



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE
EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA.” PLAN DE
MERCADOTECNIA Y VENTA.**

COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TITULO DE LICENCIADA
EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO.

AUTOR:

LINO GONZABAY KARINA ISABEL

PROFESOR GUIA

ING. JOSÉ ADRIAN VALENCIA MEDRANDA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

JULIO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN DE MERCADOTECNIA Y VENTAS. elaborado por la Srta. LINO GONZABAY KARINA ISABEL , de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a horizontal line extending to the left. The initials 'JVM' are visible within the signature.

Ing. José Valencia Medranda Msc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado, “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA.”. PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN DE MERCADOTECNIA Y VENTAS elaborado por la Srta. Lino Gonzabay Karina Isabel, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente



Lino Gonzabay Karina Isabel

C.I. 2400364903

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena; Alma máster que me permitió ser parte de esta gran familia, mis sinceros agradecimiento por permitir seguir el proceso de aprendizaje en esta institución que fomenta y orienta a la educación superior a todo aquel que visiona un futuro mejor.

A mis maestros de cátedra por ser Personas capacitadas para ayudar a los estudiantes a desarrollar sus habilidades, quienes han tenido la paciencia para explicar y despejar las dudas brindando su apoyo en el momento adecuado, gracias por su conocimiento impartidos que aportan al aprendizaje.

A mi profesor guía A quien han tenido la voluntad de dedicar su tiempo mostrándonos sus enseñanzas y experiencia en el sector laboral generando nuevas ideas para concluir con el trabajo de titulación.

A mis padres Quienes han sido el principal apoyo para continuar con mis estudios en educación superior motivándome para culminar esta nueva etapa

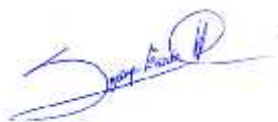
Lino Gonzabay Karina Isabel

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación, en primer lugar a Dios por darme la voluntad de seguir con mis estudios y a la vez regalarme a los seres más preciados de mi vida, que son mis padres y cada integrante de mi familia; quienes han sido la parte fundamental de esta etapa que a través de su apoyo y su perseverancia en darme motivación han logrado que culmine mis estudios universitarios.

Lino Gonzabay Karina Isabel

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
**DIRECTORA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



.....
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.
DOCENTE GUÍA



.....
Lcdo. Andrés Padilla Gallegos, MSc.
DOCENTE TUTOR



.....
Lcda. Maritza Pérez Chiquito, MSc.
DOCENTE ESPECIALISTA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
DESARROLLO	2
1. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. PROBLEMA A RESOLVER	4
4. OBJETIVO GENERAL.....	4
5. MISIÓN Y VISIÓN.....	5
5.1. Misión	5
5.2. Visión	5
7. METAS	6
8. PLAN DE MERCADOTECNIA Y VENTAS	6
8.1. ANÁLISIS DE LAS 4P.....	6
8.1.1. Producto.....	6
8.1.2. Precio	8
8.1.3. Plaza o Canal de distribución	10
8.1.4. Publicidad	11
8.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	11
8.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING	14
8.3.1. Estrategias de producto.....	14
8.3.2. Estrategias de precio	16
8.3.3. Estrategia de publicidad.....	17
8.3.4. Estrategia de diferenciación	17
8.4. ACCIONES DE PROMOCIÓN	18
9. CONCLUSIÓN.....	19
10. RECOMENDACIÓN	20

BIBLIOGRAFÍA	20
--------------------	----

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Precio Hotel Eco Paradise.....	8
Tabla 2 Elemento para obtener el precio Mínimo por habitación.....	9
Tabla 3 Precios de la competencia por servicio de alojamiento	12
Tabla 4 Precio de la competencia.....	14

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Logotipo "Hotel Eco Paradise"	16
--	----

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA COMUNA OLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA: PLAN DE MERCADOTECNIA Y VENTAS”.

RESUMEN

El siguiente trabajo de titulación contiene un plan de negocio para la creación de un hotel sostenible en la comuna de Olón Provincia de Santa Elena, con el objetivo de diversificar la oferta y dinamizar la actividad hotelera, este trabajo se realizó a través de un estudio de mercado orientado a conocer la necesidad del consumidor que normalmente requiere de alojamiento en lugares que estén cerca de áreas verdes, por lo que se da el proyecto para crear un hotel que sea pionero en mostrar el establecimiento con materiales y recursos naturales enfocando principalmente a la naturaleza y la sostenibilidad, de acuerdo al estudio realizado en el sector rural que se da entre los establecimiento que se encuentran cerca de la comuna, básicamente ofertan el servicio de hospedaje muy común y estandarizado razón para crear nuevas estrategias promueva el este nuevo producto ante el mercado.

