

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Grado

Reporte de caso

Licenciatura en Comercialización

Plan de Marketing para la empresa
Hostal Las Golondrinas

Autor: Ercole, Victoria

DNI: 43.062.539

Legajo: MKT03474

Tutor: Mudry, Maria Luciana

2022

Resumen

El presente reporte de caso refiere el desarrollo de un plan de marketing para posicionar la oferta de servicios del Hostal Las Golondrinas de la ciudad de Biale Massé en el segmento familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable para el año 2023.

En primera medida, se llevó a cabo un análisis de la situación compuesto por un estudio del mercado, análisis de la industria, un análisis Pestel y también un análisis interno de la compañía que permitió poder llegar a un diagnóstico sobre la situación actual en la que se encuentra la empresa y también del entorno.

A continuación, se llevó a cabo el desarrollo de un marco teórico con el objeto de dar sustento al trabajo. Luego se definieron diferentes programas de acción, con sus correspondientes objetivos e indicadores de medición. Finalmente, se plantearon las conclusiones finales y recomendaciones pertinentes.

Palabras Clave: posicionamiento, sustentabilidad, turismo, hostel, segmentación.

Abstract

This case report refers to the development of a marketing plan to position the offer of services of Hostal Las Golondrinas in the city of Biale Masse in the family segment that is interested in sustainability and healthy living for the year 2023.

In the first step, an analysis of the situation was carried out, consisting of a market study, an industry analysis, a Pestel analysis and also an internal analysis of the company that allowed us to reach a diagnosis of the current situation in which is the company and also the environment.

Next, the development of a theoretical framework was carried out in order to support the work. Then different action programs were defined, with their corresponding objectives and measurement indicators. Finally, the final conclusions and pertinent recommendations were raised.

Keywords: positioning, sustainable, tourism, hostel, segmentation.

Índice

Introducción	5
Análisis de la situación	9
Descripción de la situación	9
Análisis del contexto	9
Análisis de la oferta	9
Análisis de la demanda	11
Competencia	14
Análisis de la Industria de Michael Porter	18
Análisis Pestel	19
Análisis Interno: cadena de valor	22
Análisis Foda	24
Análisis Especifico Profesional	25
Marco Teórico	27
Diagnóstico y discusión	30
Plan de Implementación	33
Diagrama de Gantt	45
Conclusiones y recomendaciones	50
Recomendaciones	51
Bibliografía	52
Anexos	58

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 : huerta cajón de madera	54
Ilustración 2 : kit set de jardinería	54
Ilustración 3 : sueldo encargado recreación	54
Ilustración 4 : bicicleta adulto	55
Ilustración 5 : bicicleta niños	55
Ilustración 6 : libros Montessori	55
Ilustración 7: sueldo jardinero	56
Ilustración 8 : sueldo cocinero encargado	56
Ilustración 9 : presupuesto Instagram	56
Ilustración 10 : sueldo community manager	57
Ilustración 11 : desarrollo aplicación móvil	57
Ilustración 12 : página web	57
Ilustración 13: tarifario cadena 3	58
Ilustración 14 : tarifario Artear	58
Ilustración 15: paneles solares	58
Ilustración 16 : dispenser de jabón	59
Ilustración 17: cabezal de ducha	59
Ilustración 18 : sueldo Licenciado en Ecología	59
Ilustración 19 : tarjetas indicativas	60
Ilustración 20 : canilla con temporizador	60
Ilustración 21 : kit de limpieza ecológico	60
Ilustración 22 : servilletas de tela	61
Ilustración 23 : tanque de recolección de agua	61

Índice Tablas

Tabla 1 : recursos programa 1	35
Tabla 2 :diagrama de Gantt programa 1	36
Tabla 3 : recursos programa 2	40
Tabla 4 : diagrama de Gantt programa 2	40
Tabla 5 : recursos programa 3	45
Tabla 6 : Diagrama de Gantt programa 3	45
Tabla 7 : Presupuesto total	46

Introducción

Marco de Referencia Institucional

Hostal Las Golondrinas se encuentra ubicado en Bialet Massé, Provincia de Córdoba, ciudad ubicada sobre la costa norte del Lago San Roque, A orillas de éste, el hostal ofrece una vista panorámica del lado occidental de las Sierras Chicas, uno de los cordones montañosos que dan forma al Valle de Punilla.

El espacio total donde se encuentra el establecimiento corresponde a un terreno de aproximadamente 1300 m². Allí, se encuentra emplazada la casa original y un edificio más nuevo construido en 2005. La galería original del edificio más antiguo fue ampliada y es hoy un salón de eventos que tiene entre 70 y 80m² y una capacidad para cuarenta personas. En el edificio nuevo hay algunas habitaciones en la planta alta y en la baja se encuentra emplazada la cocina y el salón comedor, el cual cuenta con una capacidad para cuarenta y cinco personas aproximadamente.

Las instalaciones comprenden un quincho con capacidad para veinte personas, un estacionamiento techado para un máximo de doce automóviles y una piscina de 7x3 m con cerco perimetral. Además, el terreno contiene un pequeño parque sectorizado que incluye una glorieta (Canvas , 2022).

Descripción de la problemática

En la actualidad la hotelería del valle de Punilla, está conformada por un sector heterogéneo formado por diversos hoteles enfocados en diferentes segmentos de personas, buscando ofrecer los servicios que disponen para satisfacer las necesidades de los turistas que visitan todo el año. El sector hotelero se está concientizando con el medio ambiente y centra los esfuerzos en alinearse con el éxito y el compromiso

Actualmente la problemática observada, se focaliza en relación al débil posicionamiento de la marca en el sector hotelero, en lo que respecta a objetivos en relación a la prestación del servicio y a la captación de la demanda deseada, el establecimiento buscó enfocarse más en pasajeros como parejas de distintas edades que generalmente viajan sin hijos.

En relación a las nuevas tendencias de los últimos años, en donde el turismo sustentable tomo importancia, es significativo poder aprovechar los recursos naturales que ofrecen las sierras de Córdoba y también la infraestructura con la que dispone el hostal

para poder satisfacer esta necesidad en crecimiento. En base a lo planteado se propone desarrollar un hostel ecológico, enfocado en un segmento familiar, pudiendo evaluar las características de los principales clientes, conociendo las necesidades, para de esta forma poder adaptar la oferta de productos y servicios diseñando una propuesta de valor para las familias y poder aumentar los ingresos.

Antecedentes

La autora (Alicia Parra Nafría, 2021) presentó un proyecto de elaboración de un plan de marketing en el hotel eco-sostenible Riverso, en Soria, con el objetivo de brindar el mejor servicio al cliente basado en la eficiencia, eficacia y excelencia en unas instalaciones hoteleras eco-sostenibles. Adaptó recursos y capacidades a las diferentes necesidades de los clientes, buscó siempre la mejor opción para su satisfacción dentro de un entorno natural de una ciudad con historia y tradición.

Por su parte (Rocío & Elizabeth, 2016) llevó a cabo la elaboración de un Plan de Marketing para el Hotel Boutique “El Escalón”, en donde plantea mejoras en 6 de las 7p’s del Marketing y la correcta planificación de estrategias comerciales. En primer lugar se realizó un estudio situacional que permitió tener un panorama más claro, no solo de las amenazas y oportunidades que tiene el hotel en el entorno en el que desenvuelve sino también de la cadena de valor del mismo. En segundo lugar, se desarrolló la investigación de mercado que otorga los resultados para poder justificar el proyecto. En tercer lugar, se desarrolló el plan de marketing en base a los resultados obtenidos, en la elección de un adecuado posicionamiento. Por último, se presentaron las estrategias y acciones que permitieron solucionar o contrarrestar los problemas identificados, demostrando que la planificación y el monitoreo sugerido para que el proyecto pudo desarrollarse acorde a lo planteado.

La autora (Villavicencio, 2014) presentó un “Plan de Marketing para el Hostal Torres del cantón Yacuambi Provincia de Zamora Chinchipe”, con el fin de lograr un mejor posicionamiento dentro del sector hotelero y mejorar su servicio turístico en la línea de hotelería. Dentro de los objetivos estratégicos se planteó: realizar un diagnóstico situacional del Hostal Torres; realizar un análisis de las fuerzas externas o macro ambiente externo; realizar un análisis del mercado; diseñar la propuesta del plan de marketing y por último elaborar el presupuesto para el plan de marketing.

La autora (Astorri, 2019) en su MBA “Desarrollo Turístico Sustentable en Argentina, su aplicación en el sector hotelero durante las dos últimas décadas” buscó la implementación de un trabajo enfocado en el desarrollo sustentable, el turismo es, de todas las actividades económicas, el sector que mejor ha sabido aprovechar su condición debido a relación con el medio ambiente y su crecimiento económico constante. El objetivo del trabajo logró contribuir desde las ciencias de la administración con un modelo de gestión, funcional al turismo sustentable. La investigación analizó este tipo de administración como una herramienta contribuye activamente en políticas sobre sustentabilidad

(María Fernanda Ramos Alarcón, 2016) en su trabajo plan de marketing para el sector del turismo, categoría Hotelería ecológica, buscó la implementación de un hotel de características ecológicas en Chile, se ha tomado como referencia el concepto de Eco-Friendly a definir mediante la exploración de fuentes nacionales como también a nivel internacional.

Como última referencia, se considera la presentación del autor (Angel Hilario Paredes Rodríguez, 2016) que llevó a cabo el desarrollo de un plan de Marketing para el Ecolodge Galápagos Walker. Un hotel ecológico que a diferencia de los ecohoteles de las islas encantadas busca promover el desarrollo sostenible de las islas y del planeta mediante la concienciación del cuidado de especies únicas y en peligro de extinción así como también el ahorro de recursos limitados para la sostenibilidad de los mismos.

Relevancia del caso

Las razones por las cuales se analiza este caso es la oportunidad de realizar un plan de marketing que permita Hostal Las Golondrinas posicionarse como un hostel familiar, teniendo en cuenta los atributos diferenciadores en los servicios que ofrece a sus huéspedes, permitiendo obtener ventajas competitivas en la industria y lograr el posicionamiento de la marca enfocándose en un turismo familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable.

Cumpliendo con el posicionamiento del hotel se podrá lograr el objetivo de incrementar la demanda de visitantes grupos familiares en las distintas temporadas y fechas relevantes, mejorando la tasa de ocupación de los huéspedes en el hostel.

Análisis de la situación

Descripción de la situación

Hostal “Las Golondrinas”, se encuentra ubicado en Bialeto Massé, ciudad ubicada sobre la costa norte del Lago San Roque, más precisamente sobre la desembocadura del Río Cosquín, desde el punto de vista demográfico, la ciudad en el 2010 poseía 5.449 habitantes, estimándose que en la actualidad hay más de 10.000 habitantes permanentes.

En relación a la actividad turística, esta es considerada como una de las principales actividades económicas, sin embargo, no existen datos básicos estadísticos sobre la actividad turística a nivel municipal. Esto hace que el desarrollo turístico de la ciudad tenga características de ser espontáneo, aprovechando de manera fragmentada los flujos turísticos que atrae la zona. En lo referido a las relaciones con el municipio de Bialeto Massé, se denota la falta de políticas públicas turísticas de mediano y largo plazo desde el sector público municipal.

Desde el punto de vista de posicionamiento actual del Hostal, el objetivo principal consiste en promover la rotación de pasajeros a partir de recomendaciones, se destaca la buena cantidad de pasajeros que han llegado a partir de referencias de miembros de la comunidad local. No está definido el público objetivo, por decisión de los dueños se buscó enfocar que los turistas que contraten el servicio sean parejas que viajen sin hijos, ya que argumentan que es más rentable, pero no realizando ninguna acción de marketing alguna para dicho público. También hay que tener presente que en temporada baja el flujo visitante disminuye considerablemente a lo que se presenta en temporada alta.

Análisis del contexto

Análisis de la oferta

El Valle de Punilla se ubica al oeste de la importante ciudad de Córdoba, siendo Villa Carlos Paz la ciudad ubicada prácticamente en la entrada principal del Valle, a sólo unos 40 km de dicha ciudad, comunicadas por una autopista.

