



**INFORME DE RESULTADOS DE ESTRATEGIAS DE
MARKETING PARA DAR A CONOCER EL HOTEL
PALMAR DEL RIO CANTÓN ARCHIDONA,
PROVINCIA NAPO**

Autora: Patricia Janeth Chongo Huatatoa

Propietario: Galo Arévalo

2023-2024

- **Introducción**

En el presente escrito se pretende determinar estrategias de marketing que el Hotel Palmar del Río podría implementar en bien del crecimiento de la marca, ya que se tiene como objetivo principal desarrollar estrategias de marketing a través de un Plan de Marketing, así como aumentar la tasa de ocupación del hotel, optimizar la presencia en línea de la marca e implementas programas de fidelidad a los clientes más frecuentes; este negocio está ubicado en un entorno idílico con vistas panorámicas y servicios de calidad excepcional, proponiéndose consolidar como una opción líder en la industria hotelera.

Bajo este contexto el presente plan de marketing tiene como objetivo establecer estrategias y tácticas para aumentar la visibilidad, atraer nuevos clientes y fortalecer la lealtad de los huéspedes existentes, de esta manera se elaborarán los objetivos, misión, visión, valores y el desarrollo del plan a través de estrategias SMO en la red social Facebook.

El siguiente plan de marketing representa una guía estratégica detallada para ayudar al Hotel Palmar del Río a alcanzar sus objetivos comerciales y a consolidar su posición como un destino turístico de referencia en la región.

Objetivo general

Desarrollar estrategias de marketing a través de un Plan de Marketing para dar a conocer el Hotel Palmar del Río.

Objetivos específicos

Aumentar la tasa de ocupación del hotel mediante estrategias efectivas de promoción y distribución.

Optimizar la presencia en línea del Hotel Palmar del Río a través de estrategias de SEO, redes sociales y marketing digital.

Implementar programas de fidelidad y servicios exclusivos para retener a los huéspedes y fomentar reservas repetidas.

- **Misión**

“Ser reconocidos como el mejor hotel en Archidona por su hospitalidad, relación calidad de precio y por impulsar el turismo de la provincia de Napo”.

- **Visión**

“Brindar servicios de hotelería con hospitalidad, en un ambiente familiar, limpio y tranquilo, satisfaciendo las necesidades de nuestros huéspedes y superando las expectativas”.

- **Valores**

Calidad

Hospitalidad

Ética

Respeto

Solidaridad

Lealtad

- **Logotipo**

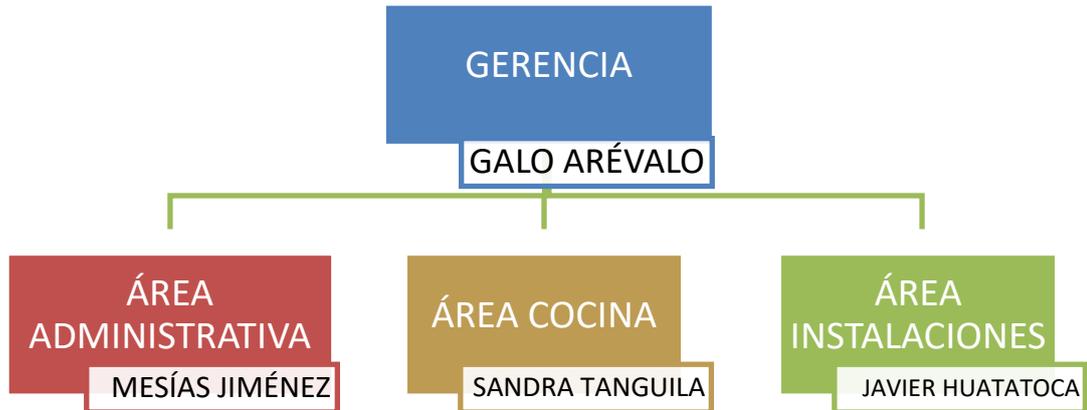
Se presenta el actual logotipo del Hotel Palmar del Río.



Fuente: Canva.

Elaborado por: Patricia Chongo (2023)

Estructura Organizacional



Elaborado por: Patricia Chongo (2023)

- Desarrollo

Análisis del Entorno:

- **Externo**

Análisis de la Industria Hotelera Local:

Evaluar la competencia local y las tendencias en la demanda turística para identificar oportunidades y amenazas.