El hotel “Eco Paradise” es un producto innovador que preside de tener parámetros dirigido al cuidado del medio ambiente y sobre todo del aporte a la economía de la comunidad, en lo particular lo que rige ante el mercado es un producto bien establecido y promocionado para esto se aplica un plan de mercadotecnia con nuevas estrategias que promuevan el establecimiento como un producto distinto a los ya reconocidos.

Palabras claves: hotel, servicio, sostenibilidad, medio ambiente

ABSTRACT

The following degree work contains a business plan for the creation of a sustainable hotel in the commune of Olón Province of Santa Elena, with the aim of diversifying the offer and boosting the hotel activity, this work was carried out through a study of market oriented to meet the need of the consumer who normally requires accommodation in places that are close to green areas, so the project is given to create a hotel that is a pioneer in showing the establishment with materials and natural resources focusing mainly on nature and sustainability, according to the study carried out in the rural sector that occurs among the establishments that are close to the commune, basically they offer the very common and standardized lodging service, reason to create new strategies promote this new product to the market .

The "Eco Paradise" hotel is an innovative product that presides over having parameters aimed at caring for the environment and above all the contribution to the community's economy, in particular what governs the market is a well established and promoted product for This applies a marketing plan with new strategies that promote the establishment as a different product from those already reconoced.

Keywords: hotel, service, sustainability, envaronent

INTRODUCCIÓN

El sector de la hotelería es parte esencial de la actividad turística, su infraestructura, la capacidad y su servicio posicionan a la hotelería como fuente fundamental para obtener gran beneficio en la economía, en el presente trabajo de titulación presenta un plan de negocio para la creación de hotel sostenible en la comuna de Olón, provincia de Santa Elena, mediante un estudio de mercado que se realizó se muestra que no cuenta con un establecimiento que tenga parámetros enfocado al cuidado de medio ambiente, a partir de esto surge la idea de crear este nuevo producto que marcará tendencia por diferenciarse del resto de los establecimientos que mantiene servicios básicos igualitarios por tal razón se proyecta un nuevo producto que dará apertura a través de un servicio especializado y al contar con una infraestructura apta para aquel visitante que busca un lugar que este cerca de la naturaleza.

Este proyecto parte de la necesidad de turistas nacionales y extranjeros que buscan comodidad, un ambiente de esparcimiento, recreación sobre todo el contacto directo con la naturaleza.

DESARROLLO

1. RESUMEN EJECUTIVO

El hotel Eco Paradise es un proyecto que nace por la necesidad de los turistas nacionales y extranjeros de disponer servicios de hospedaje cuando acuden a la comunidad, buscando un ambiente de esparcimiento, recreación y diversión, mientras que sus estadías sean placenteras disfrutando de paz y tranquilidad, en habitaciones confortantes, con singulares ventanas panorámicas que permitan tener contacto directo con la naturaleza, a través de la visualización de sus paisajes exóticos y exuberantes. Eco Paradise, estará ubicado a 800 m de la comunidad de Olón, provincia de Santa Elena y se constituye como un tipo de empresa sociedad anónima conformada con accionistas y capital social.

Los posibles clientes que acudirán al hotel, tomando en consideración los resultados obtenidos por la herramienta de investigación de mercado serán las personas extranjeras que visitan la comunidad de Olón, las cuáles poseen edades entre 36 y 48 años, los mismos que necesitan disfrutar de estadías en ambientes naturales y tranquilos.

El hotel será construido con materiales que causen menor impacto al medio ambiente, con un diseño rústico y decoraciones agradables, añadiendo el confort para que sea placentero para los huéspedes. La adquisición de materiales se llevará a cabo aportando a la economía local de la zona, implicando como recurso humano a los habitantes de la comunidad, contando con personal capacitado para satisfacer las necesidades requeridas por el huésped.

