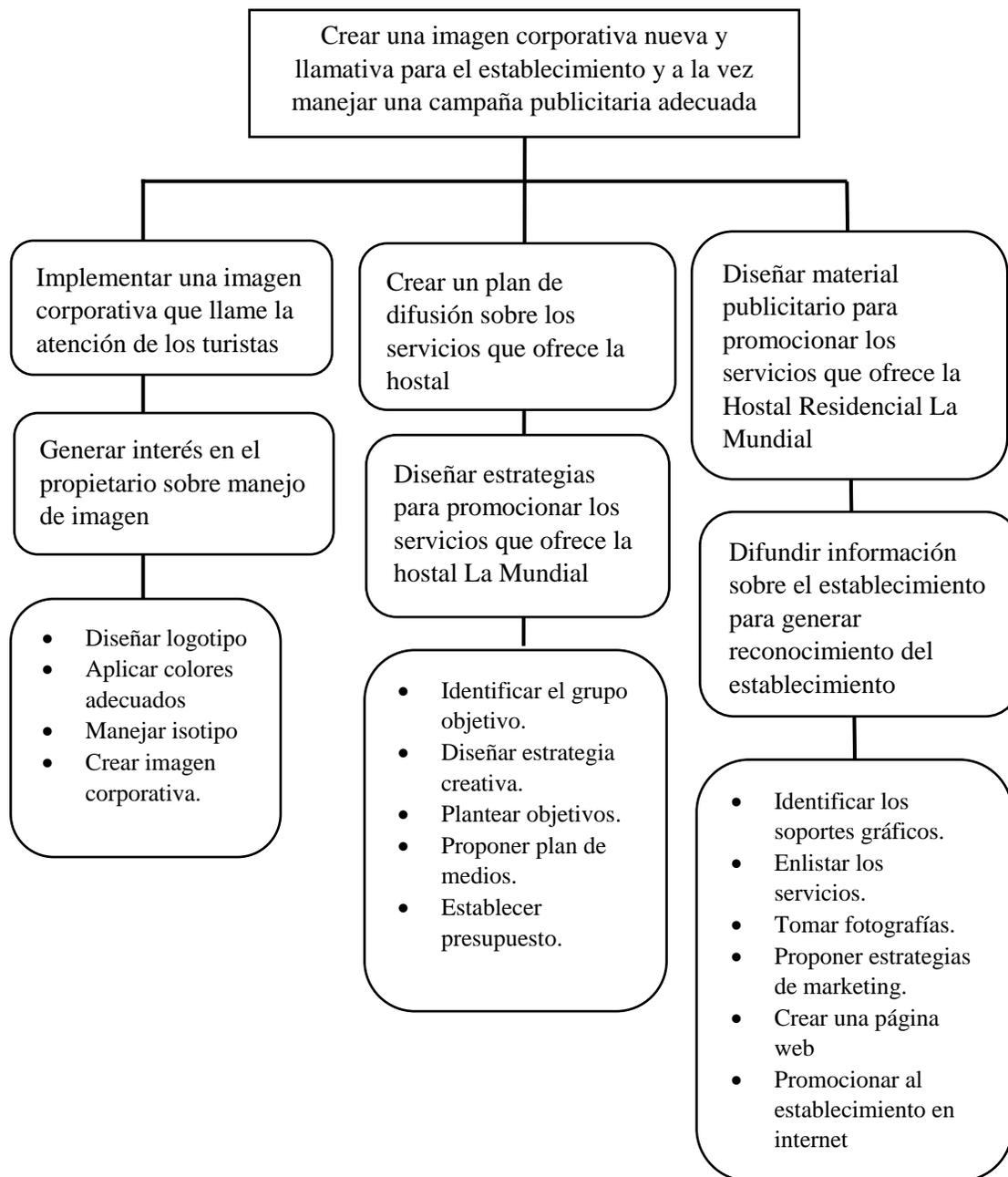


Figura 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

---

## 4.2 Tamaño del proyecto

### Grupo objetivo

**Género:** Masculino/ Femenino

**Edad:** 18 años a 30 años

**Ubicación geográfica:** Centro Histórico de Quito

**Nivel socio económico:** Medio

**Ocupación:** Turistas

El presente proyecto está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros del Centro Histórico de Quito, tanto masculino como femenino y de todas las edades, ya que los turistas que habitualmente acuden a estas instalaciones como hoteles pueden ser de todas las edades tanto niños acompañados de sus padres como adultos.

La ubicación donde estará implementado el presente proyecto es la ciudad de Quito principalmente donde se busca mayor impacto es el Centro Histórico de Quito ya que es un lugar donde hay una mayor concentración de turistas.

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Se busca impactar en personas de un nivel socio económico medio ya que el establecimiento brinda instalaciones cómodas, pero no de primer nivel como las que se encontrarían en hoteles de 4 estrellas. El establecimiento brinda todos los servicios necesarios para hacer una estadía placentera al turista

La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia.

(Hernandez, 2008)

### Calculadora de muestra para proporciones

Calcula el tamaño de muestra que necesitas cuando tu encuesta mide un porcentaje o proporción (por ejemplo, el % de personas que fuman en la población). En esta calculadora avanzada podrás ver cómo se relacionan margen de error, nivel de confianza y tamaño de muestra. Más información sobre las fórmulas empleadas aquí.

Para usar la calculadora:

- Indica el tamaño del universo y qué grado de heterogeneidad hay en la población.
- Indica 2 de los 3 parámetros restantes. Por ejemplo, si indicas la muestra y el nivel de confianza, podrás calcular el margen de error.
- Pulsa en CALCULAR. El valor calculado quedará destacado.

40587

**TAMAÑO DEL UNIVERSO**

Número de personas que componen la población a

5

**MARGEN DE ERROR %**

Menor margen de error requiere mayor muestra.

381

**MUESTRA**

Personas a encuestar.

50

**HETEROGENEIDAD %**

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor

95

**NIVEL DE CONFIANZA %**

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.

Fuente: NetQuest

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

El Centro Histórico de Quito cuenta con una población de 40587 habitantes.

Fuente: INEC

E= Error máximo

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

n= muestra

Formula

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

n=?

N= 40587

K=1.96

E=5%

p=50%

q=50%

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 40587}{(0.5^2 \cdot (40587 - 1)) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = \frac{38979.75}{101147.46} = 381$$

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

De 40587 habitantes se tomara una muestra de 381 habitantes.

### 4.3 Ubicación del proyecto

La ubicación donde se implementará el presente proyecto, sera en el sector de la América, entre la calles Versalles N17-170 y Asunción. La hostel La Mundial se encuentra ubicada entre las empresas Comerquimicorp Cía. Ltda. he Impacto Visual



*Figura 5 Localización del Proyecto*

*Fuente: Google Maps*

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

#### **4.4 Análisis ambiental**

##### **Factores positivos**

El presente proyecto tiene varios factores positivos, como el factor económico, ya que al darle una imagen al establecimiento y una campaña de difusión, incrementará la afluencia de turistas, por lo tanto, mejorarán los ingresos del gerente de la hostel La Mundial.

Otro factor positivo es el social, ya que al incrementar la afluencia de turistas en el sector de la Versailles, aparecen nuevas ofertas de trabajo en los negocios de los alrededores y nacen nuevos emprendimientos.

Otro factor positivo es el humano, ya que el Hostal La Mundial, al recibir una mayor cantidad de turistas, se ve en la necesidad de contratar más personal. De esta forma mejorando la calidad de vida de las personas.

##### **Factores negativos**

Uno de los factores negativos, es la contaminación visual que se produce al promocionar al establecimiento por medio de artes gráficas.

Otro factor negativo es la basura que se produce y el desperdicio de papel al producir flyers promocionales del establecimiento.

#### 4.5 Análisis de alternativas

Tabla 3 Impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	5	5	5	4	4	23	ALTA
Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	5	5	4	4	4	22	ALTA
Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostel	5	5	4	4	4	22	ALTA
Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostel La Mundial	5	5	5	4	4	23	ALTA
Difundir información sobre el establecimiento para generar reconocimiento del establecimiento	5	5	5	4	4	23	ALTA
Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostel Residencial La Mundial	5	5	4	4	4	22	ALTA