La actividad turística es considerada como una de las principales actividades económicas de la zona. El Valle cuenta además con una gran oferta hotelera, paseos, peñas, teatros, festivales. Si de actividades en la naturaleza hablamos se pueden practicar distintas actividades como Tracking, Windsurf, Parapentes, pesca con mosca, aladeltismo, golf, equitación, montañismo, caminatas, travesías 4x4, Mountain Bike.

La propuesta de alojamiento en la actualidad es completa, los turistas pueden elegir entre la amplia variedad de alojamientos. Con respecto a la tipología de cliente o segmentación se observa que la hotelería en general se enfoca en un público familiar y también en un segmento de parejas o turismo individual.

Establecimientos en Bialeto Massé	Cantidad
HOTELES	4
APARTS HOTEL	2
CABAÑAS	29
CASAS Y DEPARTAMENTOS	7
ALOJAMIENTOS RURALES	1
HOSTERIAS	3
HOSTELS	1
TOTAL	47

Fuente: (Argentina turismo, 2022).

El hostel Las Golondrinas no forma parte de las asociaciones hoteleras que se encuentran dentro de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA). A nivel local, existe la iniciativa de conformar la Cámara de Turismo y este establecimiento es protagonista de este proceso de conformación. Cabe aclarar que, si bien la Cámara de Turismo de Bialeto Masse todavía no cuenta con reconocimiento oficial, se trata de un grupo de hoteleros y cabañeros que genera iniciativas y propuestas para el desarrollo turístico local e incluye a los principales establecimientos de alojamiento turístico del municipio.

Desde el hostel Las Golondrinas, a su vez, se destaca continuamente la forma de relacionamiento con otros alojamientos turísticos. Se trata de un ambiente de colaboración y no de competencia, cuestión que se ve reflejada en el tratamiento de diversas situaciones para atender las necesidades de los visitantes que llegan a Bialeto Massé.

En la actualidad se puede observar que Bialeto Massé presenta un crecimiento no solo de hoteles, sino también de diferentes alternativas de hospedaje tanto formales como también en el ámbito informal, haciendo frente de esta manera al incremento de turismo en el Valle de Punilla, también poder brindar alternativas variadas de precios y calidad de servicios a los diferentes segmentos de turistas que por la situación económica que está atravesando nuestro país dificulta poder planificar salir de vacaciones.

En esta última temporada turística atípica para el turismo que vivió momentos de incertidumbre causado por el virus Covid-21, el destino Córdoba se posiciona con una gran

oferta por sus maravillas naturales y un gran abanico de propuestas de índole variada para los visitantes.

No ha existido ni existe una política turística municipal que se haya mantenido en el tiempo y que proponga un modelo de desarrollo turístico a futuro considerando las potencialidades que la actividad turística tiene en relación con la generación de trabajo y mejora de calidad de vida para la comunidad.

El desarrollo turístico está caracterizado como espontáneo, en el cual diferentes actores buscan desarrollar una actividad económica, aprovechando el flujo turístico de la zona.

Análisis de la demanda

- *Perfil del cliente:*

El perfil del cliente que vacaciona en la ciudad de Bialet Massé está conformado por familias, parejas, estudiantes y adultos mayores.

Desde Carlos Paz hasta Capilla del Monte, los entes de turismo registran hasta el momento cifras que van del 70 al 90 por ciento. Tras la buena temporada de verano, los contingentes de jubilados y los viajes de fin de semana sostienen la actividad en hoteles y cabañas (Cba 24 N, 2022).

- *Evolución de la demanda:*

La fluctuación de la demanda de los turistas está ligado a la estacionalidad, se divide en temporada alta en donde hay una mayor concentración de turismo y ocupación hotelera como se manifiesta en fin de semanas largos, semana santa, feriado de carnaval, eventos patronales y en receso invernal escolar. En temporada baja se produce una menor concentración de personas que efectúan reservas.

Semana Santa y el sector turístico mantiene altas las expectativas en lo referido al repunte de la actividad que se registra desde el verano en los diferentes valles de la provincia de Córdoba. En el caso de Punilla, los entes de turismo de las distintas localidades muestran altos niveles de reservas tanto en hoteles como en cabañas, que oscilan entre el 70 y el 90 por ciento (La Voz, 2022).

- *Fluctuaciones de la demanda:*

El ministro de Turismo y Deportes de la Nación, Matías Lammens, los primeros impactos del verano nos permiten ilusionarnos con que será una de las mejores

temporadas de la historia, la 'temporada Pre Viaje. En Córdoba: Villa Carlos Paz 80%; Santa Rosa de Calamuchita 90%; Villa General Belgrano 90%; Mina Clavero 91% (Argentina.gob.ar, 2022).

Los números mostraron una afluencia de alrededor de 500 mil turistas, cerca de un 20 % más que en mismo período en 2021, respecto de la temporada anterior. En relación al origen de los turistas, su mayor afluencia fue en su mayoría de Buenos Aires, CABA, Santa Fe, Córdoba seguido por otras provincias como Mendoza, San Luis (Córdoba Turismo, 2022).

- *Forma de reserva:*

En cuanto al mercado de la distribución, el crecimiento de las reservas directas y su fiabilidad cada vez mayor, con menores tasas de cancelación, vuelven a poner de manifiesto la importancia de este canal. La venta directa continúa creciendo en el escenario post pandemia como nunca antes, aunque sobre un volumen de reservas aún muy bajo que se mantiene un 40% por debajo de los niveles de 2019, pero un 159% por encima de las cifras de marzo, abril y mayo de 2020 de hecho ya supera a Booking.com (Hoteltur, 2021).

- *Movilidad:*

Esta es una de las conclusiones de la Encuesta Nacional de Turismo 2022, un estudio realizado por la consultora Management & Fit en enero y la primera semana de febrero, y que reveló que el 70% de los viajeros realizó cambios y modificaciones producto de la pandemia. Respecto al modo de transporte más elegido, la respuesta es clara: el auto (propio o de un conocido), elegido por casi 52 de cada 100 viajeros (51,7%), en tanto 22,8% optó por el avión, y 18,8% por el colectivo. Más atrás quedaron el tren (2,1%) y el barco o ferry (0,4%) (Clarín, 2022).

- *Hábitos de compra:*

Una familia integrada por cuatro personas gastó en promedio \$70.000 para vacacionar en Argentina. El monto abarca únicamente alojamiento, gastronomía y transporte (Cadena 3, 2022).

Los hábitos de compra de una familia en vacaciones se centran en gastos de alojamiento, alimentación (desayuno, almuerzo, cena y meriendas), también se destina parte del presupuesto familiar a gastos de ocio y esparcimientos.

Con más de medio millón de turistas, la provincia tuvo tres semanas de intensa actividad turística, entre el 11 y el 29 de julio, con un gasto promedio por persona de \$10.000 por día entre alojamiento, comida, recreación, transporte y compras, detallaron desde ese organismo. En este sentido se indicó que en comparación de los datos que brindó la pre pandemia de 2019, el crecimiento de este año en ese destino del Valle de Punilla fue del 32% (Télam Digital, 2022).

A modo de conclusión de las variables analizadas el perfil del cliente que vacaciona en la ciudad está conformado por familias, parejas, estudiantes y adultos mayores. La demanda en el hostel fluctúa según la época del año, sea en temporada alta o baja. Las vacaciones de invierno, en el mes de julio, representan un aumento en la demanda. También es el caso de la temporada alta de verano en donde el Valle de Punilla es un atractivo turístico de importancia en Córdoba. El resto del año, en temporada baja, los huéspedes que vacacionan en la ciudad es relativamente baja.

El turista efectúa la reserva a través de los buscadores, en la página web del hotel o a través de un llamado telefónico, una forma habitual de poder contratar los servicios. La mayoría de los turistas utilizan el auto, aunque también utilizan como medio de transporte el colectivo de larga distancia para arribar a la ciudad de Villa Carlos Paz en donde hay un movimiento constante de colectivos de todo el país. Luego por medio de la combinación de los colectivos interurbanos o en taxi se puede llegar de forma rápida y segura ya que Bialet Massé está a 13 km de Villa Carlos Paz.

Análisis de los Competidores

Nombre Alojamiento	Segmento de mercado	precio x dos noches	Diferenciales de servicio	Cancelación Y forma de pago	Calidad del servicio brindado	Servicios ofrecidos	Programa de viaje sustentable	Calidad de la atención
Estancia Santa Leocadia	Familias, parejas, y empresarios	\$ 22.528	*De sayuno continental buffet *Chalet con vista a la (montaña, jardín y pileta)	Transferencia Bancaria Tarjeta de debito Y Crédito	8,2 Muy Bien	* Pileta * Estacionamiento * Salón para usos múltiples * Desayuno continental * Wii * Parque * Parrilla y Horno * Día de campo con pileta * Cambio de moneda extranjera	Si	* Hermoso lugar. Tienen todo muy organizado y la atención personalizada es muy buena (10 puntos). * Excelente atención. Hermoso lugar. Buen desayuno (9 puntos). * El predio. El paisaje, la cercanía con al lago. Lo edificio muy bueno y bien cuidado. Fallas en el wifi, horarios de uso restringidos (7 puntos).
Cabañas Bivias del Mirador	Familias y parejas	\$ 19.485	*De sayuno continental *cercanía al centro de la ciudad	Pago en efectivo	9 puntos fantástico	* Wii Gratis * Parking Gratuito * Piscina (en temporada) * Actividades deportivas * Salón de juegos para niños * Aire Acondicionado * No se permiten mascotas	No	* Las cabañas bonitas, decoradas con buen gusto y cómodas. La atención perfecta (10 puntos). * Excelente el lugar y la limpieza, Todo espectacular (8 puntos). * Mucha previsión en los detalles Muy limpio. Atendido por sus dueños Eduardo y Marta, muy cordiales (10 puntos).
Posada del Sol, Club de Golf, Fitness & Resort	Familias y parejas	\$ 20.235	*se aceptan mascotas *de sayunos aptos para personas celiacas (sin gluten) *restaurant en las instalaciones *Canchas de golf, tenis y futbol.	Tarjeta de debito Y Crédito	Sin puntuación	* Wifi Gratis * Pileta * bar * Zona de juegos de meza * Jardín * Zona de comedor * Estacionamiento gratis * Desayunos sin Gluten * Parque infantil * Canchas Golf, tenis y futbol * Gym	No	Sin comentarios en plataformas de venta online.
Hotel Bialek Massé	Familias, parejas, juventud y empresarios	\$ 15.448	*Ubicación estratégica y cercanía al Río San Antonio *Habitaciones con vistas a la montaña *De sayuno Buffet	Transferencia Bancaria Tarjeta de debito Y Crédito	7.8 puntos Bien	* Pileta al aire libre *Wifi disponible en zonas comunes *Parking en garaje(con reserva previa) *Bar *Zona de juegos *Jardín y zona de parillas *Equipamiento visual y tecnológico.	No	*Excelente atención de los empleados en todo momento. El desayuno super completo, y espectacular. La pileta nos encantó, igual que el parque.(10 puntos)*Limpio, cumplió las expectativas, buena atención del personal.(8 puntos)*muy buen lugar para descansar la pileta y el patio lo mejor, muy limpio y cordial, solo mejorar el servidor de internet q no llega a las habitaciones (8 puntos).
Hostal las Golondrinas	Familias y parejas	\$ 16.000	* Ubicación estratégica *Entorno natural *Casco edilicio con historia en la ciudad y en comunidad local	Pago en efectivo	10 puntos	* Pileta al aire libre *Wifi disponible en zonas comunes *Zona de juegos *Jardín * Bar *Biblioteca y mesa de juegos *estacionamiento *Quincho con asador *sala de reuniones *servicio de limpieza	No	*Excelente atención de los empleados en todo momento.(10 puntos) * la habitación super limpia y cuidada la terraza excelente. (10 puntos)*El desayuno bien ,la ubicación muy buena para descansar, excelente.(10 puntos)*Lindísimo todo. La ubicación al lado del río. La habitación muy linda con balcón enorme a la vista de la montaña. El jardín es muy lindo, la parte de la pileta y asador también. La atención excelente, muy agradable. Hostal 100% recomendable, espero poder volver pronto.(10 puntos)

Fuente: (Booking, 2022).

- *Justificación*

En relación a los competidores directos analizados en la industria, se observa que el segmento de mercado al cual están dirigidos es en su mayoría comprende a familias, parejas, empresarios y jóvenes.