La inversión requerida para la realización del proyecto es de un monto de \$311.642, cantidad que se pretende financiar mediante un crédito bancario; se menciona además que el proyecto contará con todos los permisos legales ante los respectivos entes reguladores gubernamentales, privados y sociales.

La TIR del proyecto es de 51% y el VAN corresponde a \$368.924,89, lo que demuestra la factibilidad de la propuesta y su rentabilidad para los accionistas.

2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto busca diversificar la oferta hotelera del sector, ofreciendo un producto diferente a lo habitual, amigable con el medio ambiente. Actualmente en la comuna Olón no existe hotel alguno que se compare con las dimensiones o tipología de este proyecto, convirtiendo a este en uno de los hoteles primeros en ofrecer un enfoque de naturaleza y sostenibilidad dentro de su oferta de servicio. Lo que busca generar en el turista una ruptura de paradigmas a través de la vivencia de experiencias insuperables, haciéndolo participe de la responsabilidad ecológica al huésped lo que justifica la puesta en marcha del hotel sostenible Paradise que permitirá ser los primeros en ofrecer acceso a la naturaleza que posee Olón.

Adicionalmente, con el proyecto se incentiva a cuidar del medio ambiente por medio de la utilización adecuada de los recursos, encontrando nuevas formas de brindar un servicio de calidad que no acrecenté la destrucción del medio ambiente. El hotel sostenible, por su ubicación no tendrá acceso al ruido habitual de la comunidad, otorgando un ambiente de paz y armonía, los recursos para su construcción serán acordes a su entorno como madera y caña guadua, se hará uso de energías limpias, gracias a uno de los proyectos de la prefectura a implementarse en los próximos años al cual se tiene planificado ingresar como uno de los primeros hoteles en gestionar para

obtener su energía de la planta solar que se construirá en la comuna Juan Montalvo de la provincia de Santa Elena por todo esto el hotel Paradise será un atractivo por su innovación en sostenibilidad.

Olón cuenta con una demanda considerable de extranjeros, los que, por su origen según datos del Ministerio de Turismo, provienen de Estados Unidos, Canadá y otros países, estas son personas que traen consigo una cultura diferente, enfocada a la responsabilidad social con el medio ambiente, lo que permitirá que el hotel tenga una buena aceptación. La idea de crear un hotel sostenible mejorará la oferta hotelera y dará impulso a la economía del sector. Llegándose a concretar el proyecto será una fuente de empleo para los habitantes, además de dar ejemplo del buen uso de los recursos y cuidado del medio ambiente en la comuna Olón.

3. PROBLEMA A RESOLVER

Actualmente existe una creciente demanda de turistas que acuden a la comunidad de Olón, quienes buscan hospedarse en establecimientos localizados cerca de la naturaleza alejados del ruido, por esta razón se da paso a la creación de un Hotel sostenible.

4. OBJETIVO GENERAL

Establecer la viabilidad y factibilidad del plan de negocio para la creación del hotel sostenible Eco Paradise en la comuna Olón, Provincia de Santa Elena.

5. MISIÓN Y VISIÓN

5.1. Misión

Prestar un servicio de alojamiento, brindando atención de alta calidad, con personal capacitado y competente que ofrezca experiencias únicas teniendo contacto puro con la naturaleza en un entorno privilegiado, a fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, considerando además que nuestro compromiso está enfocado en el equilibrio de los aspectos de la sostenibilidad.

5.2. Visión

Ser una empresa posicionada en el mercado hotelero, liderando entre las primeras opciones de turistas nacionales y extranjeros, por su extraordinaria calidad de servicio, consolidando la rentabilidad responsable y manteniendo el compromiso arduo entre accionistas, trabajadores y comunidad en general.

6. VALORES

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Preservación del medio ambiente
- ✓ Hospitalidad

7. METAS

- ✓ Implementar en un 95% estrategias de marketing que permitan hacer del hotel un referente en sostenibilidad para el año 2022.