Elaborado por: Edgar Flor

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

#### 4.6 Diagrama de estrategias

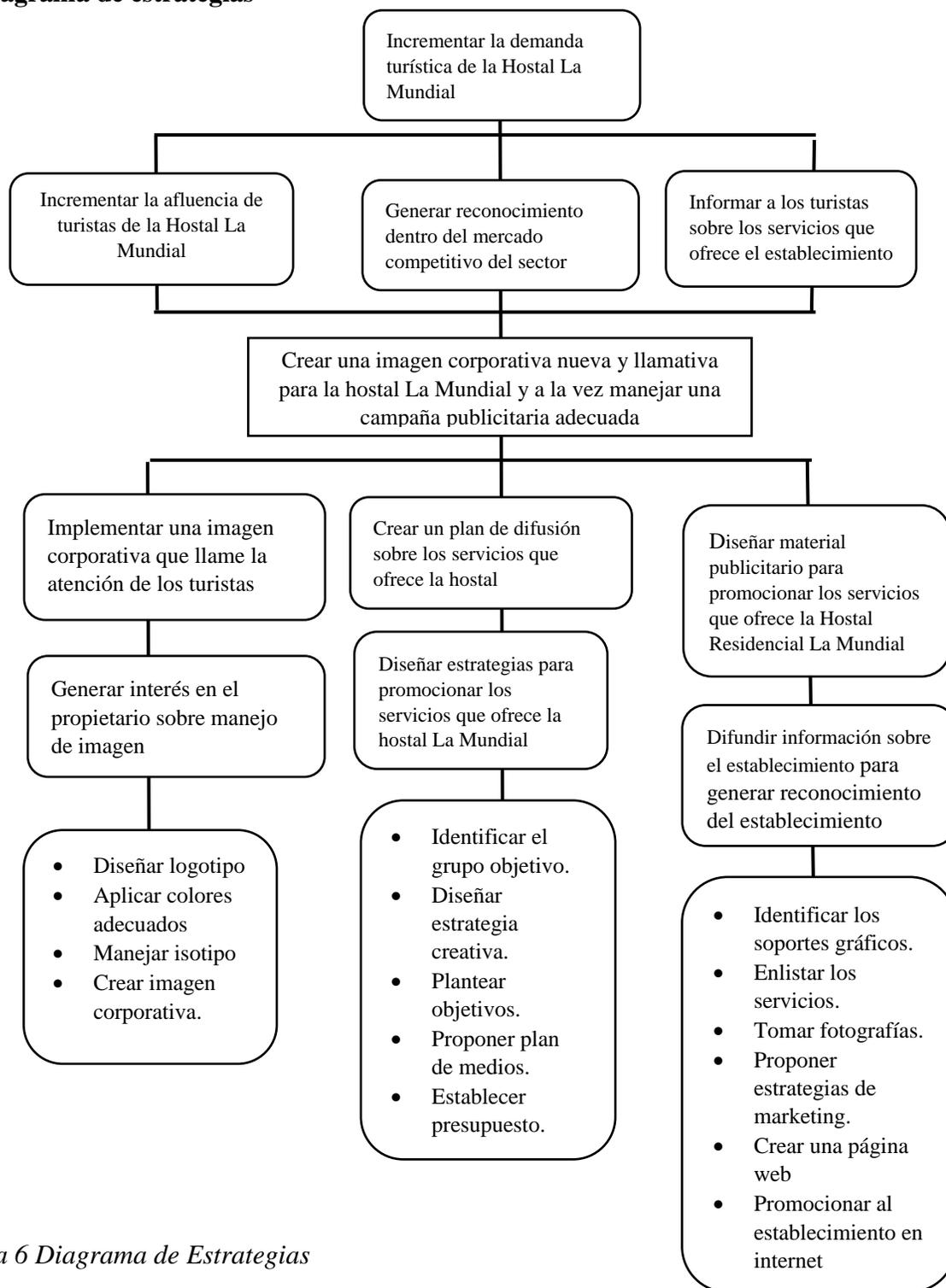


Figura 6 Diagrama de Estrategias

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Elaborado por: Edgar Flor

## 4.7 Matriz marco lógico

### a. Revisión de Criterios para los Indicadores

Tabla 4 Revisión de los Criterios para Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	Incrementar la demanda turística de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado la demanda turística en un 50%	50%	ALTO	6 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Incrementar la afluencia de turistas de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado en un 25% la afluencia de turistas	25%	MEDIO	3 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Generar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector	Al finalizar el proyecto se ha incrementado el reconocimiento de la hostal en un 30%	30%	MEDIO	4 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Informar a los turistas sobre los servicios que ofrece el establecimiento	Al concluir el proyecto se ha informado a un 20% de turistas sobre los servicios que ofrece la hostal a través de medios gráficos	20%	MEDIO	6 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

<b>Componentes</b>	<b>Propósito</b>	Crear una imagen corporativa nueva y llamativa para la hostal La Mundial y a la vez manejar una campaña publicitaria adecuada	Una vez finalizado el proyecto se ha creado una imagen corporativa y campaña publicitaria en un 100%	100%	ALTO	6 Meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	Al finalizar el proyecto la imagen corporativa creada ha llamado la atención del 20% de los turistas	20%	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general	
	Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	Al finalizar el proyecto se ha incrementado en un 70% el interés del propietario en el manejo de imagen	70%	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general	
	Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostal	Al concluir el proyecto se ha creado 1 plan de difusión	1	ALTO	4 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general	
	Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostal La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 3 estrategias	3	ALTO	2 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general	
	Difundir información sobre el establecimiento para generar reconocimiento del establecimiento	Al concluir el proyecto se difundido información del establecimiento en un 50% a través de medios gráficos e Internet	50%	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general	

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

	Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostal Residencial La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 2 Roll up	2	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Diseñar logotipo	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 1 logotipo	1	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Actividades	Aplicar colores adecuados	Al concluir el proyecto se ha aplicado 2 colores al logotipo	2	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Manejar isotipo	Al finalizar el proyecto se ha manejado 1 isotipo dentro del logotipo	1	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Crear imagen corporativa	Al finalizar el proyecto se ha creado al 100% la imagen corporativa	100%	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Identificar el grupo objetivo.	Al finalizar el proyecto se ha llegado a 381 personas	381	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Diseñar estrategia creativa.	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 estrategia creativa	1	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

						<b>Ocupación:</b> Todo público en general
Plantear objetivos	Al finalizar el proyecto se ha planteado 2 objetivos	2	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Proponer plan de medios	Al finalizar el proyecto se ha seleccionado 2 medios de difusión	2	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Establecer presupuesto	Al finalizar el proyecto se ha establecido un presupuesto de \$500	\$500	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Identificar los soportes gráficos	Al finalizar el proyecto se han seleccionado 2 medios gráficos para la difusión de información	2	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Enlistar los servicios.	Al finalizar el proyecto se ha enlistado los servicios del establecimiento en un 100%	100%	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Tomar fotografías.	Al finalizar el proyecto se ha tomado 50 fotografías del establecimiento	50	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
Proponer estrategias de marketing	Al finalizar el proyecto se ha propuesto 3 estrategias de marketing	3	MEDIO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

							<b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Crear una página web	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 página web	1	ALTO	1 mes	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general
	Promocionar al establecimiento en internet	Al finalizar el proyecto se ha promocionado al establecimiento en un 70%	70%	ALTO	2 meses	Centro histórico de Quito	<b>Género:</b> Masculino/ Femenino <b>Edad:</b> todas las edades <b>Nivel socio económico:</b> Medio <b>Ocupación:</b> Todo público en general

## b. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	Incrementar la demanda turística de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado la demanda turística en un 50%	X	X	X	X	X	5	Alto

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	Incrementar la afluencia de turistas de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado en un 25% la afluencia de turistas	X	X	X	X	X	5	Alto
	Generar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector	Al finalizar el proyecto se ha incrementado el reconocimiento de la hostal en un 30%	X	X	X	X	X	5	Alto
	Informar a los turistas sobre los servicios que ofrece el establecimiento	Al concluir el proyecto se ha informado a un 20% de turistas sobre los servicios que ofrece la hostal a través de medios gráficos	X	X		X	X	4	Alto
<b>Propósito</b>	Crear una imagen corporativa nueva y llamativa para la hostal La Mundial y a la vez manejar una campaña publicitaria adecuada	Una vez finalizado el proyecto se ha creado una imagen corporativa y campaña publicitaria en un 100%	X	X	X	X	X	5	Alto
<b>Componentes</b>	Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	Al finalizar el proyecto la imagen corporativa creada ha llamado la atención del 20% de los turistas	X	X		X	X	4	Alto
	Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	Al finalizar el proyecto se ha incrementado en un 70% el interés del propietario en el manejo de imagen	X	X		X	X	4	Alto
	Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostal	Al concluir el proyecto se ha creado 1 plan de difusión	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostal La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 3 estrategias	X	X	X	X	X	5	Alto

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	Difundir información sobre el establecimiento para generar reconocimiento del establecimiento	Al concluir el proyecto se difundido información del establecimiento en un 50% a través de medios gráficos e Internet	X	X		X	X	4	Alto
	Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostal Residencial La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 2 Roll up	X	X	X	X	X	5	Alto
Actividades	Diseñar logotipo	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 1 logotipo	X	X	X	X	X	5	Alto
	Aplicar colores adecuados	Al concluir el proyecto se ha aplicado 2 colores al logotipo	X	X	X	X	X	5	Alto
	Manejar isotipo	Al finalizar el proyecto se ha manejado 1 isotipo dentro del logotipo	X	X	X	X	X	5	Alto
	Crear imagen corporativa	Al finalizar el proyecto se ha creado al 100% la imagen corporativa	X	X	X	X	X	5	Alto
	Identificar el grupo objetivo.	Al finalizar el proyecto se ha llegado a 381 personas	X	X	X	X	X	5	Alto
	Diseñar estrategia creativa.	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 estrategia creativa	X	X	X	X	X	5	Alto
	Plantear objetivos	Al finalizar el proyecto se ha planteado 2 objetivos	X	X	X	X	X	5	Alto
	Proponer plan de medios	Al finalizar el proyecto se ha seleccionado 2 medios de difusión	X	X	X	X	X	5	Alto
	Establecer presupuesto	Al finalizar el proyecto se ha establecido un presupuesto de \$500	X	X	X	X	X	5	Alto

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	Identificar los soportes gráficos	Al finalizar el proyecto se han seleccionado 2 medios gráficos para la difusión de información	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>
	Enlistar los servicios.	Al finalizar el proyecto se ha enlistado los servicios del establecimiento en un 100%	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>
	Tomar fotografías.	Al finalizar el proyecto se ha tomado 50 fotografías del establecimiento	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>
	Proponer estrategias de marketing	Al finalizar el proyecto se ha propuesto 3 estrategias de marketing	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>
	Crear una página web	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 página web	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>
	Promocionar al establecimiento en internet	Al finalizar el proyecto se ha promocionado al establecimiento en un 70%	X	X	X	X	X	5	<i>Alto</i>

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

### c. Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				Responsable
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	
Fines	Incrementar la demanda turística de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado la demanda turística en un 50%	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	6 meses	<i>Investigador Propietario Trabajadores</i>
	Incrementar la afluencia de turistas de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado en un 25% la afluencia de turistas	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i> <i>Encuestas</i>	Cuantitativo	3 meses	<i>Investigador Propietario Trabajadores</i>
	Generar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector	Al finalizar el proyecto se ha incrementado el reconocimiento de la hostal en un 30%	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i> <i>Encuestas</i>	Cuantitativo	4 meses	<i>Investigador Propietario Trabajadores</i>
	Informar a los turistas sobre los servicios que ofrece el establecimiento	Al concluir el proyecto se ha informado a un 20% de turistas sobre los servicios que ofrece la hostal a través de medios gráficos	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i> <i>Entrevista</i>	Cuantitativo	6 meses	<i>Investigador Propietario Trabajadores</i>
Propósito	Crear una imagen corporativa nueva y llamativa para la hostal La Mundial y a la vez manejar una campaña publicitaria adecuada	Una vez finalizado el proyecto se ha creado una imagen corporativa y campaña publicitaria en un 100%	Primaria	<i>Observación</i>	Cuantitativo	6 Meses	<i>Docente Investigador</i>

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

<b>Componentes</b>	Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	Al finalizar el proyecto la imagen corporativa creada ha llamado la atención del 20% de los turistas	Primaria	<i>Observación</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario Trabajadores</i>
	Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	Al finalizar el proyecto se ha incrementado en un 70% el interés del propietario en el manejo de imagen	Primaria	<i>Observación Entrevistas</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario</i>
	Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostel	Al concluir el proyecto se ha creado 1 plan de difusión	Primaria	<i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	4 meses	<i>Docente Investigador Propietario</i>
	Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostel La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 3 estrategias	Primaria	<i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	2 meses	<i>Docente Investigador Propietario</i>
	Difundir información sobre el establecimiento o para generar reconocimiento del establecimiento	Al concluir el proyecto se difundido información del establecimiento o en un 50% a través de medios gráficos e Internet	Primaria	<i>Observación Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario</i>