Perfil del Cliente:

Desarrollar perfiles detallados de los clientes objetivo, incluyendo preferencias, comportamientos de compra y expectativas.

- **Interno**

Fortalezas y Debilidades del Hotel:

Realizar un análisis interno para identificar las fortalezas y debilidades del Hotel Palmar del Río.

Oportunidades y Amenazas en el Mercado:

Identificar oportunidades emergentes y amenazas potenciales en el mercado turístico.

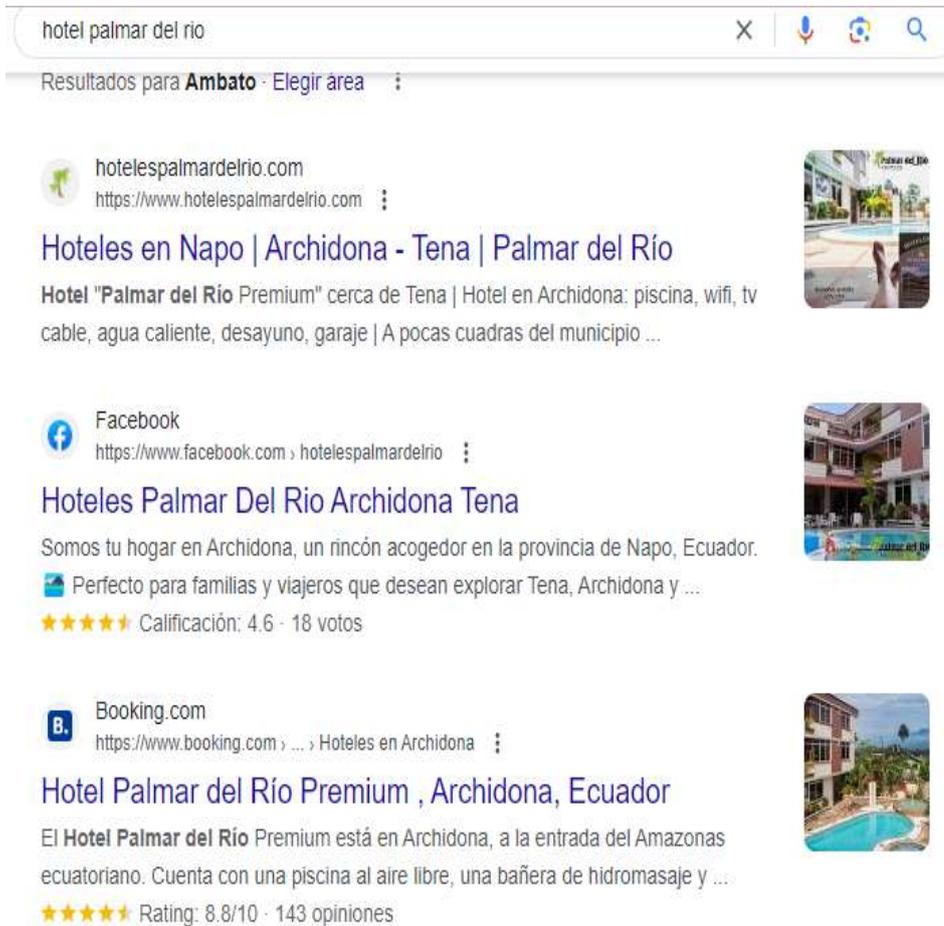
Tabla 1. DOFA

DAFO	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Precio competitivo.2. Personal leal, respetuoso y amable3. Enfoque en la limpieza altamente valorado.4. Servicios del hotel como desayuno, garajes ampliamente valorados.5. Ubicación estratégica del hotel para actividades turísticas o comerciales.	<ol style="list-style-type: none">1. Baja señal de wifi en algunas habitaciones.2. Carencia de un plan de fidelización de clientes que promueve la repetición de huéspedes.3. Carencia de software de gestión hotelera4. Contratiempos en reservas y habitaciones.
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none">1. Ubicación cerca de la capital Quito2. Turismo extranjero.3. Aumento de interés en el turismo de naturaleza y aventura.4. Poco a poco la ciudad de Archidona está siendo considerada como destino turístico.5. Incrementar la presencia en línea y la visibilidad del hotel mediante SEO	<ol style="list-style-type: none">1. Viabilidad (conectividad con Quito).2. Aumento del ruido exterior.3. Contaminación ambiental.4. Desastre natural o pandemia.5. Mayor competencia, y disrupción de nuevos modelos de hospedaje.