8. PLAN DE MERCADOTECNIA Y VENTAS

8.1. ANÁLISIS DE LAS 4P

8.1.1. Producto

El producto está definido por varios autores como un bien tangible e intangible que se puede ofrecer en el mercado, con el objetivo de satisfacer una necesidad. El “Hotel Eco Paradise” es una empresa hotelera que presta servicio de alojamiento y se presenta en el mercado como un nuevo hotel que se diferencia por su aporte a la sostenibilidad, desde su construcción, enfocada en el respeto hacia el medio ambiente, hasta su funcionamiento, prestando un servicio de alojamiento integral y exclusivo direccionado al disfrute y estadía en un área natural aplicando buenas prácticas de cuidado y protección al entorno. Cuenta con personal capacitado y apto para la atención clientes, que, al momento de prestar el servicio, tiene entre sus principales características: respeto, responsabilidad y calidad, brindando la atención adecuada que logre satisfacer las necesidades del cliente/ consumidor.

El hotel sostenible Eco Paradise se caracterizará por contar con habitaciones muy cómodas, amplias y de primera calidad en donde el huésped tendrá un ambiente muy tranquilo, además de eso se ofrecerá servicios complementarios como:

- ✓ Piscina
- ✓ Parqueadero
- ✓ Área de recreación
- ✓ Restaurante
- ✓ Bar

En el hotel se plantearán políticas de responsabilidad social para la conservación ambiental y no destruir las áreas verdes de los alrededores, con esto se podrá ayudar a la preservación ambiental y disminuir el grado de destrucción, además las medidas que se tomen en todos los aspectos acoplados a la sostenibilidad dependerán del manejo de la empresa, entre ellas tenemos:

- ✓ El hotel será construido con materiales que no afecten ni distorsionen el entorno natural con el que se cuenta
- ✓ Las habitaciones del hotel serán orientadas hacia el Norte para que gocen de frescura y las salas hacia el Sur para que reciban luminosidad
- ✓ Las ventanas serán colocadas con acristalamiento para tener luminosidad sin tener que encender la energía eléctrica
- ✓ Promover prácticas de reciclaje, promoviendo la colaboración en la separación de los residuos de acuerdo al material que pertenezca
- ✓ Los senderos hacia distintas partes del establecimiento serán construidos de un material que no perjudique el suelo, ni las áreas verdes
- ✓ Los residuos orgánicos producidos por el hotel serán utilizados para obtener composta, de manera que se puedan fertilizar los jardines y todas las áreas verdes del hotel
- ✓ Instalar dispositivos que favorezcan al ahorro de agua en los grifos y duchas de las habitaciones, cocina, y en las otras instalaciones
- ✓ Implementar sensores de movimiento en las habitaciones y pasillos del hotel para ahorrar energía eléctrica, que se encienden al detectar movimiento y se apaga cuando el espacio esté desocupado

- ✓ Es necesario vincularse con la comunidad, para fomentar el desarrollo económico de sus habitantes, no solo contratando personal para que trabaje en la empresa, sino que también formar alianzas con las personas locales que infunden y desarrollan las actividades socioeconómicas de la zona, además se convertirían en proveedores de producto para el establecimiento
- ✓ Se realizará turismo experiencial, a través del intercambio cultural con los habitantes de la localidad y mediante el contacto armónico con la naturaleza
- ✓ Oferta de tipo de movilidad sostenible, el uso de bicicletas para movilizarse al visitar los senderos o rutas turísticas
- ✓ Implementación de energía renovable (Gestión)
- ✓ Gestionar servicios con empresas externas que se encarguen de la lavandería de los enseres del hotel

8.1.2. Precio

Precio por servicio de habitación

El precio se logra establecerse de una manera consiente que promueva el alcance de los objetivos de la empresa:

Tabla 1

Precio Hotel Eco Paradise

Precios de venta “Hotel Eco Paradise”				
Tipo de habitación			Capacidad	Precio x noche
5	Individuales	1 cama de 1 plaza	1	110,00

2	Habitaciones dobles	1 cama de 2 plaza	2	130,00
7	Habitaciones triples	1 cama de 1 plaza 1 cama de 2 plaza	3	150,00
5	Habitaciones Cuádruples	2 cama de 2 plaza	4	170,00
1	Habitación Suite	2 D 1 cama de 2 plaza 4 camas de 1 plaza	5	200,00

Tabla 2

Elemento para obtener el precio Mínimo por habitación.

suelo y salarios	7860,99	
Préstamos	3278,65	
Intenet	500,00	
Permiso	50,00	
Agua	500,00	
Luz	1200,00	
Teléfono	175,00	
Mantenimiento	300,00	
	13864,64	
	1386,464	10% de C. Estructurales
	15251,10	cantidad / para los 160 dias laborales
	95,3194	cantidad * 15% de ganancias
	14,29791	
	110	total de Mínimo x habitación