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

	Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostal Residencial La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 2 Roll up	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario</i>
Actividades	Diseñar logotipo	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 1 logotipo	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Aplicar colores adecuados	Al concluir el proyecto se ha aplicado 2 colores al logotipo	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Manejar isotipo	Al finalizar el proyecto se ha manejado 1 isotipo dentro del logotipo	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Crear imagen corporativa	Al finalizar el proyecto se ha creado al 100% la imagen corporativa	Primaria	<i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Identificar el grupo objetivo.	Al finalizar el proyecto se ha llegado a 381 personas	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Diseñar estrategia creativa.	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 estrategia creativa	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Plantear objetivos	Al finalizar el proyecto se ha planteado 2 objetivos	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario</i>
	Proponer plan de medios	Al finalizar el proyecto se ha seleccionado 2 medios de difusión	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
	Establecer presupuesto	Al finalizar el proyecto se ha		<i>Observación</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

	establecido un presupuesto de \$500	Primaria	<i>Análisis de documentos</i>			
Identificar los soportes gráficos	Al finalizar el proyecto se han seleccionado 2 medios gráficos para la difusión de información	Primaria	<i>Observación</i> <i>Visitas de Campo</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador Propietario</i>
Enlistar los servicios.	Al finalizar el proyecto se ha enlistado los servicios del establecimiento o en un 100%	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
Tomar fotografías.	Al finalizar el proyecto se ha tomado 50 fotografías del establecimiento	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
Proponer estrategias de marketing	Al finalizar el proyecto se ha propuesto 3 estrategias de marketing	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
Crear una página web	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 página web	Primaria	<i>Observación</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	1 mes	<i>Docente Investigador</i>
Promocionar al establecimiento en internet	Al finalizar el proyecto se ha promocionado al establecimiento o en un 70%	Primaria	<i>Observación</i> <i>Visitas de Campo</i> <i>Análisis de documentos</i>	Cuantitativo	2 meses	<i>Docente Investigador Propietario</i>

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

#### d. Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	Incrementar la demanda turística de la Hostal La Mundial	Desinterés por parte del propietario	X		X	X	X
	Incrementar la afluencia de turistas de la Hostal La Mundial	Escasa acogida por parte de los turistas	X		X	X	X
	Generar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector	Manejo inadecuado de imagen corporativa	X		X		
	Informar a los turistas sobre los servicios que ofrece el establecimiento	Colocar información falsa	X		X	X	X
Propósito	Crear una imagen corporativa nueva y llamativa para la hostal La Mundial y a la vez manejar una campaña publicitaria adecuada	Falta de presupuesto por parte del propietario	X		X	X	X
Componentes	Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	Utilización de elementos repetitivos dentro de la imagen corporativa	X		X	X	X

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	Diseños de mala calidad que no llamen la atención del propietario	X		X	X	X
	Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostel	Información difundida errónea	X		X	X	X
Actividades	Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostel La Mundial	Desinterés del grupo objetivo por los servicios que ofrece la Hostel	X				
	Difundir información sobre el establecimiento para generar reconocimiento del establecimiento	Información proporcionada de poco interés para los turistas.	X		X	X	X
	Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostel Residencial La Mundial	Diseños ineficientes	X		X	X	X
	Diseñar logotipo	Colocación inadecuada de los elementos del logotipo	X		X		
	Aplicar colores adecuados	Aplicación de colores inadecuados	X		X		
	Manejar isotipo	Selección inadecuada de isotipo	X		X		
	Crear imagen corporativa	Desinterés por parte del propietario	X		X	X	X

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	Identificar el grupo objetivo.	Selección inadecuada del grupo objetivo					
	Diseñar estrategia creativa.	Planteamiento inadecuado de la estrategia creativa					X
	Plantear objetivos	Objetivos elaborados erróneamente	X				
	Proponer plan de medios	Altos costos de promoción en medios.	X		X	X	
	Establecer presupuesto	Presupuesto escaso para lograr todos los objetivos planteados				X	
	Identificar los soportes gráficos	Inadecuada selección de medios en base al grupo objetivo					
	Enlistar los servicios.	Colocar información falsa sobre los servicios que el hostel no ofrece	X			X	X
	Tomar fotografías.	Fotografías de mala calidad	X			X	X
	Proponer estrategias de marketing	Estrategias elaboradas de forma inadecuada	X			X	X
	Crear una página web	Desconocimiento de los programas adecuados para la creación de páginas web	X		X		
	Promocionar al establecimiento en internet	No cancelar el valor necesario para promocionar en las diferentes páginas de internet	X		X		X

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

## Matriz Marco Lógico

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	Incrementar la demanda turística de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado la demanda turística en un 50%	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Desinterés por parte del propietario
	Incrementar la afluencia de turistas de la Hostal La Mundial	Al concluir el proyecto se ha incrementado en un 25% la afluencia de turistas	<i>Primaria Observación Análisis de documentos Encuestas</i>	Escasa acogida por parte de los turistas
	Generar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector	Al finalizar el proyecto se ha incrementado el reconocimiento de la hostal en un 30%	<i>Primaria Observación Análisis de documentos Encuestas</i>	Manejo inadecuado de imagen corporativa
	Informar a los turistas sobre los servicios que ofrece el establecimiento	Al concluir el proyecto se ha informado a un 20% de turistas sobre los servicios que ofrece la hostal a través de medios gráficos	<i>Primaria Observación Análisis de documentos Entrevista</i>	Colocar información falsa
Propósito	Crear una imagen corporativa nueva y llamativa para la hostal La Mundial y a la vez manejar una campaña publicitaria adecuada	Una vez finalizado el proyecto se ha creado una imagen corporativa y campaña publicitaria en un 100%	<i>Primaria Observación</i>	Falta de presupuesto por parte del propietario
Componentes	Implementar una imagen corporativa que llame la atención de los turistas	Al finalizar el proyecto la imagen corporativa creada ha llamado la atención del 20% de los turistas	<i>Primaria Observación</i>	Utilización de elementos repetitivos dentro de la imagen corporativa
	Generar interés en el propietario sobre manejo de imagen	Al finalizar el proyecto se ha incrementado en un 70% el interés del propietario en el manejo de imagen	<i>Primaria Observación Entrevistas</i>	Diseños de mala calidad que no llamen la atención del propietario

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

	Crear un plan de difusión sobre los servicios que ofrece la hostal	Al concluir el proyecto se ha creado 1 plan de difusión	<i>Primaria Análisis de documentos</i>	Información difundida errónea
	Diseñar estrategias para promocionar los servicios que ofrece la hostal La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 3 estrategias	<i>Primaria Análisis de documentos Observación</i>	Desinterés del grupo objetivo por los servicios que ofrece la Hostal
	Difundir información sobre el establecimiento para generar reconocimiento del establecimiento	Al concluir el proyecto se difundido información del establecimiento en un 50% a través de medios gráficos e Internet	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Información proporcionada de poco interés para los turistas.
	Diseñar material publicitario para promocionar los servicios que ofrece la Hostal Residencial La Mundial	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 2 Roll up	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Diseños ineficientes
<b>Actividades</b>	Diseñar logotipo	Al finalizar el proyecto se ha diseñado 1 logotipo	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Colocación inadecuada de los elementos del logotipo
	Aplicar colores adecuados	Al concluir el proyecto se ha aplicado 2 colores al logotipo	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Aplicación de colores inadecuados
	Manejar isotipo	Al finalizar el proyecto se ha manejado 1 isotipo dentro del logotipo	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Selección inadecuada de isotipo
	Crear imagen corporativa	Al finalizar el proyecto se ha creado al 100% la imagen corporativa	<i>Primaria Análisis de documentos</i>	Desinterés por parte del propietario
	Identificar el grupo objetivo.	Al finalizar el proyecto se ha llegado a 381 personas	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Selección inadecuada del grupo objetivo
	Diseñar estrategia creativa.	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 estrategia creativa	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Planteamiento inadecuado de la estrategia creativa
	Plantear objetivos	Al finalizar el proyecto se ha planteado 2 objetivos	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Objetivos elaborados erróneamente

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Proponer plan de medios	Al finalizar el proyecto se ha seleccionado 2 medios de difusión	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Altos costos de promoción en medios.
Establecer presupuesto	Al finalizar el proyecto se ha establecido un presupuesto de \$500	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Presupuesto escaso para lograr todos los objetivos planteados
Identificar los soportes gráficos	Al finalizar el proyecto se han seleccionado 2 medios gráficos para la difusión de información	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Inadecuada selección de medios en base al grupo objetivo
Enlistar los servicios.	Al finalizar el proyecto se ha enlistado los servicios del establecimiento en un 100%	<i>Observación Análisis de documentos</i>	Colocar información falsa sobre los servicios que el hostel no ofrece
Tomar fotografías.	Al finalizar el proyecto se ha tomado 50 fotografías del establecimiento	<i>Observación Visitas de Campo Análisis de documentos</i>	Fotografías de mala calidad
Proponer estrategias de marketing	Al finalizar el proyecto se ha propuesto 3 estrategias de marketing	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Estrategias elaboradas de forma inadecuada
Crear una página web	Al finalizar el proyecto se ha creado 1 página web	<i>Primaria Observación Análisis de documentos</i>	Desconocimiento de los programas adecuados para la creación de páginas web
Promocionar al establecimiento en internet	Al finalizar el proyecto se ha promocionado al establecimiento en un 70%	<i>Observación Visitas de Campo Análisis de documentos</i>	No cancelar el valor necesario para promocionar en las diferentes páginas de internet

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

## **5. Propuesta**

### **5.1 Antecedentes de la propuesta**

#### **5.1.1. Turismo**

El turismo es la actividad que realizan muchas personas al viajar a diferentes lugares del mundo fuera del lugar donde viven, y dentro del cual visitan varios lugares de su interés entre los más visitados pueden ser las playas, sitios históricos monumento, etc. El turismo ayuda a potenciar la actividad económica de los sectores visitados por los turistas.

(Gardey, 2012)

#### **5.1.2. Hotel**

Un hotel es un establecimiento con la función de albergar huéspedes que viajan ya se por motivos turísticos o de negocios y necesitan un lugar de descanso. Los hoteles vienen equipados con todos los servicios básicos para que el huésped se sienta más cómodo entre los cuales pueden estar televisión por cable, baño privado, nevera, entre otros. Existen varios tipos de hoteles que se clasifican entre 1 a 5 estrellas, siendo los de 5 estrellas los más lujosos y con todas las comodidades para el huésped, mientras que los de 1 estrella ofrecen todos los servicios básicos indispensables para el huésped.

(Merino J. P., 2009)

---

### **5.1.3. Hostal**

Una hostal es un tipo de alojamiento de bajo costo que usualmente lo ocupan viajeros que están en algún lugar por muy poco tiempo o hasta por varios meses, una hostal puede contar con servicios como cocina, cuartos de lavado, comedores para varios huéspedes entre otros.

(Joaquin, 2007)

### **5.1.4. Publicidad**

La publicidad es un proceso de comunicación que se vale de diferentes medios para promocionar artículos o empresas con el objetivo principal de generar demanda.

(Catedra. D. Trujillo. 2016)

### **5.1.5. Campaña publicitaria**

Una campaña publicitaria es aquella que se maneja dentro de diferentes medios con el objetivo de comunicar algún servicio o producto, es utilizado generalmente para promocionar un nuevo producto en el mercado o para incrementar la demanda de un producto.