Elaborado por: Patricia Chongo (2023)

Estrategias y Tácticas:

Imagen 1. Estrategias marketing digital



Fuente: Buscador de Google

Marketing Digital y Presencia en Redes Sociales:

Implementar una estrategia integral de marketing digital, incluyendo SEO, publicidad en línea y una presencia activa en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia.

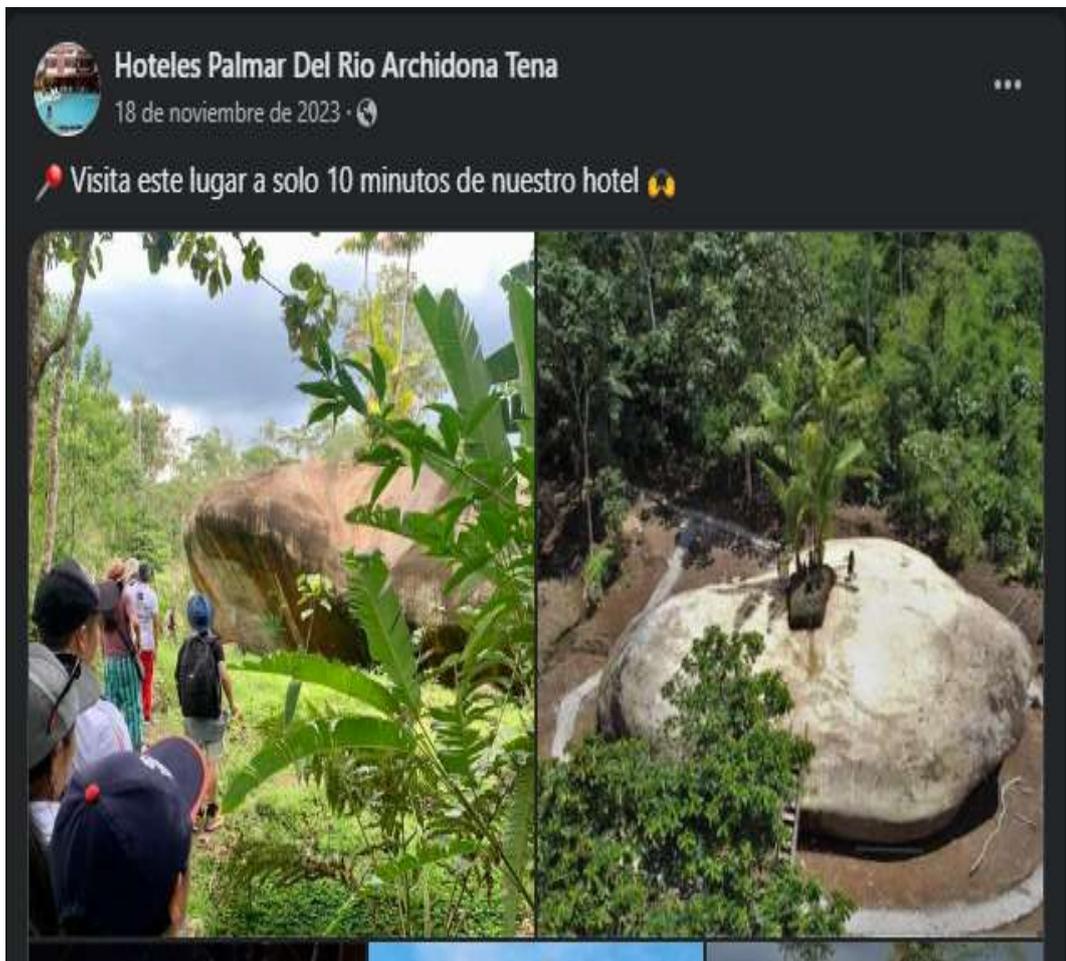
Imagen 2. Seo on Page



Fuente: Obtenido y adaptado de Plasencia y Seminario (2018)

Se puede ver los elementos básicos que se tienen en cuenta a la hora de analizar el SEO de una empresa, es así que se identifica como está la empresa en cuanto a su contenido online y meta descripciones, su estructura, su etiqueta, su velocidad y usabilidad.