Políticas de pago:

- ✓ Realizar el pago del 50% en línea y el 50% restante se cancela el día del check in.
- ✓ La cancelación inmediata del valor de las habitaciones al momento de adquirir el servicio

8.1.3. Plaza o Canal de distribución

Mediante esta estrategia de distribución se logrará dar a conocer los servicios, promoción y descuentos que ofertara la empresa para esto es necesario realizarlo mediante el marketing directo que considera que no debe haber un intermediario sino más bien debe surgir de una manera directa al consumidor:

Canales físicos

- ✓ En el mismo local: llevado a cabo en el área administrativa y de recepción de esta manera se tiene el contacto directo con el cliente y sobre todo su atención que es lo primordial.
- ✓ Tour_ operadores. Son agencias especializadas en paquetes turísticos que integran en su oferta alojamiento, transporte y actividades

Canales digitales

- ✓ Comparadoras de servicios turísticos, los clientes se informarán a través de páginas como Trivago, Booking, Tripadvisor, Expedia y otros canales de distribución

8.1.4. Publicidad

La publicidad es una de las alternativas que permitirá recordar la marca a nivel de mercado y promover de esta manera el producto y el servicio que se ofrece el “HOTEL ECO PARADISE” Siendo una empresa que busca brindar un nuevo servicio y sobre todo un servicio que esté acorde a la necesidad del cliente se establecerá en un punto estratégico en cuestión de ubicación y será promocionado en los medios más concurrentes de comunicación.

Los canales que se usarán para dar mayor publicidad serán los canales indirectos debido a que en este caso se cuenta con un intermediario entre el turista y el establecimiento hotelero en las cuales están:

Canales más concurrentes de comunicación interpersonales.

- ✓ Blog del hotel experiencias de usuarios
- ✓ Redes sociales: como Facebook, Twitter, Instagram
- ✓ Cuentas de google
- ✓ Redes de contactos con empresas que complementen los servicios
- ✓ A través de websites
- ✓ Centros de información turísticos

8.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

A nivel de provincia existen varios establecimientos hoteleros que ofrecen el mismo servicio de hospedaje, sin embargo, no todos ofrecen un servicio adecuado a sus clientes, de tal manera que estos establecimientos suelen ser muy comunes, debido a que ofrecen un servicio estandarizado. Pero se requiere de algo más innovador, de una

nueva idea de negocio que contemple características de prestación de servicio de calidad, con responsabilidad y sobretodo de la prestación de servicio oportuna de los colaboradores para generar la mayor confianza al momento de cumplir las expectativa de los clientes, considerando a su vez que lo fundamental de la idea del nuevo establecimiento hotelero es estar ubicado en un entorno natural que privilegia el paisaje natural y mantienen armonización con el ambiente.

Se toma en cuenta un estudio de mercado de los establecimientos que brindan el servicio de hospedaje, con la finalidad de realizar una comparación de la competencia y poder tener un referente de los valores determinados de los establecimientos, que permita plantear valores flexibles acorde a los servicios requeridos.

Tabla 3

Precios de la competencia por servicio de alojamiento

Hoteles	Habitaciones		Capacida d	Preci o
1. NATIVA BAMBÚ ECOLOGGE	Suite Junior	1 Cama doble Extra grande	2	\$ 115
	Suite	1Cama doble grande	2	\$ 135
	Habitación Cuádruple	4 literas	4	\$120
	Doble estándar	2 camas individuales	2	\$105
1. HOTEL BAJA MONTAÑIT A	Habitación doble	1 cama doble grande	2	\$125
	Suite Junior	1 cama doble	2	\$175
	Suite	1 cama doble grande	2	\$185

	Habitación doble superior	2 camas dobles grande	4	\$ 210
2. DHARMA BEACH	Habitación doble superior	1 cama individual 1 cama doble grande	3	\$139
	Suite presidencial	1 cama doble grande	2	\$304
	Suite familiar	1 cama individual 2 camas dobles grande	5	\$ 178
4. BARCELÓ SALINAS	Suite superior	1 cama doble grande	2	\$ 216
	Suite superior frente al océano	1 Camas doble grande	2	\$249
5. HOTEL COLON SALINAS	Habitación doble estándar	2 camas doble grande	2	\$ 180
	Suite	1 Camas Doble Extra grande	2	\$ 180
	Habitación individual	1 cama individual	1	\$ 146
	Habitación doble superior	2 camas dobles grandes	3	\$ 356