(RosalesReyes, 2006)

---

### 5.1.6. Estructura campaña publicitaria

#### Como menciona D.Trujillo, Cátedra

**1. Brief:** información básica/ requisitos/ problemas.

**2. Grupo objetivo:** genero/ edad/ ubicación geográfica /nivel socio-económico/ ocupación a quien va dirigida la campaña publicitaria.

#### **3. Problemas comunicacionales:**

- Información: Informar al grupo objetivo/ beneficios/ características/ usos/precios/ puntos de venta
- Persuasión: No es atractivo/ se desconoce/ mala imagen.
- Posicionamiento: Nulo/ parcialmente débil/ confusión
- Mantenimiento: Imagen está mal manejada/ no son suficientes los medios.

#### **4. Objetivos publicitarios:**

- Información: Informar al grupo objetivo/ beneficios/ características/ usos/ puntos de venta
- Persuasión: Manejar la imagen.
- Posicionamiento: Resaltar beneficios
- Mantenimiento: Recordar en el grupo objetivo (Slogan/ Nombre/ Beneficios)

#### **5. Estrategia Creativa**

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

- 
- Beneficios Racionales- Emocionales: única razón en que creer/ Ventaja competitiva que lo diferencia.
  - Mensaje básico: Ambiente comunicacional/ no va escrito
  - Tono: Competitivo/ Indiferente
  - Estilo: Infantil/ Juvenil a quien va dirigido el producto o servicio
  - Insight: Concepto- frase- 1 sola palabra- como se va a presentar al producto
  - Reason Why: Razón de porque? – vender el producto
  - Eje de campaña: Idea principal – guía grafica (beneficios, mensaje básico, insight)
  - Slogan de campaña: Complemento grafico – frase (va en todas las artes)

**6. Plan de medios:** Sirve para dividir según el orden de importancia los medios que utilizaremos para la campaña publicitaria y como una guía para las artes que realizaremos.

- Medios principales: mayo impacto (información, persuasión)
- Medios secundarios: refuerzos (posicionamiento)
- Medios auxiliares: recuerdo (mantenimiento)

**7. Presupuesto de campaña:** Es el valor total que nos cuesta realizar una campaña publicitaria

- Presupuesto de producción: Aquí se coloca los valores que cobraría el diseñador gráfico por realizar las artes planteadas

- 
- Presupuesto de pauta: Aquí se coloca los valores que nos cuesta pautar en los diferentes medios de publicidad

**8. Flow chart:** Cuadro de resumen/ rendición de cuentas

**9. Artes:** Se coloca todas las artes realizadas según plan de medios, todas las artes deben cumplir con los requisitos planteados en el plan de medios

### **5.1.7. Imagen corporativa**

La imagen corporativa es la carta de presentación de toda empresa, poseer una imagen corporativa única y diferente es muy importante para poder diferenciarse dentro del mercado competitivo, dentro de la imagen corporativa existen varios elementos que se deben combinar de una manera adecuada con el objetivo de llamar la atención de los clientes.

(Ucha, 2011)

### **5.1.8. Logotipo**

Un logotipo es aquella unidad gráfica que se encuentra formado por varios elementos visuales tales como: imágenes, formas, colores, vectores, texturas, tipografías, fotografías.

Dando como resultado la representación gráfica de una marca, un producto, un servicio, una empresa o una persona

(Cátedra. A.Palaquibay.2014)

---

### 5.1.9. Partes de un logotipo

#### Como menciona A. Palaquibay. Catedra

- **Isotipo:** parte netamente gráfica del logotipo
- **Texto:** se divide en 3 elementos
  - Nombre:** Es el que identifica la marca
  - Slogan:** Frase que complementa al logotipo
  - Funcionalidad:** Se detalla a que va dirigido la marca o a que se dedica

### 5.1.10. Clasificación de logotipos según el isotipo

- Logotipo convencional: Es el más común y el más utilizado por la mayoría de empresas ya que representa sencillez
- Logotipo con isotipo alineado a la izquierda y a la derecha
- Logotipo con cuerpo
- Logotipo con isotipo que divide 2 palabras
- Logotipo con división y montado
- Montado
- Logotipos tipográficos y con iniciales
- Imagotipos
- Logotipos con texto corrido

(Cátedra. A.Palaquibay.2014)

---

### **5.1.11. Papelería corporativa**

Si se habla de imagen corporativa, identidad visual o unidad gráfica se refiere al correcto manejo de toda la parte gráfica de una marca. Entre las más importantes, tenemos a la papelería corporativa, que es la primera carta de presentación de la marca hacia el cliente teniendo en cuenta que son una serie de documentos impresos que van a tener diferente funcionalidad. Entre los principales tenemos: carpeta, hoja membretada, sobre tipo oficio, sobre tipo manila, tarjeta de presentación, sobre para CD, facturas, retenciones, roles de pago, notas de entrega, notas de pedido, certificados tipo diploma, identificadores, CD.

(Cátedra. A.Palaquibay.2014)

### **5.1.12 Marketing**

El marketing es un conjunto de actividades con el objetivo de persuadir y satisfacer las necesidades del mercado

(Thompson, 2006)

---

## **5.2 Descripción de la herramienta**

### **5.2.1. Encuesta**

Una encuesta es una herramienta que sirve para recolección de datos de una población definida, se utiliza principalmente para conocer lo que piensa la gente sobre algún producto o servicio que esta o saldrá al mercado.

(Catedra.W.Ortega.2016)

### **Formato de encuesta**

**Subraye o encierre en un círculo una sola respuesta**

- 1. ¿Qué sector de la ciudad de Quito es de su agrado al momento de hacer turismo?**
  - a) Norte
  - b) Sur
  - c) Centro histórico
  - d) Valles
  
- 2. ¿Al momento de buscar hospedaje que tipo de hospedaje prefiere?**
  - a) Resort
  - b) Hotel
  - c) Hostal
  - d) Cabaña
  
- 3. ¿Qué días preferiría ir a un establecimiento de hospedaje?**
  - a) Feriados
  - b) Vacaciones
  - c) Fin de semana
  - d) Entre semana

- 
4. **¿Cuál de las siguientes opciones usted toma más en cuenta al momento de buscar hospedaje?**
- a) **Calidad**
  - b) **Comodidad**
  - c) **Precio**
  - d) **Ubicación**
5. **A que atractivos turísticos prefiere que este cerca un establecimiento de hospedaje**
- a) **Parques**
  - b) **Plazas**
  - c) **Iglesias**
  - d) **Centro comercial**
6. **Cuando va a un establecimiento de hospedaje cuanto preferiría pagar**
- a) **5 – 10 dólares**
  - b) **10 – 15 dólares**
  - c) **15 – 20 dólares**
  - d) **Más de 20 dólares**
7. **¿Qué servicios prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?**
- a) **Parqueadero**
  - b) **Restaurante**
  - c) **Lavandería**
  - d) **Áreas de recreación**
8. **¿Dentro de la habitación qué comodidades prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?**
- a) **Televisión por cable**
  - b) **Internet inalámbrico**
  - c) **Baño privado**
  - d) **Aire acondicionado**

**9. ¿Cómo prefiere recibir información sobre un establecimiento de hospedaje?**

- a) **Redes sociales**
- b) **Televisión**
- c) **Radio**
- d) **Internet**

**10. ¿Cuándo acude a una hostel es par usted importante la imagen que maneja?**

- a) **Si**
- b) **No**

## 5.2.2 Resultados

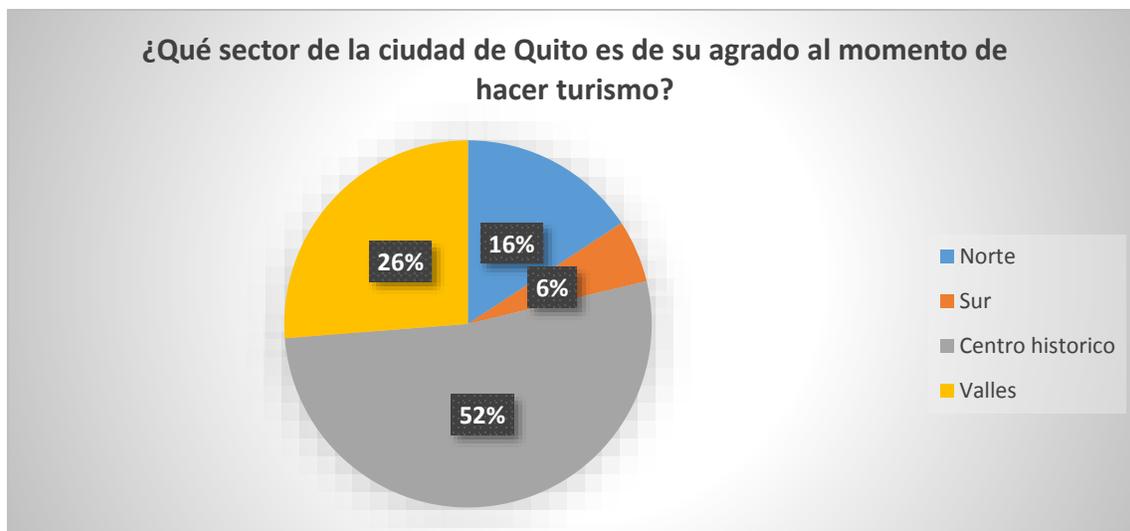
### 5.2.2.1. Análisis de información

#### 1. ¿Qué sector de la ciudad de Quito es de su agrado al momento de hacer turismo?

Tabla 9: Pregunta uno  
Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Norte	60	16
Sur	21	6
Centro histórico	200	52
Valles	100	26
total		100

Figura 7 Pregunta uno  
Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 52% de personas encuestadas dijo que prefieren visitar el centro histórico cuando hacen turismo en Quito mientras que 26% de encuetados prefieren visitar los valles, un 16% prefiere el norte y un 6% opta por el sur de Quito

## 2. ¿Al momento de buscar hospedaje que tipo de hospedaje prefiere?

Tabla 10 Pregunta dos

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Resort	20	5
Hotel	250	66
Hostal	80	21
Cabaña	31	8
Total		100

Figura 8 Pregunta dos

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 66% de personas encuestadas dijo que prefieren hospedarse en un hotel ya que cuenta con las comodidades necesarias, mientras que un 21% prefieren los hostales para hospedarse ya que son más económicos, un 8% prefiere las cabañas y un 5% opta por los resorts.