Imagen 3. Paquetes de aventura



Fuente: Obtenido de redes sociales

Paquetes y Ofertas Especiales:

Diseñar paquetes turísticos y ofertas especiales que destaquen las características únicas del Hotel Palmar del Río, como los paquetes de aventuras locales que se dan en las fechas de mayor apogeo de personas, siendo carnaval, vacaciones y días festivos.

Imagen 4. Paquetes

PAQUETES

Amazonía - Napo

2 DÍAS

1 NOCHE

Paquete Expedición Selvática







Día 1
Explora la selva y descubre el "Cañon de Nachiyaku" y su piscina natural.

Día 2
Excursiona en "Usa Yaku", cruza el río en canoa y visita cavernas y cascadas.

El Gran Cañón de Nachiyaku - Centro turístico comunitario Usa Yaku

Paquete Cascadas y Cavernas







Día 1
Camina por el bosque y refréscate en las 7 cascadas de "Yanayaku".

Día 2
Explora cavernas y vive una experiencia inolvidable en la selva.

Cascadas Yanayaku - Cavernas Lagarto / Templo de Ceremonias

\$67⁰⁰

por Persona

Sin IVA

Paquetes incluyen:

- 1 noche de hospedaje en hotel con piscina
- Alimentación (1 desayuno)
- Excursiones según el paquete elegido
- Ingresos, guías, traslados, botas, casco y linterna

Condiciones:

- Paquetes disponibles todo el año, previa reserva
- **Mínimo 2 personas**
- Apto para niños mayores de 7 años
- Los sitios podrían variar por razones climáticas u otra índole

10%

de DESCUENTO
a GRUPOS desde
3 personas

Listos para la AVENTURA?



 0999569800

 (06) 2877 000

 Archidona Aventura

PAQUETES Amazonía - Napo

3 DÍAS 2 NOCHES

Paquete
Aventuras en la Selva






Día 1
Excursión a siete Cascadas

Día 2
Expedición de selva al Gran Cañón
Exploración de Cavernas

Día 3
Ruta de Lagunas cristalinas

Cascadas Yanayaku - Lagunas Yani - Gran Cañón de Nachiyaku - Cavernas

Paquete
Gran Paseo Amazónico






Día 1
Exploración de Cavernas

Día 2
Visita al Pueblo del Cacao y Chocolate
Excursión a siete Cascadas

Día 3
Paseo en Canoa por laguna selvática

Laguna Paikawe - Cascadas Yanayaku - Pueblo del Chocolate - Cavernas

\$14500
por Persona
Sin IVA

Paquetes incluyen:

- 2 noches de hospedaje en hotel con piscina
- Alimentación (2 desayunos y 1 almuerzo)
- Excursiones según el paquete elegido
- Ingresos, guías, traslados, botas, casco y linterna

Condiciones:

- Paquetes disponibles todo el año, previa reserva
- **Mínimo 2 personas**
- Apto para niños mayores de 7 años
- Los sitios podrían variar por razones climáticas u otra índole

10%
de DESCUENTO
a GRUPOS desde
3 personas

Listos
para la
AVENTURA?