En la inquisición de datos referentes a los establecimientos que brindan un mismo servicio de alojamiento, se refleja los precios relativos a la prestación de servicio desde

el precio más bajo al precio más alto referente a cada empresa por lo cual se obtiene lo siguiente:

Tabla 4

Precio de la competencia

Categoría	Establecimiento	Precio establecido por noche
Hoteles	1. Nativa Bambú Ecolodge	\$ 195-135
	2. Baja Montañita	\$ 125-210
	3. Dharma Beach	\$ 139- 304
	4. Barceló Salinas	\$ 216-249
	5. Hotel Colon Salinas	\$ 146- 356

8.3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing son acciones encaminan al logro de un determinado objetivo por el cual en este apartado se coloca las siguientes estrategias que se manifiestan en el análisis de las 4p del Marketing mix:

8.3.1. Estrategias de producto

Entre todas las decisiones estratégicas que se tomarán como referente en este plan de marketing son el diseño, desarrollo y el branding que aportaran para el posicionamiento del producto, la estrategia del producto se hace uso del **branding** que es la (construcción de una marca) debido a que a marca es la combinación de nombre,

símbolo, termino y diseño que identifica a un producto nuevo, para ser eficaz, se manifiesta que una marca debe capturar la oferta de producto de una manera que responda una pregunta en la mente del cliente. Las marcas más conocidas o comúnmente fuertes son las que de inmediato vienen a la mente del consumidor cuando tienen una necesidad.

A continuación, se realizará la descripción del logo de la empresa:

✓ **Marca**

La marca que se presenta en el logo del hotel es “Eco Paradise”, hará referencia a la variada naturaleza en la que se encuentra ubicado el hotel, siendo un maravilloso lugar donde el cliente logra tener una estrecha relación con el medio, asimismo de la existencia vida, flora y fauna que se encuentran en el paisaje natural.

✓ **Logo**

El logo evidencia parte esencial de la naturaleza por el cual se logra visualizar un árbol que representa vida, aire, paz y tranquilidad que engloba el paisaje natural; el hotel símbolo de hospitalidad que brinda servicios de alojamiento a huéspedes o viajeros, es una forma de proyectar la idea que se tiene con la creación del “Hotel Eco Paradise” en el cual se trata de proyectar la reducción máxima de consumo de los recursos naturales y energéticos promoviendo de esta manera la utilización correcta de los recursos.

✓ **Colores**

Los colores elegidos son muy significativos el color verde que representa el color esplendoroso de los árboles llenos de vida, también resalta aquella belleza de las flores

que adornan los jardines que con extremo cuidado han sido plantados y preservados para armonizar con su color y aroma las instalaciones del hotel.



Figura 1 Logotipo "Hotel Eco Paradise"

8.3.2. Estrategias de precio

La fijación de precio de los servicios es fundamental porque puedes ser a única señal de calidad ante la experiencia de la compra, porque si se establece precios demasiado bajo, los clientes tendrán percepciones y expectativas pocas precisas a cerca de la calidad por lo tanto se vuelve más importante porque involucra término de calidad, costos, cliente, marca y servicio; dentro de esta estrategia se orienta a la fijación de precio de introducción al mercado, por lo que las empresas utilizan diferentes estrategias de fijación de precio cuando lanza un nuevo producto al mercado, hay dos

enfoques que son fijación de precio de descremado y fijación de precio de penetración la idea de los precios descremado es establecer de forma intencional un monto alto en relación con la competencia.

8.3.3. Estrategia de publicidad

Es un componente clave de la promoción y uno de los elementos integrados al marketing en el cual se manifiesta que la publicidad es flexible y puede usarse al alcance del público meta o un segmento de mercado definido con precisión, la mayor tendencia de cambios en la publicidad en los medios se manifiesta que la de internet es la de más rápido crecimiento, en el cual se direcciona ante la línea de publicidad de producto; por el cual se promueve la imagen, funciones, beneficios y los atributos del producto.