### 3. ¿Qué días preferiría ir a un establecimiento de hospedaje?

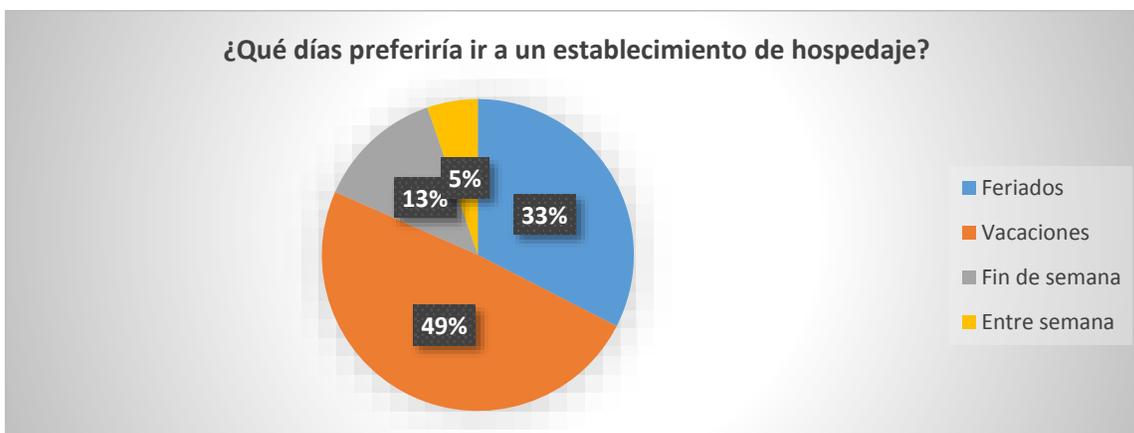
Tabla 11 Pregunta tres

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Ferados	124	33
Vacaciones	187	49
Fin de semana	50	13
Entre semana	20	5
Total		100

Figura 9 Pregunta tres

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 49% de personas encuestadas dijo que prefieren visitar establecimientos de hospedaje cuando se encuentran de vacaciones, mientras que el 33% prefiere hacerlo en feriados, un 13% prefiere acudir en fines de semana y un 5% entre semana.

#### 4. ¿Cuál de las siguientes opciones usted toma más en cuenta al momento de buscar hospedaje?

Tabla 12 Pregunta cuatro

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Calidad	100	26
Comodidad	77	20
Precio	123	33
Ubicación	81	21
Total		100

Figura 10 Pregunta cuatro

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 33% de personas encuestadas afirma que cuando acude a un establecimiento de hospedaje se fija más en el precio sobre todo, mientras que un 26% prefiere la calidad ante todo, un 21% se fija más en la ubicación y un 20% prefiere la comodidad

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

### 5. A que atractivos turísticos prefiere que este cerca un establecimiento de hospedaje

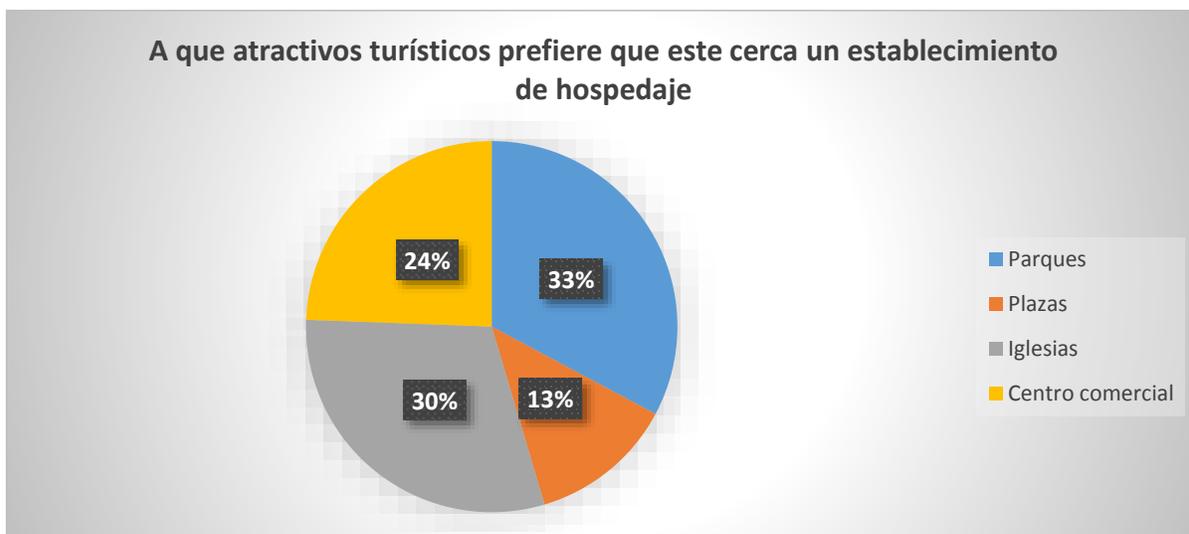
Tabla 13 Pregunta cinco

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Parques	125	33
Plazas	48	13
Iglesias	115	30
Centro comercial	93	24
Total		100

Figura 11 Pregunta cinco

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 33% de personas encuestadas dijo prefieren que haya parques cerca de su hospedaje, mientras que el 30% prefiere que haya iglesias para visitarlas, un 24% opta por los centros comerciales y el 13% prefiere visitar las plazas

## 6. Cuando va a un establecimiento de hospedaje cuanto prefiere pagar

Tabla 14 Pregunta seis

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
5 a 10 dólares	83	22
10 a 15 dólares	120	31
15 a 20 dólares	122	32
Mas de 20 dólares	56	15
Total		100

Figura 12 Pregunta seis

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 32% de personas encuestadas dijo que prefieren invertir entre 15 a 20 dólares cuando buscan hospedaje, mientras que el 31% prefiere pagar entre 10 a 15 dólares, un 22% prefiere lugares más económicos por lo que prefieren pagar entre 5 a 10 dólares y un 15% prefiere pagar más de 20 dólares

## 7. ¿Qué servicios prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?

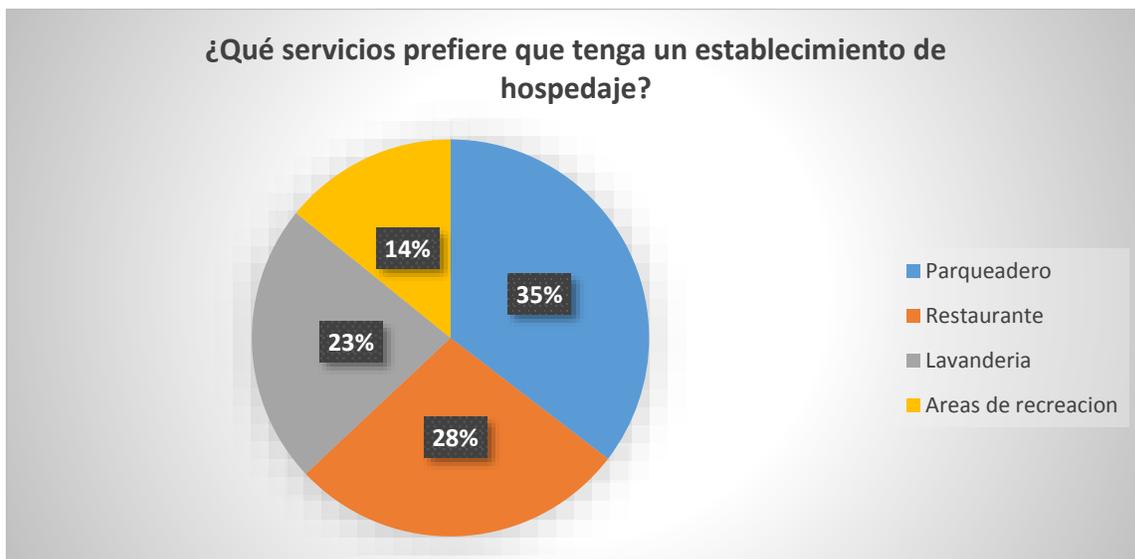
Tabla 15 Pregunta siete

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Parqueadero	135	35
Restaurante	105	28
Lavandería	87	23
Áreas de recreación	54	14
Total		100

Figura 13 Pregunta siete

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 35% de personas encuestadas dijo que prefieren buscar un hospedaje que tenga parqueadero por la seguridad de su vehículo, mientras que el 28% prefiere tener un lugar donde alimentarse cerca, un 23% prefiere tener un lugar donde puedan lavar su ropa y un 14% prefiere un lugar que tenga áreas de recreación

**8. ¿Dentro de la habitación qué comodidades prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?**

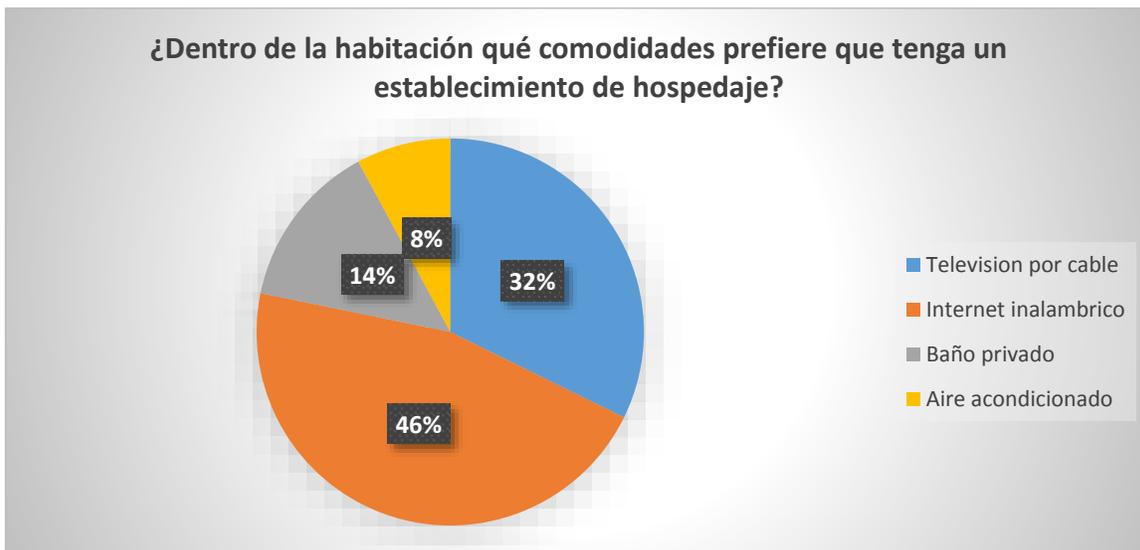
Tabla 16 Pregunta ocho

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Televisión por cable	123	32
Internet inalámbrico	175	46
Baño privado	53	14
Aire acondicionado	30	8
Total		100

Figura 14 Pregunta ocho

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 46% de personas encuestadas dijo que prefieren tener internet inalámbrico como comodidad dentro de su habitación, mientras que el 32% prefiere la televisión por cable, un 14% prefieren tener más privacidad con baño privado y un 8% prefiere aire acondicionado.