La estrategia de precio comparativa entre los competidores es muy similar entre ellos, por su parte Estancia Santa Leocadia aplica estrategia de precio por valor añadido, en su oferta de productos muestra diferenciación de precios en las que se ofrecen diferentes tipos de habitaciones : doble deluxe con balcón, doble con baño privado, doble económica, triple básica, cuádruple deluxe y departamentos), también este alojamiento es parte del programa Viajes Sustentables, lo que significa que en la propiedad se tomaron medidas considerables para que tu estadía sea más sustentable.

En relación a Cabañas Brisas del Mirador aplica también precio por valor añadido, teniendo en consideración que las cabañas que ofrecen un equipamiento completo para satisfacer las necesidades en la estadía (Cabaña entera 60 m² y 50 m² con: Cocina privada, baño privado, vista al jardín, vista a la pileta, vista a la montaña, Aire acondicionado, patio, TV de pantalla plana, parrilla y Wifi gratis.

Posada del Sol, Club de Golf, Fitness & Resort en su oferta de alojamiento ofrece un valor añadido en los precios publicados de sus cabañas, dispone de cancha de Golf incluida en el precio de reserva, también disponen de desayunos sin Gluten para personas celiacas y hogar a leñas en una de sus cabañas.

Hotel Biolet Massé hotel de 2 estrellas en el que ofrece servicios básicos a sus huéspedes, no aplicando un valor diferencial en sus servicios, en base a lo analizado aplica estrategia en costos en la determinación del precio de los servicios que brinda a los visitantes.

Por último Hostal las Golondrinas en la oferta de sus productos establece una diferenciación en el precios de sus habitaciones por sus características ya sea habitación doble o con terraza, triple o cuádruple, destacando que las mismas tienen vista privilegiada al río Cosquín.

Los diferenciales de servicios que se observa en los alojamientos analizados, es que en su mayoría se destaca la ubicación, cercanía al centro de la ciudad, Posada del Sol ofrece cancha de golf, tenis y fútbol para sus huéspedes y también es el único que ofrece

desayuno para personas celiacas y destacan que aceptan mascotas bajo petición de forma gratuita, pero Hostal Las Golondrinas está situado en un entorno natural y su infraestructura edilicia está formada por un casco edilicio histórico de carácter imponente, sumado a quincho con asador y un salón para eventos.

En relación al programa de viaje sustentable, Estancia Santa Leocaida es el único establecimiento que certifica en la plataforma venta de viajes Booking, en el cual ofrece medidas para un viaje sustentable y más respetuoso con el medio ambiente. Las prácticas con mayor impacto ponen el foco en 5 áreas claves: residuos, energías y gases del efecto invernadero, agua, apoyo a las comunidades locales y protección a la naturaleza.

La estrategia digital de las empresas analizadas se enfoca en ofrecer la propuesta por Facebook, plataformas de ventas online, en redes sociales, excepto Posada Golf club que por el momento no tiene activa la reserva por plataformas de venta online.

Los servicios que ofrecen los competidores analizados en su mayoría son similares entre ellos, a excepción de Posada Golf Club que ofrece un espacio acorde para el desarrollo de actividades deportivas y gimnasio.

La calidad y puntuación en general es satisfactoria en la mayoría de los alojamientos, excepto en Posada Golf Club en donde no hay comentarios de huéspedes en las plataformas de búsqueda de hoteles: Booking.

El mercado hotelero en Biale Massé está conformado por una gran variedad de competidores en el rubro que poseen la misma categoría, calidad y servicios de características similares. Se encuentran aquellos hoteles que se dirigen a un segmento familiar, de parejas, empresarial ofreciendo comodidad, confort, y seguridad.

En relación a los competidores más cercanos podemos nombrar a Estancia Santa que tiene un posicionamiento diferencial de productos, posee mayor variedad de servicios para los huéspedes y un precio elevado. Cuenta con una rica historia propia y puede ser encuadrada como competencia directa, la misma tiene sus comienzos en el siglo XVI, propiedad de Don Rudecindo Paz, hijo del General José María Paz, el cual le otorga impronta y un carácter distintivo. En sus instalaciones cuenta con piscina, estacionamiento libre, un salón para usos múltiples, parque, servicio de comidas, entre otras. Asimismo también la estancia ofrece sus instalaciones para eventos y día de campo como experiencia alternativa.

También se podría nombrar como competidor directos a cabañas Brisas del mirador, con un posicionamiento por atributo y beneficios. si bien la característica de éste hospedaje es en formato de cabañas y difieren de lo que ofrece Hostal Las Golondrinas, brinda servicios e instalaciones con características similares y es importante tenerlo en consideración dado que comparte ciertas características en común como estacionamiento privado, piscina, parrilla, vistas al jardín, a la montaña y Wifi entre otras.

- *Mapa de posicionamiento*

Una forma de simular el posicionamiento de una marca es una matriz de posicionamiento, en la permite observar la apreciación del consumidor sobre los competidores, marcas o servicios de en un mercado.

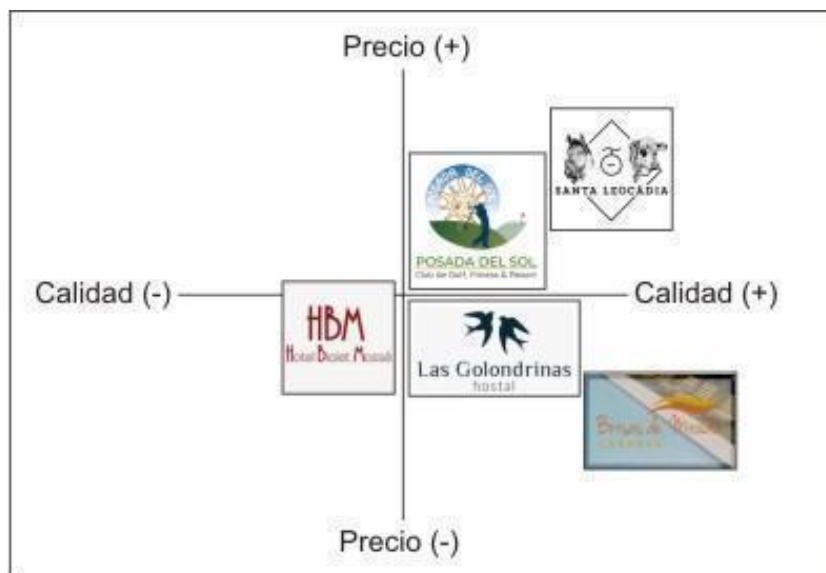


Ilustración 1: mapa de posicionamiento

Los servicios ofrecidos de las empresas analizadas son similares entre ellas, en excepción de Posadas del Sol y Estancia Santa Leocadia están ubicadas en un posicionamiento por diferencia de productos, que posee mayor variedad de servicios para los huéspedes y un precio elevado. Hostal las Golondrinas, ofrece buenas propuestas para los viajeros, y a un precio competitivo acorde a su propuesta y comodidades dentro de un ambiente natural ofreciendo calidad a un menor precio, con una ubicación cercana al centro de la ciudad, mostrando un posicionamiento por atributos/ beneficios. También se encuentra Brisas del Mirador en el que la relación precio calidad es buena ubicándose en un

posicionamiento por atributos y beneficios. Por ultimo Hotel Biale Massé marca un posicionamiento basado en la calidad y precio tiene un precio menor en referencia al resto, pero su calidad en el servicio brindado no presenta buenas referencias de los turistas.

Análisis de la Industria de Michael Porter

- *Poder de negociación de los clientes*

El poder de negociación de los turistas es alto, ya que tienen poder de negociación y son sensibles al precio. Es importante también tener en consideración que en la actualidad los huéspedes están bien informados de los productos y servicios que se ofrecen, debido a que en internet por medio del acceso a las plataformas de venta online de turismo, el cliente puede seleccionar y comprar alternativas según sus necesidades a satisfacer, teniendo en cuenta fecha, categorización, servicios, ubicación, tipo de hospedaje, precio, entre otras variables, lo que deriva en una alta competencia en la industria en donde se desarrolla la actividad.

- *Rivalidad entre Competidores*

La rivalidad en el sector hotelero es alta, dado que existen alternativas en el mercado ofreciendo características similares en los servicios que se brindan a los turistas. Si bien, existe una gran oferta hotelera, no son muchos los hospedajes que cuentan con la característica y la impronta de casona histórica del Hostal Las Golondrinas, asimismo, el dueño del lugar hace referencia que entre los colegas locales existe un clima de colaboración y no de competencia.

Las barreras de entradas son altas ya que requieren elevadas inversiones en equipamiento de capital para poder ingresar al sector. Las barreras de salidas son altas ya que existen costos fijos de salida elevados.

- *Amenaza de productos sustitutos:*

La cantidad de productos sustitutos en el sector es elevada, en el mercado existen alternativas atractivas que se transforman en una amenaza. En la industria se ofrecen alternativas como por ejemplo: departamentos, cabañas, posadas, casas en alquiler brindándole al cliente propuestas de valor en los servicios que ofrecen.

- *Amenaza de entrada de nuevos competidores:*

La industria hotelera requiere de una alta inversión en recursos financieros para entrar al mercado, ya sea en la constitución legal de la empresa como también en el desarrollo de las instalaciones, esto hace que entrar no sea fácil. También poder instalar una marca en el mercado resulta elevado, ya que es necesario inversiones en publicidad. La amenaza de nuevos competidores en este aspecto es baja.

- *Poder de negociación con proveedores:*

El poder de negociación de los proveedores en el sector es bajo, ya que existe una gran cantidad de competencia en la industria para poder suministrar los bienes y servicios necesarios para poder desarrollar la actividad en el sector.

Justificación

En conclusión del micro entorno analizado, se observa que el poder de negociación de los turistas es alto como consecuencia de la elevada competencia en el sector y por que disponen de amplia variedad de información al momento de poder de evaluar las alternativas de compra.

La rivalidad en el sector es alta por los competidores que ofrecen servicios con características similares a los turistas. Las barreras de entradas al sector son altas ya que es necesario elevadas inversiones de capital, por lo tanto las barreras de salidas son altas ya que existen costos fijos de salida elevados.

La cantidad de productos sustitutos en el sector es elevada, en el mercado existen alternativas atractivas que se transforman en una amenaza. La industria hotelera requiere de una alta inversión en recursos financieros para entrar al mercado, la amenaza de nuevos competidores en este aspecto es baja.

Por último el poder de negociación de los proveedores en el sector es bajo, ya que existe una gran cantidad de oferentes de insumos en la industria para poder desarrollar la actividad en el sector.

Análisis PESTEL

- *Factores Políticos:*

El sector hotelero está siendo afectado por diferentes medidas gubernamentales que dificultan el desarrollo de la actividad en la industria. La sostenibilidad en el sector requiere de una etapa de reconstrucción, siendo necesario que la actividad del sector constituya una política de estado y se le otorguen medidas de promocionales al sector. La industria

presenta una presión tributaria excesiva, en la cual esta se traslada al precio del servicio, afectando de manera directa la reactivación de las economías locales y regionales.

- *Factores Económicos:*

El sector turístico soportó momentos complicados al ser uno de los que más sufrió los efectos de la pandemia mundial. La situación económica actual no es un tanto alentadora, debido a la recesión económica y a la galopante inflación que impacta de manera directa a las empresas del sector.

Las medidas del gobierno en relación al lanzamiento de “pre viaje “ incentiva un mayor movimiento de turistas en el mercado interno , otorgando beneficios en reintegro de hasta el 50 % de crédito a favor para que el mismo pueda ser utilizado en todos los productos y servicios que se consideren dentro de la “cadena turística”, que no sólo incluye actividades directamente relacionadas con el turismo, sino que además contempla la gastronomía, los espectáculos y muchas más actividades culturales y productos.

- *Factores socioculturales:*

Se puede observar una nueva tendencia que toma relevancia en el mundo entero y son los llamados turistas sustentables. Un cambio radical en los hábitos de consumo, tomando importancia el consumo en bienes y servicios sustentables, además que en argentina el turista viaja solo , en familia por placer o por negocios etc., siendo el turismo nacional una gran oportunidad a aprovechar. Las ventajas del turismo saludable impactan positivamente en el medio ambiente, promueve la cultura y por último impulsa la reactivación de las economías regionales.