8.3.4. Estrategia de diferenciación

Eco Paradise se diferenciará de la competencia debido a las prácticas sostenibles que se implementarán, manteniendo un equilibrio con los principios económico, social y ambiental, de esta manera se dará un beneficio para todos, entre empresa privada y comunidad.

Además, el aspecto innovador dentro de las instalaciones del hotel es una cuestión de diferenciación que los otros establecimientos no poseen, los equipos e implementos tecnológicos que serán adaptados a las habitaciones formarán parte de la nueva experiencia de la que será partícipe el cliente o consumidor.

La estrategia de diferenciación se direcciona hacia ofertar el producto y servicio que ofrece el hotel Eco Paradise; en cuanto al producto el hotel tendrá ciertos atributos con características únicas como, la marca que vienen a ser de gran valor porque permite

que el producto tenga una buena acogida en el mercado, para esto también se toma en consideración la ubicación estratégica que permite al cliente que visite fácilmente el lugar, siendo un producto innovador tendrá opciones de posicionamiento como líder en el mercado, de la misma manera se diferenciará en el servicio por el cual contar con un personal capacitado será un factor clave que representa en cierto aspecto a la imagen de la empresa.

8.4.ACCIONES DE PROMOCIÓN

El objetivo de la promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a través de la promoción también se logra un efecto positivo y efectivo por que logra una adecuada diferenciación que le permita llegar a tener un ventaja competitiva, estar posicionados en la mente del consumidor con estrategias de diferenciación en marketing promoviendo el posicionando la imagen de marca y aplicando mecanismos y herramientas de promoción, entre los elementos para la promoción se establece las siguientes estrategias:

- ✓ Promoviendo a la empresa en el mercado a través de un influencer, que es una persona que representa a una marca, podrían ser famosos, blogger o youtubers quienes tendrían el rol de compartir sus experiencias a través de fotos, videos y comentarios aportando a la fiabilidad de la empresa en base al servicio que se ofrece, de esta manera la reputación y posicionamiento del hotel estaría ocupando los primeros lugares de la mente de los consumidores al querer adquirir los servicios.

- ✓ Aplicando estrategias marketing digital como las campañas de email marketing que son una gran herramienta para atraer a clientes, sin embargo también tiene una desventaja que el usuario puede lograr borrar los newsletter o boletines para evitar

esto se logra ubicar información de contenido interesante, a través de envíos masivos o hacer él envío de manera exclusiva a personas interesadas por el servicio de alojamiento.

9. CONCLUSIÓN

- La creación de este hotel dará apertura a un producto con servicio especializado por lo que a través del estudio realizado se obtiene resultados positivos de acogida a la nueva empresa por lo que se puede concluir que el cliente potencial busca establecimientos que tenga contacto directo a la naturaleza.
- A través del estudio realizado se concluye que se debe tomar en cuenta cada necesidad de cliente para dar apertura a nuevas estrategias de satisfagan sus necesidades.
- Al realizar el respectivo análisis de cada uno de los elementos que forman parte del plan de negocio se establece como un punto fundamental el análisis de las 4P del marketing mix, el cual tiene por objetivo analizar el comportamiento del mercado y de los consumidores integrando estrategias que logren retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de las necesidades, el mayor número de los establecimientos hoteleros utilizan estas estrategias que permiten tener mayor tendencia a nivel de mercado, la factibilidad de este análisis originó al uso de estrategias que están acorde a la venta y promoción de un nuevo servicio del hotel Eco Paradise.

10. RECOMENDACIÓN

- Requerir personal capacitado para cumplir con cada rol de la empresa para que la administración del hotel no sea afectado por una mala organización.
- Brindar el servicio adecuado y cumplir con responsabilidad y dedicación a los requerimientos de los clientes
- Realizar la promoción turística tanto en el sector público como privado mediante el uso adecuado de la plataforma de difusión y promoción captando de manera efectiva el mercado potencial.

BIBLIOGRAFÍA

- Ferrell O., C., & Hartline, M. (2012). *Estrategias de Marketing*. México : Cengage Learning .
- Morales , A., & Morales , J. (2009). *Proyección de Inversión* . México: Mc. Graw Hill.
- Moschini , S. (2012). Claves del Marketing Digital . *Ebooks de Vanguardia* , 78.
- Sierra Prieto, C. (2017). *Emprendimiento Plan de Negocio* . México : Pearson Educación .