**9. ¿Cómo prefiere recibir información sobre un establecimiento de hospedaje?**

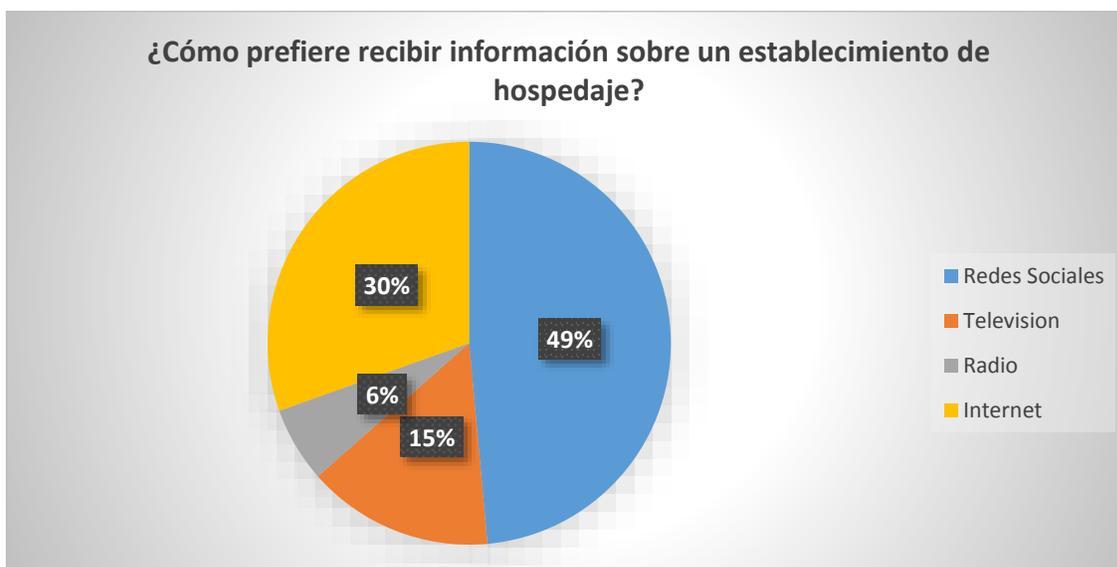
Tabla 17 Pregunta nueve

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Redes Sociales	185	49
Televisión	57	15
Radio	23	6
Internet	116	30
Total		100

Figura 15 Pregunta nueve

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 49% de personas encuestadas dijo que prefiere recibir información sobre hospedajes por medio de redes sociales, mientras que el 30% prefiere buscar información en internet, un 15% prefiere medios más tradicionales como la televisión y un 6% prefiere la radio.

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICIATARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

**10. ¿Cuándo acude a una hostel es para usted importante la imagen que maneja?**

Tabla 18 Pregunta diez

Elaborado por: Edgar Flor

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	283	74
No	98	26
Total		100

Figura 16 Pregunta diez

Elaborado por: Edgar Flor



Según la encuesta realizada el 74% de personas encuestadas afirma que es importante la imagen que maneja una hostel a la cual va a ingresar, mientras que el 26% afirma no interesarle ese aspecto

## 5.3 Formulación del proceso de aplicación

### 5.3.1. Área corporativa

#### 5.3.1.1. Análisis de la imagen corporativa

**Isotipo:** El Isotipo representa al nombre del establecimiento La Mundial ya que está compuesto por banderas las cuales indican que cualquier persona puede hospedarse en él.

**Nombre:** El Nombre de la empresa es Hostal La Mundial quiere decir que el establecimiento da la bienvenida a personas de todo del mundo.

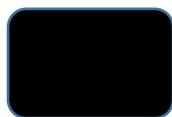
#### 5.3.1.2. Tipografía del logotipo

**Nombre tipografía:** Grabriola

Esta tipografía que contiene Serifas fue utilizada por el toque elegante que le da a los textos ya que el establecimiento busca transmitir elegancia y calidad por medio de su logotipo. Es una tipografía dirigida para todo el público por su sencillez y su fácil comprensión que puede ser distinguida desde cualquier ángulo.

#### Desarrollo

#### 5.3.1.3. Modos de color



R: 0	C: 84%	Pantone Black 6C
G: 0	M: 83%	
B: 0	Y: 73%	
	K: 80%	



R: 142	C: 36%	Pantone 207 C
G: 12	M: 100%	
B: 21	Y: 100%	
	K: 8%	

#### 5.3.1.4. Full color



#### 5.3.1.5. Escala de grises



#### 5.3.1.6. Positivo y negativo



### 5.3.1.7. Disposiciones correctas e incorrectas

#### Imagotipo



#### Logotipo con isotipo alineado a la izquierda



#### Logotipo con isotipo alineado a la derecha



### 5.3.1.8. Disposiciones incorrectas

Montado



Logotipo con isotipo dividido a la mitad



### 5.3.1.9. Fondos correctos e incorrectos

Correctos: tonos claros



---

**Incorrectos: tonos oscuros colores fuertes**



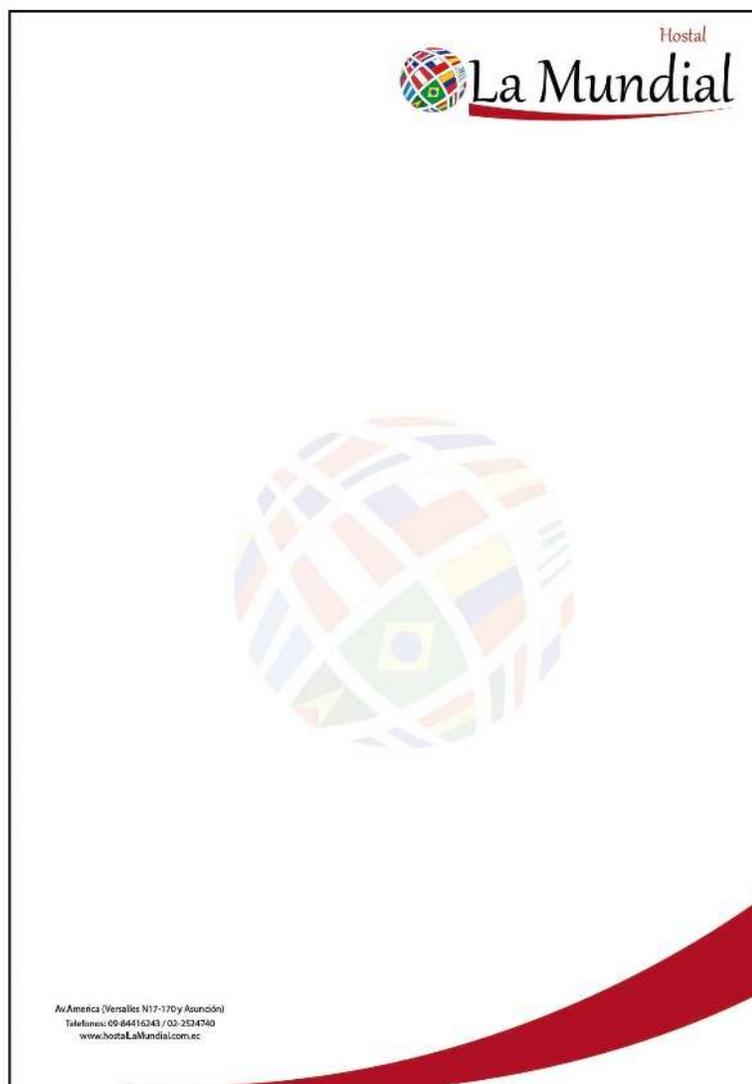
#### **5.3.1.10. Colores incorrectos**

Se recomienda no variar los colores establecidos

### 5.3.1.11. Aplicación del logotipo

### 5.3.1.12. Papelería

### 5.3.1.13. Hoja membretada



**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**



### 5.3.1.16. Sobre



---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

### 5.3.1.17. Señalética



### 5.3.1.18. Uniformes

**HOMBRE**



**MUJER**



---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

### 5.3.1.19. Material POP



### 5.3.2. Área publicitaria

#### 5.3.2.1. Brief:

##### Historia

La hostel residencial La Mundial es un establecimiento de hospedaje ubicado a pocos minutos del centro histórico de Quito que abre sus puertas a todo público incluyendo turistas nacionales y extranjeros. Ubicado en una zona de mucha competencia la hostel residencial La Mundial se ha mantenido operativa gracias a la calidad que ofrece dentro

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

de su establecimiento y a la dedicación y empeño que le dan todos y cada uno de sus administradores y empleados.

Con 40 años desde su adquisición, la hostel residencial La Mundial es un negocio familiar que nace gracias a la necesidad de generar una fuente de ingresos y una fuente de trabajo para toda la familia.

Siendo el primero en el sector de la Versalles, era un establecimiento muy demandado años atrás. Al ver el éxito que tenía, comenzaron a aparecer varios establecimientos que ofrecían los mismos servicios. De esta manera ha ido perdiendo clientela con el pasar de los años.

Actualmente, la hostel residencial La Mundial maneja cifras bajas en huéspedes ya que no es reconocido por el inadecuado uso de una imagen corporativa y la inexistencia de una campaña de difusión la cual le permita dar reconocimiento dentro del mercado competitivo del sector hotelero.

### **Misión**

Brindar un servicio hotelero a nivel nacional con altos estándares de calidad, valores y precios cómodos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **Visión**

Llegar a ser reconocidos por nuestro servicio de calidad y hospitalidad, siendo uno de los destinos líderes del sector hotelero de la Versalles.

## Valores

- Honestidad
- Respeto
- Colaboración
- Seriedad
- Servicio

### **5.3.2.2. Grupo objetivo:**

**Género:** Masculino/ Femenino

**Edad:** 18 años a 30 años

**Ubicación geográfica:** Centro Histórico de Quito

**Nivel socio económico:** Medio

**Ocupación:** Turistas

**5.3.2.3. Problemas comunicacionales:**

- Información: El grupo objetivo desconoce los servicios, la infraestructura y los costos que ofrece la hostel La Mundial.
- Persuasión: La hostel La Mundial no cuenta con un adecuado manejo de imagen corporativa y carece de una campaña de difusión lo cual no llama la atención del grupo objetivo.
- Posicionamiento: Parcialmente débil
- Mantenimiento: Ya que el establecimiento no cuenta con una imagen corporativa llamativa nadie lo reconocerá por lo tanto no conocerán los servicios que tiene para ofrecer la hostel.

**5.3.2.4. Objetivos publicitarios:**

- Información: Informar al grupo objetivo los servicios, infraestructura y costos de la hostel La Mundial para aumentar el reconocimiento por parte del grupo objetivo.

Medios principales (redes sociales, página web)

- Persuasión: Implementar una imagen corporativa adecuada y llamativa para el grupo objetivo.

Medios principales (Roll up)

- Posicionamiento: Generar interés en el grupo objetivo resaltando los servicios que ofrece la hostel.