- *Factores Tecnológicos:*

Se analiza que la evolución de las tecnologías de la información y comunicación representa una gran oportunidad para la innovación en la industria hotelera, donde integrar la tecnología es una necesidad y un reto constante para brindar un mejor servicio a los huéspedes. Algunas de las tendencias de la tecnología que se utiliza en un hotel hacen referencia a la automatización y simplificación de muchas tareas en la vida cotidiana de las personas que realizan sus actividades. Uno de los factores clave en la experiencia del huésped es digitalizar el servicio de habitaciones para mejorar la estadía de sus invitados. Otra tendencia de la industria hotelera que es el aumento es la tecnología de reconocimiento

de voz. La tecnología para hoteles está en constante evolución y la conciencia es importante para mantenerse a la vanguardia del juego.

- *Factores Ecológicos:*

Se observa que la preocupación por el cuidado del medio ambiente se ha trasladado también al sector hotelero también llamado (*ecofriendly*), por tal motivo, la oferta de hoteles ecológicos es cada vez más amplia en el mercado, una tendencia que cada vez es más buscada por los turistas. Los hoteles ecológicos son un paso más allá hacia el turismo responsable y sostenible, el turismo tomó relevancia en las ganas de participar y de poder disfrutar de un turismo responsable, siendo respetuosos con la naturaleza y con las personas.

Justificación

El macro entorno hace referencia a todas las variables que componen el contexto en el que se enmarca una empresa, es importante tenerlo en consideración para saber cómo afrontar las debilidades, cómo explotar las fortalezas y cómo buscar las mejores oportunidades de desarrollo de negocio. La economía es, sin duda, una de las áreas del macro entorno que afecta de manera directa a la empresa, la situación económica actual no es alentadora, debido a la rescisión en el sector y la incontrolable situación inflacionaria que impacta de manera directa a las empresas.

En relación a la situación política, para que el sector tienda a crecer, se necesita políticas de estado que acompañen y también que se otorguen medidas de promoción turística para poder dar impulso a la industria. Las empresas tienen que soportar altos impuestos, en donde para poder sostener el negocio, se trasladan al precio de los productos y servicios, impactando directamente en los clientes.

En el análisis de los factores socioculturales, el mundo cambia de manera permanente y la sociedad evoluciona hacia nuevos horizontes, los hábitos de consumo de las personas que vacacionan en nuestro país, ya sea en forma individual, en pareja o también en familia cambian, los mismos tienden a la utilización de bienes y servicios sustentables, las ventajas del turismo saludable impactan de forma radical y positivamente en el medioambiente.

En relación a los factores tecnológicos este evoluciona de forma constante en todos los ámbitos de la sociedad, mejorando el estilo de vida y cambiando los hábitos de

consumo. La tecnología para hoteles está en constante evolución y la conciencia es importante para mantenerse actualizado en la industria.

Por último el factor ecológico tomó preponderancia en el sector, en donde la oferta de hoteles ecológicos está en crecimiento, acompañada por una nueva forma de vacacionar buscando un turismo responsable con la naturaleza y las personas.

Análisis Interno: Cadena de valor

- *Actividades Primarias:*

- ✓ Operaciones

En las funciones administrativas, la encargada es Guadalupe, cumpliendo tareas de: comunicación con los clientes, gestionar y confirmar reservar como así también la asignación de habitaciones a los turistas.

- ✓ Marketing y Ventas

Hostal Las Golondrinas cuenta con un sitio web propio (www.hostalgolondrinas.com.ar), desde el mismo, se brinda acceso para contactar directamente con el establecimiento a través de WhatsApp y otras vías de contacto. El hostel cuenta con una página de Facebook (@lasgolondrinashostal), un perfil de Instagram (@hostalgolondrinas) y prestan especial atención a Google My Business.

La estrategia de marketing adoptada por el hostel hace cuatro años fue aumentar la porción de parejas de distintas edades que viajen sin hijos. Desde el hostel no buscan excluir a las familias, ni a grupos de personas, sino mantener el porcentaje de parejas, ya que proporciona un mejor rendimiento en términos de rentabilidad.

La estrategia está centrada en un público de personas parejas sin hijos, dejando de lado poder aprovechar otros segmentos de personas tal como es el caso: familias, turismo corporativo y jubilados. La falta de una estrategia clara de publicidad y promoción, generan un bajo impacto en las ventas de la empresa.

El funcionamiento de los servicios que brinda el hostel, se distribuyen en tres grupos: eventos, alojamiento y gastronomía. El comedor y el salón de eventos, espacios que muestran poca participación del mercado, y en donde se observa falta, mostrando bajo posicionamiento. Por último, se deben desarrollar acciones para compensar el flujo de clientes a lo largo del año ya que en temporada alta se trabaja dentro de los parámetros esperados, caso contrario en temporada baja hay un marcado descenso de turistas.

- *Actividades de Soporte:*

- ✓ *Gestión de Recursos Humanos:*

Los grupos de trabajo se organizan bajo dos ejes temporales que reflejan el movimiento turístico: el primero se constituye por la temporada alta y los fines de semana; el eje restante, por la temporada baja. En temporada alta y fines de semana largos, la pareja dueña del hostel trabaja full time con la colaboración de dos personas a la mañana para ayudar a atender a los visitantes y limpiar las habitaciones, una persona a la tarde para ayudar en recepción y en la cocina y una que hace el turno noche, la cual recibe pasajeros en el caso de que los haya y deja preparado el desayuno.

El personal es convocado por quien necesita ayuda para cumplimentar las tareas, Guadalupe se encarga de convocar a la persona para tareas de limpieza y Marcos del personal necesario para el mantenimiento y funcionamiento del establecimiento.

- ✓ *Compras:*

Como política de compras de insumos tanto para la gastronomía como para el funcionamiento de todo el hostel, desde el establecimiento se hace lo posible por hacer todas las compras necesarias en la ciudad de Bialet Massé. Si en el pueblo no se encuentran los productos necesarios, se busca en la región (Carlos Paz, Cosquín, La Falda, etc.) y luego recién se procede a buscar insumos en Córdoba Capital.

- *Propósito del hostel Las Golondrinas*

Brindar una experiencia de hospedaje diferente y plena, en un ambiente sano, distendido y familiar. Ofrecer un espacio con servicios para encuentros y reuniones: el entorno tranquilo facilita la concentración, la comunicación y fortalece el encuentro.

- ✓ *Visión*

Ser la mejor opción en hospedaje y el mejor espacio para encuentros, reuniones, capacitaciones y retiros en el centro de Punilla. Apoyar y fomentar la cultura y la producción local y familiar. Consolidar a Las Golondrinas como una marca que representa nuestra misión.

- ✓ *Misión*

La misión de la empresa en la actualidad es generar experiencias únicas donde el huésped puede encontrarse con sí mismo y con el otro, propiciando una estadía que le permite conectar con la tranquilidad que ofrece el entorno: el río, la tranquilidad, los

pájaros, la naturaleza. Proponemos dejar las distracciones continuas de la vida actual en un segundo plano, para conocer la sensación de lo que era vivir antes del bombardeo de información que hoy es parte de nuestra vida

✓ *Valores*

Respeto: fomentar relaciones armoniosas priorizando la cordialidad y la tolerancia entre nosotros y hacia nuestros clientes. Sinceridad: brindar un servicio de excelencia con total transparencia. Gratitud: hacia nuestros clientes, proveedores, colegas, colaboradores, y comunidad. Equilibrio: entre ecología y confort, entre convivencia y libertad.

En lo que respecta al perfil del cliente, es importante definirlo dado que a partir de esta misma definición es que se elaborará la oferta. El huésped del hostel es adulto entre 30 y 60 años, de clase media, que disfruta de la naturaleza y la tranquilidad. Busca un servicio a medida y personalizado, se interesa por la historia y costumbres regionales y valora las prácticas sustentables.

Actualmente el Hostal no cuenta con un organigrama definido en el cual establezcan las jerarquías y roles de los empleados. Las tareas están divididas de la siguiente forma en su mayoría son responsabilidad de Marcos y Guadalupe (dueños):

- ☐ Recepción y comunicación con clientes: Guadalupe
- ☐ Reservas de habitaciones : Guadalupe
- ☐ Mantenimiento: Marcos junto a un empleado que se contrata en temporada alta, el cual asiste dos días a la semana.
- ☐ Limpieza: Guadalupe, junto al personal asignado según el momento del año
- ☐ Lavado: el lavado de ropa blanca lo realiza una empresa local en sus instalaciones.

Foda

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación estratégica privilegiada ● Amplio entorno natural y espacios verdes ● Amplio salón de eventos con arquitectura histórica 	<ul style="list-style-type: none"> ● Inversión en publicidad y promoción. ● Tendencia del turismo ecológico y sustentable. ● Incrementar la presencia en plataformas online de venta ● Alianzas estratégicas con hoteles

<ul style="list-style-type: none"> ● Atención personalizada administrado por sus dueños ● Reconocimiento de la comunidad local ● Puntuación positiva en los buscadores online. ● Página web en donde muestra de forma clara y organizada la propuesta. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Incremento del turismo nacional ● Certificaciones de sustentabilidad
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ● Débil participación en redes sociales (Facebook y Instagram) ● Perdida de la rentabilidad ● Carencia de desarrollo de estrategia de publicidad y promoción de la marca. ● Nula investigación de mercado ● No formar parte de la asociación hotelera. ● Débilmente posicionado 	<ul style="list-style-type: none"> ● Inflación en aumento ● Estacionalidad de la demanda ● Inestabilidad económica ● Dificultad en el acceso al crédito privado ● Competencia alta

Fuente: elaboración propia

Análisis Específico Profesional

En base al análisis efectuado, se llega a la conclusión que identificado las debilidades permitirá tener un panorama realista sobre los aspectos en los que está fallando para mejorar o cambiar de rumbo. El objetivo es que se logre modificar las acciones hasta convertir sus debilidades en oportunidades que permitirán enriquecer el posicionamiento de la empresa en la industria.

El posicionamiento otorgara al hostel una imagen propia identificada en la mente del consumidor, que permitirá lograr ventajas competitivas en el sector. Es importante poder determinar una estrategia de posicionamiento que se adapte a las necesidades de los diferentes segmentos de mercado.

En consecuencia si el hotel no logra destinar sus recursos de la mejor manera, podrá perder posicionamiento y participación de mercado. La situación rentable actual del Hostal es positiva, sin embargo, se deberá trabajar estratégicamente para ofrecer promociones (familias) y generar interés en los turistas para que contraten el servicio, durante todo el año (temporada alta y baja), a través de propuestas innovadoras y de calidad durante la estadía.

La implementación del plan de Marketing deberá contar con objetivos definidos serán los que nos guíen en las acciones a llevar a cabo y además servirán de punto de referencia para medir la efectividad de todas las acciones que se tengan que poner en marcha., además que permitan medir la evolución y el cumplimiento de los mismos, identificando los responsables en cada área de ejecución como así también la asignación de los presupuesto.

Marco Teórico

Continuando con el desarrollo del trabajo de reporte caso, es necesario utilizar herramientas que permitan realizar un análisis de las diferentes etapas en las cuales se va a desarrollar el trabajo final. El marco teórico es una recopilación de diferentes teorías que va a fundamentar el trabajo a realizar, permitiendo tener un enfoque en el desarrollo y en su explicación.

En la actualidad el posicionamiento de marca se refiere a las estrategias orientadas a crear y mantener en la mente de los clientes un determinado concepto del producto o servicio de la empresa en relación con la competencia, esto fundamental para el éxito de la empresa.

En primer lugar (Schiffman, Leon G; Lazar Kanuk, Leslie, 2010) definen el posicionamiento como el desarrollo de una imagen distintiva para el producto o servicio en la mente del consumidor, es decir, una imagen que diferenciará su oferta de la de los competidores, y comunicará fielmente al público meta que tal producto o servicio específico satisfará sus necesidades mejor que las marcas competidoras.

En segundo lugar los autores (Kotler, Philip ; Keller, Kevin Lane, 2017) como la acción de diseñar la oferta y la imagen de una empresa de tal modo que éstas ocupen un lugar distintivo en la mente de los consumidores. El objetivo es ubicar la marca en la mente del gran público para maximizar las utilidades potenciales de la empresa.