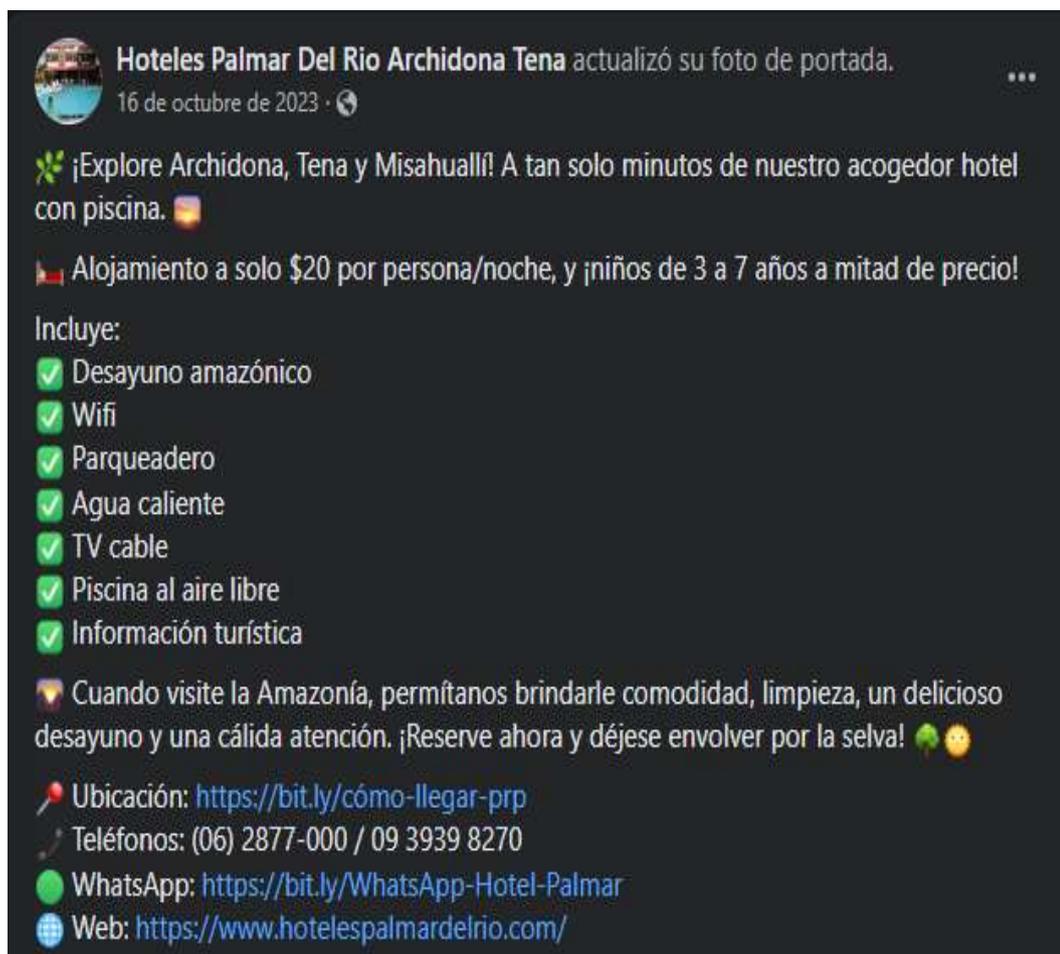
Palmar del Rio
Eritas doona Xtreme

0999569800

(06) 2877 000

Archidona Aventura

Imagen 5. Promociones



Fuente: Obtenido de redes sociales

Programas de Fidelidad:

Introducir un programa de fidelidad que recompense a los huéspedes frecuentes con descuentos y beneficios exclusivos.

Tabla 2. Programa de fidelidad

PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN
PROGRAMA DE CLIENTES FRECUENTES
PROGRAMA DE REFERIDOS
COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

Elaborado por: Patricio Chongo (2023)

PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN
VIP CLUB
“HOTEL PALMAR DEL RIO PREMIUM”

El siguiente programa de fidelización incluye una combinación de recompensas, beneficios y comunicaciones que permitirán atraer y retener a los clientes del hotel.

PROGRAMA DE CLIENTES FRECUENTES. -

Incentivos para los huéspedes que regresen en los próximos días o meses

Niveles de membresía:

Miembro Básico: Registro gratuito al programa de clientes frecuentes.

Miembro Oro: Después de acumular 10 noches de estancia en el hotel.

Registro:

Para registrarse únicamente el huésped debe confirmar en recepción su participación entregando los siguientes datos:

- ✓ Nombres Completos
- ✓ Número de identidad (CI/RUC/Pasaporte)
- ✓ Correo electrónico (email)
- ✓ Número de celular
- ✓ Fecha de cumpleaños

Beneficios:

MIEMBRO BÁSICO:

- ✓ Ofertas, promociones y tours exclusivos enviados por correo electrónico
- ✓ Descuento del 15% en la próxima reserva de hospedaje
- ✓ Descuento del 10% en reservas de tours o paquetes turísticos
- ✓ Uso gratuito del fútbolín
- ✓ Participa en el PROGRAMA DE REFERIDOS

MIEMBRO ORO:

- ✓ Todos los beneficios del Miembro Básico
- ✓ Descuento del 25% en la próxima reserva de hospedaje
- ✓ Descuento del 15% en reservas de tours o paquetes turísticos
- ✓ Late check-out gratis (hasta las 4pm) sujeto a disponibilidad
- ✓ Preferencia de reserva en épocas de alta ocupación

PROGRAMA DE REFERIDOS. -

Este programa es exclusivo para los clientes que se han registrado en el PROGRAMA DE CLIENTES FRECUENTES y que compartan sus experiencias en redes sociales o páginas de reservas o que recomienden a amigos y familiares que se alojen en el hotel.