---

Medios secundarios (Internet, Revista, Prensa)

- Mantenimiento: Resaltar en el grupo objetivo la imagen y los beneficios del establecimiento

Medios auxiliares (Material POP, Díptico, Roll Up)

### **5.3.2.5. Estrategia creativa**

**Beneficio:** Hospitalidad

**Mensaje básico:** Como sentirse en casa

**Tono:** Indiferente

**Estilo:** Semiformal

**Insight:** Confortable

**Reason Why**

**Beneficio**

La hospitalidad es el beneficio principal de la Hostal La Mundial ya que acoge a cualquier persona en sus instalaciones

**Mensaje básico**

El mensaje básico busca transmitir calidez y comodidad

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

### **Tono**

Se escogió tono indiferente ya que al crearse una nueva imagen para la hostal se busca impactar y llamar la atención dentro del grupo objetivo

### **Estilo**

Se escogió estilo semiformal ya que en su mayoría va dirigido al público adulto

### **Insight**

Confortable ya que se busca presentar al establecimiento como un lugar cómodo y agradable para descansar

**Eje de campaña:** Tan comfortable como estar en casa

**Slogan de campaña:** La comodidad de estar en casa

#### **5.3.2.6. Plan de medios**

##### **- Medios principales**

- Redes sociales
- Página Web
- Roll Up

##### **- Medios secundarios**

- Internet

- 
- Revista
  - Prensa

**- Medios auxiliares**

- Material POP
- Dúptico
- Roll Up

*Tabla 19 Plan de medios*

<b>Medios</b>	<b>Tipo</b>	<b>Cantidad</b>
Fan Page	Principal	1 medio
Página web	Principal	1 medio
Roll up	Principal	1 soporte
Revista	Secundario	1 soporte
Internet	Secundario	3 medio
Prensa	Secundario	1 soporte
Dúptico	Mantenimiento	1 soporte
Roll Up	Mantenimiento	1 soporte
Material P.O.P	Mantenimiento	1 soporte

### 5.3.2.7. Presupuesto de medios

#### Costo de producción

Tabla 20 Presupuesto de medios

Medio	Producción artes
<b>Medio principal</b>	
Fan Page	\$ 50,00
Internet	\$ 100,00
Roll Up	\$ 50,00
<b>Medio secundario</b>	
Internet	\$ 30,00
Revista	\$ 30,00
Prensa	\$ 50,00
<b>Medio mantenimiento</b>	
Material POP	\$ 30,00
Díptico	\$ 10,00
Roll Up	\$ 50,00
<b>TOTAL CAMPAÑA</b>	<b>\$ 400,00</b>

#### Redes sociales

Tabla 21 Pautaje de redes sociales

# de días a la semana	# de interacciones a la semana	# de días al mes	Total de interacciones	Valor total
3	15	12	60	\$30

#### Revista

Tabla 22 Pautaje Revista

Revista	Formato	Valor Individual	Total Avisos	Total inversión
La familia	1/3 página vertical	\$650	1	\$650

## Prensa

Tabla 23 Pautaje de Prensa

Periódico	Formato	Valor Individual	Total Avisos	Total inversión
El comercio	Pie de pagina	\$360	1	\$360

## Material P.O.P

Tabla 24 Pautaje de material POP

Material	Valor U.	# de Material	Valor total
Esferos	\$1.30	13	\$16.90

### 5.3.2.8. Pautaje

#### Medios principales

Tabla 25 Pautaje Medios principales

Medios	Formato	Valor unitario	cantidad	12% IVA	Total inversión
Fan Page	Facebook	\$30	1	\$33.60	\$33.60
Internet	Página web	\$2.49	1	\$3.21	\$3.21
Impresos	Roll Up	\$50	1	\$56	\$56

#### Medios secundarios

Tabla 26 Pautaje Medios secundarios

Medios	Formato	Valor unitario	cantidad	12% IVA	Total inversión
Internet	Despegar, Trivago	\$0	1	\$0	\$0
Revista	La familia	\$650	1	\$728	\$728
Prensa	El comercio	\$360	1	\$392	\$392

---

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

## Medios de mantenimiento

Tabla 27 Pautaje Medios de mantenimiento

Medios	Formato	Valor unitario	cantidad	12% IVA	Total inversión
Impresos	Roll Up	\$50	1	\$56	\$56
Impresos	Díptico	\$0.80	1	\$0.89	\$0.89
Material POP	Esferos	\$1.30	12	\$1.45	\$17.40

## Flow Chart

Tabla 28 Flow Chart

Medio principal	
<b>Redes sociales</b>	
Facebook	\$ 33,60
<b>Internet</b>	
Página web	\$ 3,21
<b>Impresos</b>	
Roll up	\$ 56,00
<b>Medios secundarios</b>	
<b>Internet</b>	
Trivago, Despegar	\$ -
<b>Revista</b>	
Familia	\$ 728,00
<b>Prensa</b>	
El comercio	\$ 392,00
<b>Medios auxiliares</b>	
<b>Publicitarios</b>	
Material POP	\$ 17,40
<b>Impresos</b>	
Díptico	\$ 0,89
<b>Impresos</b>	
Roll up	\$ 56,00
<b>TOTAL DE PAUTAJE</b>	\$ 1.287,10
<b>PRESUPUESTO DE PRODUCCION</b>	\$ 400,00
<b>MEDIOS + PRODUCCION</b>	\$ 1.687,10
<b>10% DE IMPREVISTOS</b>	\$ 168,71
<b>TOTAL DE CAMPAÑA</b>	\$ 1.855,81

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

### 5.3.2.9. Diseño de piezas graficas Medios principales

#### Fan Page



#### Página web



CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

## Roll Up

80.54cm

200cm

Hostal  
**La Mundial**

*La comodidad de estar en casa.....*

La hostal La Mundial ofrece habitaciones cómodas con:

Television por cable    Agua caliente    Internet inalámbrico

Para brindar la mayor comodidad y confort a nuestros huéspedes

Habitaciones desde \$12

Disfruta de un lugar comodo y placentero para descansar con todas las comodidades que necesitas para hacer de tu estadia un momento inolvidable.

[www.hostalLaMundial.com](http://www.hostalLaMundial.com)

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

## Medios secundarios

### Revista

Hostal La Mundial  
**La Mundial**  
La comodidad de estar en casa.....

Hostal La Mundial ofrece habitaciones cómodas con:

- Agua caliente las 24 horas
- WIFI
- Televisión por cable
- Parqueadero

Para brindar la mayor comodidad y confort a nuestros huéspedes

[www.hostalLaMundial.com](http://www.hostalLaMundial.com)

Hostal La Mundial  
**La Mundial**  
La comodidad de estar en casa.....

Hostal La Mundial ofrece habitaciones cómodas con:

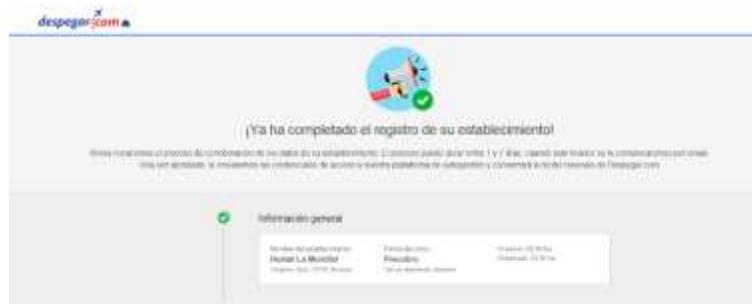
- Agua caliente las 24 horas
- WIFI
- Televisión por cable
- Parqueadero

Para brindar la mayor comodidad y confort a nuestros huéspedes

[www.hostalLaMundial.com](http://www.hostalLaMundial.com)

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

## Internet



## Prensa



**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

## Medios de mantenimiento

### Díptico



CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

## Roll Up

80.54cm

200cm



Hostal  
**La Mundial**

*La comodidad de estar en casa....*



Estamos ubicados en una zona privilegiada  
con todo lo que necesitas a tu alcance a  
pocos minutos del centro histórico

[www.hostalLaMundial.com](http://www.hostalLaMundial.com)

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

## Material POP

### Esferos



## 6. Aspectos administrativos

### 6.1. Recursos

#### 6.1.1. Técnicos - tecnológicos

Para la elaboración de este proyecto se utilizó varias herramientas como programas de diseño cámara fotográfica y computadoras, especificados a continuación:

#### Software utilizado

- **Adobe Ilustrador CS6**

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

Este programa fue utilizado principalmente en la imagen corporativa de la empresa ya que se utilizó vectores, varias formas y figuras para la realización del logotipo artes y manual corporativo de la empresa.

- **Adobe Photoshop**

Este programa se utilizó principalmente para la edición y retoque de las fotografías que se utilizaron para la creación de artes de la campaña de difusión.

- **Adobe Muse**

Este programa fue utilizado para la realización de la página web propuesta para la empresa, ya que es un programa que no necesita código es la mejor opción al momento de obtener los resultados esperados.

**(Fuente: Adobe)**

### **Hardware utilizado**

- **Computadora portátil**

Esta es la herramienta utilizada principalmente para el desarrollo de todo este proyecto es la más importante e indispensable dentro del presente proyecto.

**Características:**

- **Modelo:** Asus Rog
- **Sistema operativo:** Windows 8.1
- **Procesador:** Intel Core I7 2.50Ghz
- **Memoria:** RAM 12Gb

- 
- **Tarjeta Gráfica:** Nvidia GeForce GTX 850

**(Fuente: ASUS)**

- **Cámara fotográfica**

Esta herramienta fue utilizada para tomar las fotografías para todas las artes que serán propuestas dentro del presente proyecto

- **Modelo:** Sony Alpha SLT-A58
- **Resolución:** 20.1 Megapíxeles
- **Compatibilidad con lentes:** Lentes con montura tipo A de Sony
- **Tipo de sensor:** Sensor CMOS Exmor APS HD tipo APS-C (23,2 x 15,4 mm)
- **Sensibilidad ISO:** Equivalente a ISO 100-16.000
- **Tipo de visor:** Electrónico, Xtra Fine
- **Tipo de monitor:** TFT

**(Fuente: Sony)**

### **6.1.2. Humano**

Los recursos humanos para la elaboración del presente proyecto son todas las personas involucradas dentro del mismo es decir mi persona Edgar Flor como el diseñador encargado de cumplir con todos los pasos para obtener el mejor resultado, con la ayuda y guía de mi tutor Ing. Diego Trujillo quien me corrige y alienta a seguir adelante para la culminación del presente proyecto y la ayuda de la señora Yolanda Pallo propietaria de la

hostal La Mundial quien permitió que el presente proyecto pueda ser desarrollado dentro de su negocio.

### 6.1.3. Económico

Todo el financiamiento del presente proyecto ha sido propio.