En la actualidad, uno debe mantener contacto con la realidad para tener éxito, y la realidad que en verdad cuenta es la que ya existe en la mente del cliente prospecto. El enfoque básico del posicionamiento no es crear algo nuevo y distinto, sino manejar lo que ya está en la mente; esto es, restablecer las conexiones existentes. El mercado actual ya no responde a las estrategias que funcionaron en el pasado: hay demasiados productos (Al Ries; Jack Trout, 2002).

El posicionamiento es la herramienta más valiosa que tiene una empresa si quiere ser sostenible y rentable en el tiempo, una de las maneras más efectivas para lograrlo es por medio de la comunicación. Para que el posicionamiento sea correcto y una empresa pueda entrar y permanecer en la mente de un consumidor es necesario tener claro quiénes somos y cuáles son nuestros objetivos y metas como empresa.

Se debe generar una estrategia de posicionamiento que debe estar relacionada con el producto o servicio que se ofrece en el mercado, el objetivo final de una marca es posicionarse en la memoria del público objetivo.

Por su parte el autor (David Aaker, 2014) define que la premisa esencial es que las marcas poderosas puedan convertirse en la base sólida de la ventaja competitiva y de la rentabilidad a largo plazo. Un objetivo primario sería la construcción, incremento o provecho del activo de marca, cuyas dimensiones principales son:

- Reconocimiento: un activo con frecuencia infravalorado y que ha demostrado que afecta a las percepciones, al gusto e incluso al comportamiento, el reconocimiento puede afectar cuando una marca es recordada en momentos clave del proceso de compra e incluida en la lista de consideración.
- Asociaciones: incluye los atributos del producto/servicio, programas sociales, calidad, imagen, amplitud de producto, globalización, innovación, sistemas de solución, personalidad de marca y símbolos; es decir, todo aquello que conecte al cliente con la marca. Así es como se pueden constituir las bases relacionales con el cliente, la decisión de compra, la experiencia de uso y fidelidad de clientes. La gestión de marcas como activos exige determinar qué asociaciones deben ser desarrolladas, crear programas que incentiven esas asociaciones y vincularlas a la marca.
- Fidelidad: Un objetivo de construcción de marca es fortalecer el tamaño y la intensidad de cada segmento fiel, haciendo que las bases relacionales con clientes resulten consistentes en el tiempo enriqueciéndose y profundizándose.

Según plantea los autores (Kotler, P. y Armstrong, G, 2012) otros conceptos a tener en cuenta son los referidos a estrategias de marca son:

- *Extensiones de línea*: Nombre de marca existente que se extiende a nuevos tamaños, sabores, formas, colores o nuevos atributos etc., en la categoría existente de producto.
- *Extensiones de marca*: La marca se extiende a categorías de nuevos productos.
- *Marcas Múltiples*: Nuevas marcas que se introducen al abrir una categoría de productos.
- *Nuevas marcas*: Un nuevo nombre para cada categoría de productos.

Por otro lado, el autor (Aaker, 1993) propone cuatro niveles de notoriedad de marca: 1. *Marca dominante*: el consumidor asigna el nombre de la marca a toda una categoría de productos 2. *Top of mind*: es la primera que reconoce el consumidor cuando se le pregunta acerca de un producto. 3. *Recuerdo espontáneo*: marcas que el consumidor recuerda cuando se le pregunta sobre un producto o necesidad 4. *Recuerdo inducido*: el cliente recuerda la marca cuando la compara con sus competidoras.

Según los autores (Kolter P y Keller K.L, 2006) la imagen está ligada a la personalidad de marca que es el conjunto de rasgos humanos concretos que se podría atribuir a una marca en particular

El posicionamiento de la empresa y la marca deben resumirse en una declaración de posicionamiento. La declaración debe seguir la forma: Para (el segmento meta y necesidad) nuestra (marca) es (el concepto) que (punto de diferencia) (Kotler, Philip; Armstrong, Gary, 2013)

Los autores (Ries & Trout, 1993) definen el concepto de mapa de posicionamiento como una herramienta que se utiliza para mostrar los resultados alcanzados del posicionamiento de una marca. Es un gráfico en el que cada una de las marcas se coloca en unos ejes x-y. El eje “x” representa el beneficio suplementario más importante en el mercado y en el eje “y” el segundo beneficio suplementario más importante.

Las ventajas de implementar un mapa de posicionamiento, permitirá ver cómo los consumidores y el mercado objetivo perciben tus ofertas y el posicionamiento de los productos o servicio, también ayudará a vigilar cómo están posicionados los nuevos productos en el mercado y también los de la competencia. Por último el mapa de posicionamiento proporciona información para comprender mejor los diferentes segmentos del mercado y visualizar cómo el mercado objetivo percibe la marca.

La estrategia de Marketing Digital es un proceso que se efectúa posteriormente a la implementación del plan de Marketing en donde se define su implementación. Este tipo de marketing puede aplicarse en cualquier etapa de la venta, la estrategia se refleja desde el momento en que el potencial cliente conoce la marca hasta que define su compra o vuelve nuevamente.

Diagnóstico y discusión

Declaración del problema

El presente reporte de caso se enfoca en la necesidad de reposicionamiento del Hostal las Golondrina de la localidad de Biale Massé, el cual busca lograr un proceso de transformación en su oferta con el objetivo de captar, además del segmento de mercado con el cual trabaja, incorporar también el turismo familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable., permitiendo obtener ventajas competitivas en la industria y lograr el posicionamiento de la marca en el sector.

Se observa la falta de una estrategia de posicionamiento de marca adecuada para cada segmento meta en particular, consolidando en la actualidad una sola estrategia. Luego de haber analizado el contexto interno y externo en el cual está inmerso la empresa es necesario la utilización de herramientas, que proporcionen los elementos adecuados para el desarrollo y la implementación de diferentes planes de acción.

Las razones por las cuales se analiza este caso es la oportunidad de realizar un plan de marketing que permita Hostal Las Golondrinas posicionarse como un hostel familiar, teniendo en cuenta los atributos diferenciadores en los servicios que ofrece a sus huéspedes, permitiendo obtener ventajas competitivas en la industria y lograr el posicionamiento de la marca enfocándose en un turismo familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable.

Justificación de problema

En la dimensión interna de la empresa se observa fortalezas como tener una ubicación privilegiada en un entorno natural con grandes espacios verdes para disfrutar en todas las estaciones del año y atendido por sus dueños en un entorno cordial y familiar. La infraestructura está compuesta por un salón de eventos con una gran historia de época y reconocimiento en la comunidad local. También se destaca la buena imagen en internet ya sea en buscadores o página web en donde la satisfacción del cliente en promedio es calificada de muy buena a excelente.

No se tiene en claro el mercado con el que se quiere trabajar impidiendo tener información relevante sobre determinados segmentos no explotados, y de esta forma poder conocer el nicho al cual se pretender llegar, para poder evaluar la rentabilidad del mismo y llegar a posicionar en la mente de los consumidores la marca y de esta forma poder

fidelizarlos. Es importante también destacar que al no formar parte de la asociación hotelera, esto se traduce es una desventaja que trae como consecuencia la no difusión en la oferta turística hotelera de la ciudad.

Es importante resaltar un débil posicionamiento en el mercado, afectando en la propuesta de valor que se quiere brindar a los turistas provocando indefinición sobre el lugar que la marca pretende ocupar en la mente de los consumidores.

Desde el punto de vista del autor Aaker, en su clasificación relacionada con la notoriedad de marca del hostel la misma se encuentra ubicada entre un recuerdo espontáneo (marca que el cliente recuerda cuando se le pregunta sobre un producto) y también recuerdo inducido (recuerdo de la marca en comparación con la competencia).

Actualmente el mercado está compuesto por un gran número de competidores, por lo que la notoriedad de marca puede hacer que el negocio logre una ventaja competitiva en el sector. Los hábitos de consumo se han modificado y las empresas deben contar con las herramientas necesarias para adaptarse rápidamente a esos cambios y estar todo el tiempo presentes en la mente de los consumidores.

En la dimensión externa se presentan oportunidades gracias a las nuevas tendencias en turismo ecológico y sustentable. Es fundamental la presencia de la marca en internet, es indispensable efectuar acciones que le permitan a la empresa mejorar su posición en el mercado tanto online como off line, mediante una inversión agresiva en publicidad y promoción. Dada la situación económica y la dificultad de vacacionar en el exterior como consecuencia de la disparidad cambiaria, es de importancia poder aprovechar el turismo interno ofreciendo una propuesta innovadora en servicio y calidad.

Finalmente, las amenazas presentes en la dimensión externa de la empresa, toma relevancia la inestabilidad económica con un inflación en constante crecimiento que se desarrolla en nuestro país y afecta de manera directa al turista y también a le empresa en poder sostener el negocio en el mercado ofreciendo precios competitivos. La estacionalidad de la demanda es un factor a tener en estudio y en consideración ya que los factores que influyen en la demanda turística se encuentran: el poder económico de los turistas, disponibilidad de días de vacaciones en el año y otros factores motivadores. También es importante destacar la alta competencia en el sector en donde se desarrolla la actividad.

Es importante destacar lo que plantea la autora (Alicia Parra Nafría, 2021) en el Plan de Marketing en donde adaptando recursos y capacidades a las diferentes necesidades de los clientes, se busca siempre la mejor opción para su satisfacción dentro de un entorno natural de una ciudad con historia y tradición. Aprovechar de manera significativa los recursos propios con lo que cuenta el Hostal, ubicado en un entorno natural, permitirá satisfacer las necesidades de los turistas y diferenciarse de la competencia obteniendo ventajas competitivas.

Discusión

Luego de un análisis de situación realizado, se detectó una falta de definición de segmentación del público objetivo, esto genera una falta de claridad sobre el lugar que la marca pretende ocupar en la mente de los potenciales cliente. Se propone una solución enfocándose en la ejecución de un plan integral de marketing que permita Hostal Las Golondrinas posicionarse como un hostel familiar, teniendo en cuenta los atributos diferenciadores que lo caracteriza, permitiendo obtener ventajas competitivas en la industria y poder lograr el posicionamiento de la marca enfocándose en un turismo familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable.

Las estrategias de posicionamiento deben permitir comunicar las propuestas de valor, destacar de la marca y poder convencer al cliente que Hostal Las Golondrinas es la mejor alternativa en relación a precio y calidad ofrecida para descansar y relajarse en familia.

Es relevante tener en cuenta que la estrategia de posicionar la empresa, aplicando una comunicación digital efectiva es una de las claves del éxito para el rubro, los resultados permiten obtener una reputación online reconocida permitiendo una comunicación directa con clientes y potenciales clientes. También es importante aplicar técnicas de posicionamiento web: SEO (conjunto de técnicas y estrategias centradas en optimizar el posicionamiento orgánico en buscadores de internet) y el SEM (conjunto de estrategias para aumentar la autoridad de los canales digitales de una empresa en los buscadores) y también IM efectuando publicidad en redes sociales y blogs entre otros.

Plan de Implementación

Objetivos

- *Objetivo General*

Posicionar la oferta de servicios del Hostal Las Golondrinas de la ciudad de Biale Massé en el segmento familiar que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable para el año 2023.

- *Objetivos Específicos*

- Aumentar en un 80% la satisfacción del cliente en el segmento familias en los próximos 12 meses.

- Incrementar un 100% la interacción online de la marca en el segmento familias en el año 2023.

- Potenciar un 80 % la visibilidad del hostel como una empresa que se interese en el cuidado del medio ambiente y en la sustentabilidad para el año 2023.

Alcance

- De contenido

Implementación de un plan de marketing para Hostal las Golondrinas, con el objetivo central de mejorar el posicionamiento de la marca en el mercado.

- Temporal

El periodo de tiempo que abarca la implementación del plan de marketing para el año 2023.

- Geográfico

Hostal las golondrinas con localización de la ciudad de Biale Masse.

Programas de acción:

- *Programa 1: actividades recreativas sustentables cuidando el medio ambiente*

- *Objetivo:*

Aumentar en un 80% la satisfacción del cliente en el segmento familias en los próximos 12 meses.