Métodos para ganar:

- ✓ Escribir una reseña positiva en RRSS, plataformas de reservas online o en Google
- ✓ Referir a un amigo o familiar (deben mencionar la sugerencia)
- ✓ Por el cumpleaños del cliente frecuente registrado

Recompensa:

- ✓ 50% de descuento en la siguiente reserva de alojamiento
- ✓ Doble porción de empanada, muchin de yuca o bolón de verde en el desayuno

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN. -

I. Inscribir a los huéspedes en el programa. Al registrarse o al hacer el checkin, el recepcionista debe ofrecer al huésped la inscripción al programa de clientes frecuentes. Explicar los beneficios y recompensas, registrar la información de los nuevos miembros y entregarle la tarjeta de cliente VIP.

II. Registrar cada nueva estancia del huésped en su ficha correspondiente. Hoja de Excel “Clientes VIP”.

III. Enviar un correo electrónico de bienvenida a los nuevos miembros con información sobre el programa de fidelización y sus beneficios.

IV. Mantener a los miembros informados sobre las últimas noticias, promociones y eventos del hotel mediante correos electrónicos periódicos; enviándoles cada mes ofertas especiales, actualizaciones sobre los beneficios y puntos acumulados en su cuenta.

V. Utilizar las redes sociales del hotel para promocionar el programa de fidelización y destacar las experiencias de los miembros satisfechos.

VI. Encuestas y retroalimentación. Los miembros del programa de fidelización deben tener la oportunidad de proporcionar retroalimentación sobre su experiencia en el hotel, y el hotel debe tomar en cuenta sus opiniones y sugerencias para mejorar su servicio por lo que se enviará un enlace para ello en los correos enviados.

VII. Enviar felicitaciones de cumpleaños y mensajes en festividades para fomentar la participación y retención de los huéspedes.

VIII. Analizar el comportamiento de los miembros. Usar herramientas de CRM para entender el comportamiento de los miembros y personalizar aún más las comunicaciones y beneficios para maximizar su satisfacción y lealtad.

IX. Celebración de la fidelidad. El hotel reconocerá públicamente a sus miembros más leales y fieles, por ejemplo, ofreciendo un tour exclusivo o una gratuidad de agradecimiento para aquellos miembros que han acumulado 30 noches o más, o han sido miembros del programa por más de 3 años.

X. Adaptar este programa de fidelización a las necesidades actuales y capacidades del hotel, y ajustarlo en función del comportamiento de tus clientes y los resultados obtenidos.

Imagen 6. Eventos y colaboraciones



Fuente: Obtenido de redes sociales

Eventos y Colaboraciones Locales:

Colaborar con empresas locales y organizar eventos especiales en el hotel para atraer tanto al huésped local, nacional y extranjero, sus colaboradores son: la Operadora de Turismo Doonax Extreme y con el restaurante Bijao de Archidona.

Dentro de los eventos que participan son los ecológicos, fiestas del cantón en bien de promocionar los deportes de la localidad como rafting Kayak, en fin deportes extremos.

Imagen 7. Eventos especiales



Fuente: Obtenido de redes sociales

Optimización de Reseñas y Testimonios:

Fomentar y gestionar activamente reseñas positivas en plataformas en línea y utilizar testimonios para respaldar la reputación del hotel.

Imagen 8. Testimonios



Imagen 8. Reseñas positivas



Fuente: Obtenido de redes sociales

Presupuesto de Marketing:

Establecer un presupuesto detallado que cubra todas las iniciativas de marketing propuestas, asignando recursos de manera efectiva para garantizar el máximo retorno de la inversión.

Este plan de marketing para el Hotel Palmar del Río busca proporcionar una guía estratégica sólida para alcanzar los objetivos establecidos, mejorar la posición competitiva y brindar experiencias inolvidables a los huéspedes. La ejecución cuidadosa y la adaptación continua serán clave para el éxito a largo plazo.