#### Gastos operativos

Tabla 29 Gastos operativos

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>						
a) Textos.	-	-	-	-	-	-
b) Fotocopias.	0.03	200			X	\$6
c) Internet.	\$30	1 mes			X	\$30
d) Normas.	-	-	-	-	-	-
e) Otros.	-	-	-	-	-	-
<b>2. Viajes y viáticos</b>						
a) Pasajes.	0.25	4 meses			X	\$30
b) Viáticos.	-	-	-	-	-	-
c) Seguros.	-	-	-	-	-	-
<b>3. Análisis y manejo de información</b>						
a) Computador.		2			X	
b) Digitación.		1			X	
c) Software especializado.	\$5	3			X	\$15
d) Asesoría especializada.	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>						<b>\$51</b>

## Aplicación del proyecto

Tabla 30 Aplicación del proyecto

	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
<b>1. Bibliografía</b>						
a) Textos.	-	-	-	-	-	-
b) Fotocopias.	0.03	200			X	\$6
c) Internet.	\$30	1 mes			X	\$30
d) Normas.	-	-	-	-	-	-
e) Otros.	-	-	-	-	-	-
<b>2. Viajes y viáticos</b>						
a) Pasajes.	0.25	4 meses			X	\$30
b) Viáticos.	-	-	-	-	-	-
c) Seguros.	-	-	-	-	-	-
<b>3. Análisis y manejo de información</b>						
a) Computador.		2				
b) Digitación.		1				
c) Software especializado.	\$5	3			X	\$15
d) Asesoría especializada.	-	-	-	-	-	-
<b>4. Documento final</b>						
a) Digitación.		1			X	
b) Software especializado.	\$5	3			X	\$15
c) Impresión.	0.20	100			X	\$20
d) Empastes.	\$8	1			X	\$8
Otros... (Planos, Fotografías...).	\$2	4			X	\$8
g) Otros.	\$50	2			X	\$100
<b>TOTAL</b>						<b>\$232</b>

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

### 6.03. Cronograma

Tabla 31 Cronograma

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados esperados
			MES	Semana			
1	Aprobación del proyecto de titulación	Dirección de escuela	Noviembre			X	Aprobación del proyecto
2	Antecedentes	Edgar Flor	Diciembre	X			Obtener información necesaria.
3	Análisis de Involucrados	Edgar Flor	Enero	X			Elegir con caridad las personas o instituciones involucradas en el proyecto.
4	Problemas y Objetivos	Edgar Flor	Febrero	X			Especificar con mayor exactitud los problemas y objetivos.
5	Análisis de Alternativas	Edgar Flor	Febrero	X			Definir todas las alternativas que constan en el proyecto.
6	Elaboración de la propuesta	Edgar Flor	Febrero			X	Presentar la planificación y Diseño de la identidad corporativa y la campaña de difusión de la empresa.
7	Elaboración del logotipo	Edgar Flor	Febrero			X	Brindar una imagen adecuada al establecimiento

CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados esperados	
			MES	Semana				
8	<i>Desarrollo de la identidad corporativa</i>	<i>Edgar Flor</i>	<i>Marzo</i>				<i>X</i>	<i>Desarrollo del manual corporativo</i>
9								
10	<i>Desarrollo de la campaña de difusión</i>	<i>Edgar Flor</i>	<i>Marzo</i>	<i>X</i>				<i>Generar mayor demanda del establecimiento</i>
11	<i>Elaboración de las artes</i>	<i>Edgar Flor</i>	<i>Marzo</i>	<i>X</i>				<i>Definir todas las alternativas.</i>
12	<i>Elaboración de los presupuestos</i>	<i>Edgar Flor</i>	<i>Marzo</i>		<i>X</i>			<i>Especificar los ingresos y egresos requeridos en el proyecto.</i>
13	<i>Elaboración conclusiones y recomendaciones</i>	<i>Edgar Flor</i>	<i>Marzo</i>			<i>X</i>		<i>Mencionar conclusiones y recomendaciones para promover el manejo de una adecuada imagen corporativa y el manejo de una campaña de difusión adecuada.</i>

---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

---

## 7. Conclusiones y recomendaciones

### 7.1. Conclusiones

1. El manejo de una imagen corporativa adecuada permite dar una imagen única y propia a algún producto o servicio.
2. El desarrollar una campaña de difusión permite generar mayor reconocimiento dentro de los diferentes mercados competitivos que existen.
3. La creación de una imagen corporativa adecuada permitirá que la Hostal La Mundial sea mayormente reconocida dentro del mercado competitivo
4. El uso adecuado de colores y formas dentro del logotipo permitirá llamar la atención de los turistas que transitan la zona.
5. La creación del manual de identidad corporativa permitirá al establecimiento tener una guía y manejar de una mejor manera su marca.
6. La creación de las piezas publicitarias permitirá informar de mejor manera los servicios del establecimiento
7. La creación de una campaña de difusión permitirá ganar reconocimiento al establecimiento y generar mayor demanda
8. Al ganar mayor reconocimiento gracias a la campaña de difusión y el manejo adecuado de una imagen corporativa, permitirá incrementar los ingresos de los propietarios de la Hostal La Mundial

---

## 7.2. Recomendaciones

1. Siempre que se vaya a realizar una imagen corporativa realizarla con profesionales para obtener los mejores resultados
2. Al realizar una campaña de difusión elegir los medios adecuados para llegar al mayor número de gente posible
3. Dar un uso adecuado a la imagen corporativa implementada sin generar cambios ya que generara mayor reconocimiento
4. Mantener el logotipo implementado siempre actualizado en las tendencias modernas del diseño
5. Dar un buen uso al manual de logotipo sin alteración de los parámetros establecidos dentro del mismo
6. Mantener la innovación dentro de las piezas publicitarias y mantenerlas actualizadas con el paso del tiempo
7. Brindar mantenimiento seguido de los medios utilizados como la página web, redes sociales, y portales gratuitos de promoción, para lograr un incremento en el nivel de turistas
8. Seguir invirtiendo en promoción y difusión los ingresos ganados gracias a la realización de este proyecto

---

## Referencias bibliográficas

- *Autores: OMT (Organización mundial de turismo)*  
*<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>*
- *Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2009.*  
*Definicion.de: Definición de hotel (<https://definicion.de/hotel/>)*
- *Autor: José Joaquín. Publicado: 2007. Destinos Blog: ¿Qué es hostel?*  
*(<http://www.destinosblog.com/110/que-es-hostal/>)*
- *Autor: Perseo Rosales Reyes. Publicado: 2006.*  
*Mail x Mail: El proceso creativo de una campaña publicitaria*  
*(<http://www.mailxmail.com/curso-proceso-creativo-campana-publicitaria/que-es-campana-publicitaria>)*
- *(Catedra. D. Trujillo. 2016)*
- *(Catedra.A. Palaquibay. 2014)*
- *Autor: Florencia Ucha. Publicado: 2011*  
*Definición ABC: Definición de imagen corporativa*  
*(<https://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>)*
- *Autor: Ivan Thompson. Publicado: 2006.*  
*Marketing Free: Definición de marketing*  
*(<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>)*

---

## ANEXOS

### Encuesta

Subraye o encierre en un círculo una sola respuesta

**10. ¿Qué sector de la ciudad de Quito es de su agrado al momento de hacer turismo?**

- e) Norte
- f) Sur
- g) Centro histórico
- h) Valles

**11. ¿Al momento de buscar hospedaje que tipo de hospedaje prefiere?**

- e) Resort
- f) Hotel
- g) Hostal
- h) Cabaña

**12. ¿Qué días preferiría ir a un establecimiento de hospedaje?**

- e) Feriados
- f) Vacaciones
- g) Fin de semana
- h) Entre semana

**13. ¿Cuál de las siguientes opciones usted toma más en cuenta al momento de buscar hospedaje?**

- e) Calidad
- f) Comodidad
- g) Precio
- h) Ubicación

---

**14. A que atractivos turísticos prefiere que este cerca un establecimiento de hospedaje**

- e) Parques
- f) Plazas
- g) Iglesias
- h) Centro comercial

**15. Cuando va a un establecimiento de hospedaje cuanto preferiría pagar**

- e) 5 – 10 dólares
- f) 10 – 15 dólares
- g) 15 – 20 dólares
- h) Más de 20 dólares

**16. ¿Qué servicios prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?**

- e) Parqueadero
- f) Restaurante
- g) Lavandería
- h) Áreas de recreación

**17. ¿Dentro de la habitación qué comodidades prefiere que tenga un establecimiento de hospedaje?**

- e) Televisión por cable
- f) Internet inalámbrico
- g) Baño privado
- h) Aire acondicionado

**18. ¿Cómo prefiere recibir información sobre un establecimiento de hospedaje?**

- e) Redes sociales
- f) Televisión
- g) Radio
- h) Internet

10. ¿Cuándo acude a una hostel es par usted importante la imagen que maneja?

- a) Si
- b) No

**Manual corporativo**



---

**CREACION DE UNA IMAGEN CORPORATIVA Y CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA HOSTAL RESIDENCIAL LA MUNDIAL UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

# HOSTAL RESIDENCIAL "LA MUNDIAL"

Versalles N17-170 y Asunción Telf.: 2-524-740 Quito – Ecuador

---

Quito, 08 de mayo del 2018

---

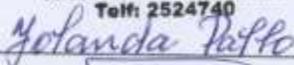
Por medio de la presente, La Hostal Residencial La Mundial, avala y respalda el proyecto del señor estudiante, **EDGAR JHOAN FLOR LEON**, con número de cédula 1713968574, cuyo tema planteado es "Creación de una imagen corporativa y campaña publicitaria para la Hostal Residencial La Mundial ubicada en el distrito metropolitano de Quito".

La Hostal Residencial La Mundial considera viable el proyecto planteado por el estudiante y se encuentra en proceso de implementación.

Agradeciendo atención a la presente.

Atentamente.

HOSTAL RESIDENCIAL  
"LA MUNDIAL"  
Versalles N17-170 y Asunción  
Telf: 2524740



Sra. Yolanda Alicia Pallo Fonseca

Gerente – Propietaria

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

**DISEÑO GRÁFICO**

**ORDEN DE EMPASTADO**

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **FLOR LEON EDGAR JHOAN**, portador de la cédula de identidad N° 1713968574, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, mayo del 2018



26 ABR 2013

Sra. Mariela Balseca

**CAJA VISTO FINANCIERO**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

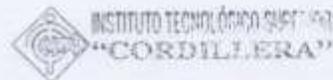
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Raquel Andrade

**DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN**



Ing. William Parra  
**BIBLIOTECA**



27 ABR 2013

10. JRS  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

**PRÁCTICAS PREPROFESIONALES**

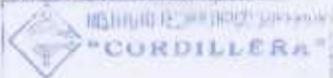


"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Lizeth Guerrero

**DIRECTOR DE CARRERA**



27 ABR 2018

Magui Ordoñez

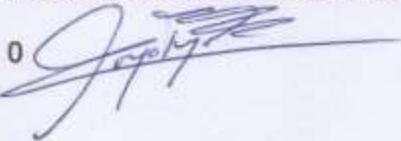
Tgla. Magui Ordoñez  
**SECRETARIA ACADÉMICA**

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: tesis borrador2.pdf (D37059101)  
Submitted: 3/29/2018 4:46:00 AM  
Submitted By: edgar\_jhoan93@hotmail.com  
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0 

**MSC. DIEGO TRUJILLO**

**Tutor del Proyecto**