- *Fundamentación:*

El objetivo de posicionar el hostel las Golondrinas es darle valor a la marca influyendo en la percepción del consumidor, ofreciendo servicios diferenciadores en relación a la competencia, encuadrado en el segmento de las familias para que puedan

disfrutar de experiencias recreativas innovadoras enfocadas en la sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente durante su estadía en el Hostal. Para poder medir este objetivo se tomará como referencia huéspedes que se hospedaron en el hostal hace dos años atrás, se le hará una encuesta sobre su nivel de satisfacción y luego se tomarán como referencia huéspedes que se hayan hospedado luego de implementar dicho programa.

☒ *Actividades:*

✓ *Huerta ecológica en familia*

Esta propuesta tiene como objetivo habilitar y acondicionar un espacio en el parque del hostal, en el cual se preparan canteros para sembrar diferentes tipos de verduras y plantas aromáticas dependiendo de la época del año. El proceso se inicia con la preparación del compost, material con el cual se abonará el suelo, en el cual se utilizarán residuos orgánicos, evitando la utilización de productos químicos o fertilizantes. Una iniciativa innovadora, de sostenibilidad, concienciación, que permitirá mostrar a los huéspedes el compromiso con el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente. La actividad estará a cargo de un jardinero el cual será el responsable de organizar actividades con la participación de huéspedes que previamente se anoten en la recepción.

✓ *Cocina saludable*

La sociedad evoluciona, y las nuevas tendencias en alimentación apuestan por platos saludables, con sabores y texturas diferentes. Los consumidores son cada vez más exigentes y no piensan renunciar a cuidar su alimentación mientras estén alojados en el hostal. Con la participación del chef del restaurante del Hostal se organizaron diferentes actividades con los huéspedes enfocado en la preparación de platos saludables para el desayuno, almuerzo y cena se utilizaran productos locales y de la cosecha de la huerta. También se efectuarán demostraciones de coctelería con hierbas frescas locales.

✓ *Charlas sobre el medio ambiente*

Un equipo profesional de recreación turística preocupado por el cuidado del medio ambiente y la vida saludable enfocara dentro de su programa diferentes actividades que le permitan a los huéspedes adultos y niños por medio del entretenimiento ganar conciencia sobre el medio ambiente, de manera responsable, utilizando el juego como un medio de transmitir enseñanzas, las mismas se desarrollan en el salón del hotel.

✓ *Paseos en bicicleta en familia.*

Con el desarrollo de esta actividad se busca ofrecer al huésped una actividad recreativa, promoviendo la utilización del transporte ecológico. Las bicicletas para adultos y niños estarán disponibles en las instalaciones del hostel. Se les brindará a los turistas un mapa con los senderos y lugares en donde puedan realizar la actividad en familia, para poder realizar la actividad, tendrán que registrarse en la recepción.

✓ *Taller de reciclaje infantil*

Esta actividad tendrá como objetivo que los niños puedan elaborar juguetes con elementos reciclados como por ejemplo: rollos de papel de cocina e higiénico, tapitas, cartones de huevo, cajas de zapato, botellas de plástico etc. Con el desarrollo de esta actividad se buscará enseñarles a los más pequeños un consumo responsable, mostrándoles actividades innovadoras en donde se reutilicen diferentes objetos y poder crear nuevos de forma divertida.

✓ *Excursiones en familia*

Con el desarrollo de esta actividad se buscará ofrecer a los huéspedes del hostel, recorridos en donde puedan realizar diferentes actividades en familia. Se les entregará una hoja y lapicera por grupo familiar en el cual tendrán que tomar nota de las cosas que vean en el recorrido (elementos de la naturaleza, elementos que no formen parte del entorno natural para luego poder debatir y aprender en familia en las instalaciones del Hostel, con la participación del encargado de recreación.

✓ *Espacio de lectura con libros Montessori*

En la recepción del hotel se destinará un espacio para la colocación de una biblioteca en donde estarán disponible en todo momento, libros para fomentar los respetos por la naturaleza y el cuidado del medio ambiente para los niños que vacacionan con sus familias. Los mismos tendrán ilustraciones llamativas y también diferentes actividades para poder educar de forma divertida.

✓ *Rutina de juegos de ecología*

Los juegos ecológicos son aquellos que nos ayudan a desarrollar el conocimiento del entorno natural y a desempeñar buenas prácticas ambientales. Con la participación de un encargado de recreación en las instalaciones del hotel, se ofrecerá a los niños actividades en donde jugando y divirtiéndose se aprenda sobre la naturaleza y el cuidado del medio ambiente. Los mismos se desarrollarán dos veces por semana.

✓ *Planta un árbol en familia*

El objetivo de esta actividad es promover la unidad y el cuidado del medio ambiente con la propuesta de plantar un árbol en familia en espacios previamente destinados dentro de Biale Masse. Los árboles son esenciales para la naturaleza y nuestra vida. Esta función también evita que el suelo se erosione, gracias a que la lluvia no impacta de manera directa sobre la tierra. , también otro beneficio es que ayuda a disminuir la contaminación atmosférica. En las instalaciones del hotel estarán disponibles diferentes variedades de árboles (Jacarandá, Chivato Y Lapacho Rosa) y también los elementos necesarios para poder plantarlo. El responsable de esta actividad es el encargado de la recreación.

✓ *Día de picnic saludable en familia*

Se desarrollarán picnic en las instalaciones del Hostal, como así también en el rio, ofreciendo a las familias un espacio al aire libre, poder comer sano, fomentando los hábitos saludables en familia. Se le entregará a los que se anoten para realizar dicha actividad una canasta con productos naturales: variedad de frutas, jugos naturales exprimidos y frutos secos regionales, el responsable de esta actividad es encargado de cocina en conjunto con el encargado de recreación.

□ *Responsables:* dueño hostel las Golondrinas y encargados de actividades

□ *Plazo:* 12 meses

Tabla 1: recursos programa /

Recursos		
Materiales	Humanos	Financieros
Huerta cajón madera rustica	Dueño y jardinero	8 cajones de madera \$68.792.
Kit de set de jardinería		3 kit de jardinería \$16.470.
Cocina saludable	Cocinero	Sueldo cocinero \$59.211.
Charlas medio ambiente	Encargado recreación	Sueldo \$130.000.
Bicicletas adultos y niños	Encargado recreación	5 bicicletas adultos \$245.495 y 5 bicicletas menores \$191.345.
Taller de reciclado infantil	Encargado recreación	-----
Excursiones en familia	Encargado recreación	-----
Espacio de lectura libros Montessori	Encargado de recreación	5 libros Montessori descubre la naturaleza \$ 24.500
Rutinas de juegos ecología	Encargado de recreación	-----
Planta un árbol en familia	Jardinero y encargado de recreación	Sueldo jardinero \$ 64.157 Arboles variados \$ 47.450
Día de picnic saludable	Cocinero y encargado de recreación	Sueldo cocinero \$59.211

Fuente: elaboración propia

Programas de acción 2: actualización de plataformas digitales y estrategias SEM

□ **Objetivo:**

Incrementar un 100% la interacción online de la marca en el segmento familias en el año 2023.

□ **Fundamentación:**

En este contexto de un mundo globalizado, la presencia digital resulta de gran importancia para el marketing hotelero y se debe tener muy en cuenta a la hora de elaborar un plan de marketing. La clave está en posicionar la identidad de marca a través una

estrategia de marketing integral, que consiga aumentar la presencia digital llegue al público objetivo.

☐ Acciones:

En reunión los dueños del Hostal las Golondrinas toman la decisión de efectuar la contratación de un community manager, para que se encargue de llevar a cabo las diferentes acciones a ejecutar: en primer lugar se establecerán los objetivos de la campaña y se definirán los atributos del hotel en la prestación de servicios.

✓ *Instagram y facebook*

Publicación de contenido en redes sociales (Instagram y Facebook) los diferentes servicios que el hotel ofrece. Para establecer la pauta publicitaria es necesario definir buyer de persona o clientes en este caso “familias “para potenciar la marca en internet. Se subirá periódicamente contenido en el feed de Instagram y en el muro de Facebook, al menos 4 veces a la semana contenido atractivo e innovador de los servicios que el hotel ofrece a los turistas. También realizan publicaciones en historias dos veces por semana.

✓ *Campaña SEM*

Implementación de campaña SEM, en primer lugar se investigara el mercado y la competencia, evaluando qué palabras claves utilizan para efectuar las búsquedas, analizando también el público objetivo y clientes potenciales. El posicionamiento SEM consiste en el empleo de herramientas y estrategias digitales que nos ayuden a aumentar la visibilidad de nuestra empresa incrementando nuestra presencia en los buscadores web, con el fin de posicionarse en las primeras búsquedas. En segundo lugar se definirán Keywords (palabras claves) en donde se realizará una lista pensando como el cliente buscaría el hotel, cuanto más genérica sean las palabra se obtendrán mejores resultados y más eficaz será la campaña. En tercer lugar se procederá a desarrollar la campaña utilizando mensajes llamativos y atractivos en forma conjunta con las palabras claves. En cuarto lugar se establece el presupuesto diario para Google Adwords (costo por clic). En quinto lugar se establece el análisis y monitoreo de los resultados para evaluar posibles cambios.

✓ *Plataformas virtuales*

Se pondrá importancia en tener presencia en las plataformas virtuales. Es importante participar activamente en Tripadvisor, booking, despegar con contenido actualizado, estas son plataformas principales nos permiten obtener opiniones y feedback de nuestros clientes en los comentarios que efectúan. Muchos clientes consultan de forma permanente en este tipo de plataformas antes de tomar la decisión de efectuar una reserva. Por este motivo es de gran importancia tenerlas en consideración, ya que nos permite dar respuesta inmediata a preguntas sobre el alojamiento.

✓ *Aplicación Móvil*

Mediante la contratación de un programador en sistemas se establecerán los parámetros necesarios para la creación de una aplicación móvil para que los huéspedes puedan disponer en forma integral de los servicios en forma rápida y segura. Las aplicaciones móviles son el nuevo canal de comunicación que posiciona la marca y proporciona una imagen innovadora, fidelizando y manteniendo una relación directa y abierta con sus clientes. Fortalecer la marca es uno de los principales beneficios de desarrollar un App propia para el hostel. Tener presencia en los dispositivos móviles posiciona mucho mejor la marca, ya que los clientes y usuarios pueden consultar la aplicación en cualquier parte y en cualquier momento.

✓ *Actualización de página web*

El programador contratado para rediseñar la página web del hostel se reúne con los dueños para poder escuchar cuáles son sus ideas y poder efectuar una propuesta para la página web. El objetivo principal es actualizar el contenido y la información de la web para poder ayudar a clientes potenciales a obtener más información sobre la empresa, productos y servicios. Para un hotel tener una página web simple y funcional se convierte en un elemento vital que puede marcar una diferencia sustancial en alcanzar el reconocimiento.

✓ *Publicidad en cadena 3*

Los dueños del hostel las Golondrina en reunión con community manager, tomaron la decisión de realizar una pauta publicitaria en una de las radios más escuchadas del país “cadena 3”, se solicitó un presupuesto para el programa “Siempre juntos” conducido por Guillermo Hemmerlin y Agustina Vivanco. Se pautó dos salidas semanales

por el plazo de un mes en el mes de enero 2023 con el objetivo de dar a conocer el atractivo del lugar “Hostal las Golondrinas” y su encanto natural.

✓ *Transmisiones en vivo*

Se planifica una serie de transmisiones en vivo a través de las redes sociales (Facebook, Instagram). Se comenzará con un recorrido virtual por el hotel, mostrando los diferentes atractivos de forma tal que los turistas puedan conocer los diferentes servicios que el hostel brinda a los turistas como si estuvieran en el lugar. Luego se continúa con un recorrido por el parque del hotel, instalaciones y también por el río Cosquín. La idea es que los potenciales turistas no pierdan el interés por visitar el hotel y los atractivos que tiene para poder pasar unas vacaciones en familia.

✓ *Publicidad en TV*

Los dueños del Hostel en una reunión con el community manager toman la decisión que Hostal las Golondrinas necesita tener mayor difusión, por lo tanto evalúan publicitar en un medio televisivo, en canal 12 de Córdoba particularmente el programa que se emite los días sábados a las 10:30hs “actores del turismo” el programa es conducido por Carlos Azzaretti, referente del turismo local y nacional, la duración del spot es de 30 segundo, en el cual se va a mostrar imágenes llamativas del Hostel (entorno , parque verde, habitaciones, comedor etc.) acompañado con música.