Tabla 3. Presupuesto

Presupuesto	
Marketing digital y presencia en redes sociales	\$450
Paquete y ofertas especiales	\$400
Programas de fidelidad	\$300
Eventos y colaboraciones locales	\$350
Optimización de reseñas y testimonios	\$220
Total	\$1720

Elaborado por: Patricia Chongo (2023)

Tabla 4. Resultados obtenidos de las estrategias

N°	ESTRATEGIA	RESULTADO
1	Estrategias marketing digital	Se dio mayor difusión sobre las ofertas y promociones que tiene el hotel y a su vez permite tener las sugerencias de los que ya lo han visitado.
2	Seo on Page	Da como primera opción dentro de cualquier sugerencia hotelera dentro de la Amazonía, liderando los primeros lugares.
3	Paquetes y Ofertas Especiales	Mayor interés por parte de los turistas locales, nacionales y extranjeros.
4	Promociones	Aumento de paquetes según el presupuesto que los usuarios consultan con el propietario. Es decir se ajustan al presupuesto de cada grupo de turistas.
5	Programas de Fidelidad	Mayor compromiso con la marca, a su vez lealtad con los usuarios más frecuentes sobre los beneficios que le brinda tener membrecías.
6	Eventos y colaboraciones	Permite que se haga más conocido el hotel ya que se promociona en cada uno de estos eventos, a su vez se logra contratos más representativos.
7	Optimización de Reseñas y Testimonios	Sirve como un banco de sugerencias que la empresa hotelera esta presta a adaptar, con el fin de lograr mayor aceptación a largo plazo.
8	Presupuesto de Marketing:	Con el fin de optimizar recursos se plantea un presupuesto de inversión en el plan, que luego sea retribuido económicamente, con la mayor cobertura de la marca.

Elaborado por: Patricia Chongo (2023)

CONCLUSIONES

- ❖ Se concluyó que, de acuerdo a la entrevista el propietario del hotel resalta la importancia de tener un servicio de excelencia, demuestra el interés por mejorar dentro de las cadenas turísticas haciendo que la experiencia del cliente y la necesidad se ajuste a las expectativas de los visitantes, realizando el análisis FODA se detectó que se necesita mejorar la conectividad con personas de afuera es decir la red de internet no es tan rápida además de que la ubicación del hotel es afectada por la contaminación de ruido.
- ❖ Al aplicar la encuesta se determinó la percepción del Hotel en la mente de los consumidores, el acceso y reconocimiento que tiene como tal en su trayectoria hotelera, se observó un 79,5% de los encuestados están familiarizados con el Hotel, mientras que un 76,1% ha utilizado sus instalaciones, denotando que tiene más del 50% en ingresos por turistas que es un valor aceptable tomando en cuenta las fechas festivas que pretender tener mayor afluencia, basado en las 4P del marketing mix, resalta la importancia de implementar una estrategia integral para impactar en la demanda, la competitividad y el éxito económico del Hotel Palmar del Río en su sector.
- ❖ Se propuso estrategias de marketing logrando de tal manera apoyar al buen manejo de dichas instalaciones y mejorando su publicidad, con la información recopilada se hizo un análisis del entorno externo, en donde se vio cómo se encuentra la industria hotelera y el perfil del cliente; en cuanto a la situación interna se identificó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, lo que permitió encontrar tácticas, como el marketing digital y la presencia en redes sociales, paquetes y ofertas especiales, eventos y colaboraciones locales y optimización de reseñas y testimonios para lograr en si contribuir con lo que la entidad tienen ya organizado en su administración.

RECOMENDACIONES

- ❖ Implementar soluciones tecnológicas que mejoren la velocidad y estabilidad de la conexión a internet en todo el hotel. Esto puede incluir la actualización de equipos de red, la contratación de un proveedor de servicios de internet más confiable o la instalación de redes Wi-Fi de alta velocidad en todas las áreas del hotel.
- ❖ Desarrollar una estrategia de branding sólida que resalte los atributos únicos y las ventajas competitivas del hotel. Esto incluye una identidad visual coherente, mensajes claros y diferenciadores, y una comunicación consistente en todos los canales de marketing.
- ❖ Utilizar datos recopilados para segmentar el mercado y personalizar las estrategias de marketing según las necesidades y preferencias de diferentes grupos de clientes. Esto permitirá maximizar el impacto de las acciones de marketing y mejorar la relevancia de las comunicaciones con el cliente.



ADMINISTRACIÓN