□ *Responsables:* dueño del hostel las Golondrinas y encargado de actividades.

□ *Plazo:* 12 meses

Tabla 3: recursos programa 2

Recursos		
Materiales	Humanos	Financieros
Acción publicitaria en Instagram y Facebook.	Community manager	Se destinan \$120.000 de presupuesto
Google Adwords		Sueldo Comunnity manager \$ 70.000
		Presupuesto Google Adwords \$ 100.000
Plataformas virtuales	Community manager	-----

Desarrollo aplicación móvil	Programador	Honorarios programador \$ 80.900
Actualización página web	Diseñador web	Honorarios diseñador web \$52.000
Publicidad en radio	Conductores de radio	\$129.600 4 menciones al mes los días viernes
Transmisiones en vivo	Community manager y dueño hostel	-----
Publicidad en Tv	Conductor de Tv	\$90.00 4 menciones al mes los días sábados.

Fuente: elaboración propia

Programa de acción 3: cuidado del medio ambiente y sustentabilidad

□ Objetivo

Potenciar un 80 % la visibilidad del hostel como una empresa que se interese en el cuidado del medio ambiente y en la sustentabilidad para el año 2023

▣ Fundamentación

Cada vez son más los turistas con conciencia ecológica, que buscan lugares con alternativas sustentables que minimicen el impacto medioambiental logrando preservar los recursos naturales y la cultura local. Viajar cuidando el medio ambiente no solo le agrega satisfacción a la experiencia sino que también permite poder seguir descubriendo este maravilloso planeta en todo su esplendor. El concepto de sostenibilidad se ha convertido en la actualidad en uno de los ejes principales de la gestión en turismo, siendo este cambio de paradigma el resultado de la concientización acerca del impacto que la actividad turística trae para el medio ambiente, la sociedad y los destinos.

□ Acciones:

En reunión los dueños evalúan diferentes alternativas para incorporar al Hostel con el objetivo de que sea una empresa sostenible enfocada en el cuidado del medio ambiente. Un hotel sostenible es aquel que es diseñado respetando el medio ambiente y cuyo funcionamiento habitual no tiene un impacto negativo en el lugar donde se encuentra construido ni en el entorno que lo rodea. Con la participación de forma activa con la

comunidad local, utilizando de forma respetuosa los recursos disponibles y promoviendo el desarrollo económico y social de la localidad.

✓ *Paneles solares*

Los dueños buscan asesoramiento con una empresa proveedora de paneles solares, con el objetivo de presupuestar la colocación de los mismos en el hostel. La empresa proveedora coordina con el dueño para realizar una visita y evaluar diferentes alternativas. Los técnicos establecen una estimación en base a la superficie a cubrir y se presupuesta el costo de instalación de los paneles solares en el hostel. Se aprueba el presupuesto presentado por la empresa y se pacta la forma de pago para luego coordinar la instalación.

✓ *Dispensadores rellenables*

Con el objetivo de reducir la utilización productos (jabón, Champú, acondicionador y loción hidratante) que se entregan a los huéspedes en envases monodosis al momento de alojarse en el Hostel, se buscará instalar en las habitaciones dispensadores fijos en el cual se colocaran productos ecológicos biodegradables, los ingredientes que se van a utilizar son de origen natural, vegetal y mineral, a su vez, no contienen ningún componente de origen animal. El responsable de efectuar esta tarea es el personal de mantenimiento del hostel.

✓ *Estación de reciclado en habitaciones y espacios comunes.*

Se procede a la instalación de contenedores para la clasificación de residuos en la recepción del hotel, parque y habitaciones. Gracias a su eficacia y facilidad de instalación, los contenedores de reciclado representan una forma sencilla de mostrar a los huéspedes del hostel que se preocupa por el impacto de los residuos en el medio ambiente y de permitirles reducir su propio impacto ambiental.

✓ *Cabezales de ducha de bajo consumo*

Se procede a la compra de cabezales de ducha de bajo consumo para las duchas de las habitaciones del hostel. Los cabezales de ducha de bajo flujo pueden reducir el consumo de agua en más de la mitad sin afectar el flujo de agua normal, lo provoca un efecto beneficioso tanto para el medio ambiente como desde el punto de vista del gasto en agua y calefacción. El cabezal de ducha utiliza tecnología de micro boquilla que hace que

los orificios de salida sean más pequeños y más densos, aumentando la velocidad del flujo de agua, al mismo tiempo ahorrando hasta un 40% de agua que el cabezal de ducha normal.

✓ *Capacitación al personal*

En las instalaciones del Hostal mediante el dictado de capacitaciones a cargo de un Licenciado en Ecología especializado en el cuidado del medio ambiente se capacitará a los empleados con la temática políticas sustentables y ecológicas a aplicar en las instalaciones. Es necesario mantener al personal capacitado, con el objetivo que se conozcan bien la forma en que cada programa o mejora en beneficio del medio ambiente.

✓ *Tarjetas indicativas en habitaciones*

En las habitaciones del hostel se colocaran tarjetas llamativas con frases en las cuales indiquen mensajes para que los huéspedes tomen conciencia sobre el cambio de toallas y sábanas todos los días. Esta implementación provocará un ahorro de tiempo y dinero, es una forma clara de mostrar las políticas del funcionamiento del hostel y el compromiso con el medio ambiente.

✓ *Temporizadores de agua para lavabos*

Con la instalación de canillas temporizadora de agua en los baños de las habitaciones, se buscará reducir el consumo de agua. Se procede a comprar 10 canillas para su posterior colocación que estará a cargo del personal de mantenimiento, el beneficio de la instalación provoca un ahorro de hasta el 30 % en el consumo de agua.

✓ *Utilización de productos biodegradables*

En la limpieza de los espacios comunes y habitaciones el personal de limpieza utiliza productos que no afecten el medio ambiente. Se procede a comprar kit de productos biodegradables y ecológicos que cumplan con los requisitos para el cuidado del medio ambiente.

✓ *Durabilidad de los productos*

Esta es otra medida para mejorar el impacto medio ambiental en los productos que se utilizan en el hotel. Se procede a la compra de productos de manera consciente y responsable, adquiriendo servilletas de tela en lugar de utilizar servilletas de papel y también en el desayuno no brindar productos mono dosis de: mermelada, manteca, queso, dulce de leche, si no brindar en un espacio común productos naturales colocados en recipientes contenedores.

✓ *Tanque recolector de agua de lluvia*

La recolección de agua de lluvia es una de las técnicas más sustentables para utilizar este recurso tan importante en el planeta. El encargado de mantenimiento del Hostal, instalará los tanques de recolección de agua de lluvia. Los mismos estarán ubicados aprovechando las canaletas de descarga de los techos de chapa, redirigiendo la misma a los tanques. La utilización del agua recolectada se utilizará para el riego del parque y también para efectuar la limpieza.

□ *Responsables:* Dueño hostel las Golondrinas y personal

□ *Plazo:* 12 meses

Tabla 5: recursos programa 3

Recursos		
Materiales	Humanos	Financieros
Paneles Solares	Empresa proveedora de paneles solares	4 paneles solares completos \$415.099
Dispensadores de jabón	Empleado de mantenimiento	10 dispensadores de jabón \$20.470
Estación de reciclado	empleado de mantenimiento	Se adquieren 8 combos que contienen 3 cestos adosables a un precio de \$208.440.
Cabezales de ducha bajo consumo	Dueño y empleado de mantenimiento	Se adquieren 7 cabezales de ducha abonando \$13.993
Capacitación al personal	Licenciado en ecología	Sueldo licenciado por dos meses de capacitación \$132.977.
Tarjetas indicativas en habitaciones	Dueño del hostel	1000 tarjetas impresas en papel ecológico \$19.500.
Temporizador de agua para lavabos	Empleado de mantenimiento	7 canillas lavatorio con temporizador \$110.835,83.
Productos para limpieza biodegradables	Dueña del hostel y empleada de limpieza	40 kit 5 productos de limpieza \$130.200.
Servilletas de tela	Dueña de hostel	

Mermelada natural		300 servilletas de tela blanca \$ 157.000 y 5 kilos de mermelada de (frutillas, durazno y arándanos) \$ 19197.
Tanque recolector plegable de agua de lluvia	Empleado de mantenimiento	2 tanques de agua de 250 litros de capacidad \$ 59.336.

Fuente: elaboración propia

Contratación programador y desarrollo aplicación móvil hotel	■		■	■								
Diseño y actualización página web	■			■							■	
Contratación pauta Publicitaria en radio cadena 3	■				■				■			
Creación de contenido y transmisiones en vivo	■			■			■		■			■
Contratación y pauta publicitaria en Televisión	■			■								
Control y seguimiento de planes.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Programa 3: cuidado del medio ambiente y sustentabilidad												
Presupuesto, adquisición e instalación de paneles solares.	■	■	■									
Compra de dispensadores de jabón e instalación en baños.	■			■			■				■	
Compra de estación de reciclado y colocación en habitaciones y espacios comunes.	■							■				
Compra de cabezales de ducha e instalación en baños.	■				■	■						
Capacitación en políticas sustentables y ecología al personal del hostel	■				■				■			
Impresión y colocación de tarjetas indicativas habitaciones	■	■									■	
Selección de proveedor, compra e instalación de canillas temporizadoras.	■					■						
Selección de proveedor y compra de productos ecológicos para limpieza	■			■				■			■	
Compra de servilletas de tela y mermelada natural ecológica.	■			■			■				■	
Compra e instalación de tanques recolectores de agua en el Hostel	■	■	■									
Control y seguimiento de planes.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: elaboración propia

Cuadro estratégico Hostel las Golondrinas

Cuadro Estratégico				
Objetivo	Programas	KPI'S	Presupuesto	Tiempo
Aumentar en un 80% la satisfacción del cliente en el segmento familias en los próximos 12 meses.	actividades recreativas sustentables cuidando el medio ambiente	<p>▣ Cantidad de alimentos orgánicos producidos en la huerta / total de alimentos orgánicos comprados por el hotel. El indicador propuesto permitirá poder determinar en relación a la siembra y cosecha de los alimentos en la huerta del hotel, ya que los mismos se utilizarán como materia prima para el comedor del hotel. El resultado se comprobará teniendo en consideración el pedido de materia prima que se utiliza en el comedor del hotel.</p>	\$ 906.631	12 meses
		<p>▣ N° de huéspedes que participan de las actividades / N° total de huéspedes del hotel. En relación a este indicador se tomará como referencias la cantidad de huéspedes que se anoten en realizar las diferentes actividades que el hotel propone para pasar unas vacaciones inolvidables divididas por el total de huéspedes que estén en el hotel.</p>		
Incrementar un 100% la interacción online de la marca en el segmento familias en el año 2023.	actualización de plataformas digitales y estrategias SEM	<p>▣ Facebook e Instagram: % de "likes o me gusta" y aumento de seguidores en un periodo de tiempo: Teniendo en consideración el indicador planteado se tendrá en consideración el número de personas que le den likes o coloquen me gusta en las publicaciones en comparación con publicaciones anteriores. También se evalúa la cantidad de comentarios de las publicaciones y las veces en que la misma es compartida, pudiendo evaluar la publicación realizada.</p>	\$ 642.500	12 meses
		<p>▣ CPC = Costo total/Número de clicks: evaluar el incremento de los clicks, con estas métricas se podrá determinar si el mensaje son atractivos para conseguir un clic. Al mismo también se tiene que evaluar las palabras clave que estás utilizando en la campaña para conocer cuáles son las que te están ayudando a llegar a incrementar el tráfico de la web.</p>		
		<p>▣ APP móvil: número de usuarios activos en un periodo de tiempo, cuántas personas se la han descargado y cuántos tienen la intención de utilizarla. Esto nos permitirá analizar la participación de los usuarios, ya que el objetivo principal. Es importante realizar un seguimiento para poder detectar inconsistencia y poder cambiar diferentes parámetros.</p>		
Potenciar un 80% la visibilidad del hostel como una empresa que se interese en el cuidado del medio ambiente y en la sustentabilidad para el año 2023	cuidado del medio ambiente y sustentabilidad	<p>▣ % Reducción consumo de agua y luz. Por medio de la utilización de este indicador se evaluará el impacto en el consumo de luz y de agua, teniendo como parámetro la facturación de meses anteriores de ambos servicios, obteniendo como resultado la variación y disminución en el consumo de agua y luz.</p>	\$ 1.287.047,83	12 meses
		<p>▣ Cantidad de desechos reciclados/total de desechos. La tasa de reciclaje es un coeficiente expresado en %, que representa el cociente entre la cantidad de residuo reciclado en un periodo de tiempo determinado y la cantidad total de residuos producidos por esa misma unidad productiva en ese periodo. Se efectuará un control de la cantidad de desechos obtenidos en los diferentes espacios y habitaciones en donde se colocaron las estaciones de reciclaje.</p>		

Fuente: elaboración propia

Presupuesto

Tabla 7: Presupuesto total

Programas	Inversión
Programa 1:	\$ 906.631 (ver anexo 1)
Programa 2:	\$ 642.500 (ver anexo 2)
Programa 3:	\$1.287.047,83 (ver anexo 3)
Total Programas:	\$ 2.836.178,83

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones y recomendaciones

A partir del presente reporte de caso se ha logrado identificar que la problemática central de Hostal Las Golondrinas de Biale Massé está dada por un débil posicionamiento de la marca en el sector hotelero, en lo que respecta a objetivos en relación a la prestación del servicio y a la captación de la demanda deseada, el establecimiento buscó enfocarse más en pasajeros como parejas de distintas edades que generalmente viajan sin hijos.

Como solución a la problemática planteada se propone el desarrollo de un plan de marketing para posicionar la oferta de servicios en el segmento familias que se interese en la sustentabilidad y la vida saludable para el año 2023.

Es por ello que entre los programas desarrollados en el trabajo , se planteó en primera instancia el desarrollo de actividades recreativas sustentables cuidando el medio ambiente mediante la de la implementación de diferentes actividades tales como: huerta ecológica en familia, cocina saludable , charlas sobre el medio ambiente, paseos en bicicleta en familia, taller de reciclaje infantil, excursiones en familia, espacio de lectura con libros montessori, rutina de juegos de ecología, plantar un árbol en familia y por último día de picnic saludable en familia.

En segunda instancia se propone la actualización de plataformas digitales y la implementación de estrategias SEM, con el desarrollo de las siguientes actividades: publicidad en Instagram y Facebook, desarrollo de campaña SEM, presencia en plataformas virtuales, desarrollo de aplicación móvil, actualización de página web, implementación de una pauta publicitaria en cadena 3, transmisiones en vivo en el hotel y por ultimo publicidad en tv.

En tercera instancia se desarrollan actividades enfocadas en el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad: instalación de paneles solares, colocación de dispensadores rellenables, estación de reciclado en habitaciones y espacios comunes, cabezales de ducha de bajo consumo, capacitación al personal, tarjetas indicativas en habitaciones, temporizadores de agua para lavabos, utilización de productos biodegradables, durabilidad de los productos y tanque recolector de agua de lluvia.

A modo de conclusión, con la implementación de estos programas con sus planes de acción correspondientes se buscó lograr el posicionamiento del hotel logrando incrementar la demanda de visitantes grupos familiares enfocados en la sustentabilidad y

la vida saludable en las distintas temporadas y fechas relevantes, mejorando la tasa de ocupación de los huéspedes en el hostel.

Recomendaciones

En base a lo analizado, se recomienda a la gerencia de Hostel las Golondrinas:

- Lograr implementar alianzas estratégicas y convenios con empresas de Biale Masse.
- Monitorear la calidad del servicio ofrecido a los huéspedes semestralmente con el objetivo de poder detectar inconsistencia en los procesos y poder hacer modificaciones.
- Implementar nuevos procesos tecnológicos en el método en el que los huéspedes reservan su estadía en el hostel.
- Lograr certificar a Hostel las Golondrinas con la ecoetiqueta Más Verde, realizando una gestión sustentable, respetuosa con el medio ambiente y socialmente responsable con la comunidad en donde se desarrolla la actividad.
- Implementar ahorro energético mediante la colocación de iluminación LED y la utilización de electrodomésticos eficientes.
- Uso eficiente de los recursos naturales, tales como limitar el agua utilizada para la limpieza de las habitaciones.
- Implementar una nueva alternativa de desayuno en el Hostel, con alimentos naturales obtenidos de la comunidad local, logrando que los turistas relacionen la marca con la sustentabilidad y la vida saludable.
- Abordar análisis en nichos en los cuales no se realizaron estrategias para ver si en un futuro se encuentra alguna oportunidad en ellos.

Bibliografía

- Aaker. (1993). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Al Ries; Jack Trout. (2002). *Posicionamiento la batalla por su mente*. México: McGraw-Hill.
- Alicia Parra Nafría. (25 de Mayo de 2021). *Repositorio Universidad de Valladolid*.
Obtenido de
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48654/TFG-O-1940.pdf?sequence=1>
- Angel Hilario Paredes Rodríguez. (Enero de 2016). *PLAN DE MARKETING PARA EL ECOLOGE GALÁPAGOS WALKER DE LA ISLA SANTA CRUZ, PROVINCIA DE GALÁPAGOS*. Obtenido de
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10970/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Argentina turismo*. (2022). Obtenido de
<https://www.argentinaturismo.com.ar/bialetmasse/alojamientos.php>
- Argentina.gob.ar*. (15 de Enero de 2022). Obtenido de
<https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/regionales/habitos-pospandemia-las-sierras-con-mas-gente-todos-los-fines-de-semana/>
- Artear Canal 13*. (21 de Octubre de 2022). Obtenido de
<http://www.canal13.artear.com.ar/cgi-bin/navgrilla03.pl?DIR=canal12/tarifasgrilla/datos&Senial=C12&Tipo=COM&Semana=&Anio=&DIA=&MES=&ANIO=&Version=>
- Astorri, G. (septiembre de 2019). *Desarrollo Turístico Sustentable en Argentina. Su aplicación en el Sector Hotelero durante las dos últimas décadas*. Obtenido de
http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-1556_AstorriG.pdf
- Booking*. (10 de 9 de 2022). Obtenido de
https://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=376374&label=esrow-OtlvhU2CXhSVxek50Z_17wS267754636760%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap22.563.000%3Aac

%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atikwd-65526620%3Alp1000126%3Ali%3Adec%3Adm
%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2RIIyh9YcUSe6BbHz0Ad_yDShFFSHQ&s

Cadena 3. (2 de Febrero de 2022). Obtenido de

https://www.cadena3.com/noticia/la-mesa-de-cafe/una-familia-tipo-gasto-en-promedio-70-mil-para-vacacionar_316329

Cadena 3. (Octubre de 2022). Obtenido de

<https://comercial.cadena3.com/pdf/tarifario/tarifario-cadena-3.pdf>

Canvas . (2022).

Cba 24 N. (31 de 3 de 2022). Obtenido de

https://www.cba24n.com.ar/cordoba/el-valle-de-punilla-con-alto-porcentaje-de-reservas-para-semana-santa_a6245af01b1e1877dd84b843d

Clarín. (10 de Febrero de 2022). Obtenido de

https://www.clarin.com/viajes/cambios-pandemia-vacaciones-viajamos-argentinos-verano_0_68NeKXaKnY.html

Computrabajo. (20 de Octubre de 2022). Obtenido de

<https://ar.computrabajo.com/salarios/cocineroa>

Córdoba Turismo. (31 de Julio de 2022). Obtenido de

<https://www.cordobaturismo.gov.ar/vacaciones-de-invierno-medio-millon-de-turistas-visitaron-cordoba-movilizando-mas-de-20-mil-800-millones-de-pesos/>

David Aaker. (2014). *20 principios para conseguir el éxito*. México: Empresa activa.

Encuestas IT. (21 de Octubre de 2022). Obtenido de

<https://www.encuestasit.com/sueldos-hoteler%C3%ADa%20y%20turismo>

Glassdoor. (20 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/jardinero-sueldo-SRCH_KO0,9.htm

Glassdoor. (Octubre de 21 de 2022). Obtenido de

https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/buenos-aires-community-manager-sueldo-SRCH_IL.0,12_IM963_KO13,30.htm

Glassdoor. (2022). Obtenido de

https://www.glassdoor.com.ar/Sueldos/licenciado-en-gesti%C3%B3n-ambiental-sueldo-SRCH_KO0,31.htm

Hoteltur. (17 de Agosto de 2021). Obtenido de

https://www.hosteltur.com/146055_beneficiados-y-perjudicados-en-el-mercado-de-distribucion-hotelera-poscovid.html

Instagram. (21 de Octubre de 2022). Obtenido de Instagram

Kolter P y Keller K.L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson .

Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing* . México: Pearson Educación.

Kotler, Philip ; Keller, Kevin Lane. (2017). *Dirección de marketing*. México: Pearson.

Kotler, Philip; Armstrong, Gary. (2013). *Fundamentos de Marketing* . México: Pearson .

La Voz. (13 de Abril de 2022). Obtenido de

<https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/regionales/habitos-pospandemia-las-sierras-con-mas-gente-todos-los-fines-de-semana/>

María Fernanda Ramos Alarcón. (Noviembre de 2016). *HOTEL ECO-FRIENDLY*.

Obtenido de

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144285/Ramos%20Alarc%C3%B3n%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=2>

Merca dolibre. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-843198386-huerta-cajon-madera-rustica-macetero-jardin-jardineria-_JM?variation=73402221580#reco_item_pos=2&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&rec

Mercado libre . (22 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1133733544-descubre-la-naturaleza-con-montessori-cuentos-y-actividades-_JM?searchVariation=174438265527#searchVariation=174438265527&position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=b530fafc-a6eb-4515-a5dd-8d93

Mercado libre. (20 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1122880391-kit-set-jardineria-jardin-huerta-valija-herramienta-acero-_JM?matt_tool=62476992&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409193&matt_ad_group_id=144342545481&matt_match_type=&matt_network=g&m

Mercado libre. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-930048230-servilletas-tusor-pack-x-12-c-rudo-100-algodon-_JM#position=6&search_layout=grid&type=item&tracking_id=991429a7-2b15-45e2-a029-67eb9df07dd1

Mercado libre. (10 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-767428592-kit-de-limpieza-ecologico-100-biodegradable-5-productos-_JM?matt_tool=33074646&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508401213&matt_ad_group_id=143720895274&matt_match_type=&matt_network=g&matt

Mercado libre. (10 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1192720811-duchador-cabecal-flore-duc-ha-ahorro-agua-filtro-tiktok-_JM?searchVariation=175472388823#searchVariation=175472388823&position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=22cf605b-d70f-4fbf-b9a1-69a1196d0

Mercado Libre. (18 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1120698070-tanque-recoleccion-agua-de-lluvia-plegable-contenedor-agua-_JM?searchVariation=174132360713#searchVariation=174132360713&position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=b8e063e-9fd5-4251-8dc5-38af1

Mercado Libre. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-875288381-canilla-lavatorio-genebre-ips-on-temporizado-1-agua-cr1030-04-_JM?searchVariation=62665673613#searchVariation=62665673613&position=33&search_layout=stack&type=item&tracking_id=999a59c2-bcda-47c2-96a1-4d373

Mercado Libre. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-708716966-100-tarjetas-personales-full-color-papel-reciclado-300gr-24h-imprenta-materiales-ecologicos-reciclados-libros-cuadernos-_JM#position=14&search_layout=stack&type=item&tracking_id=1cd8c63a-90cd-4d10-838a-ad

Mercado Libre. (20 de Octubre de 2022). Obtenido de

<https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-819801303-dispenser-jabon-liquido-acril>

ico-transparente-_JM#position=13&search_layout=stack&type=item&tracking_id=f2483401-d9c8-44b3-ae06-dc3916c996d9

Mercado Libre. (21 de Octubre de 22). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-758639762-desarrollo-aplicaciones-apps-moviles-tablets-ios-android-_JM?matt_tool=51843786&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409415&matt_ad_group_id=124055980542&matt_match_type=&matt_network=g&mat

Mercadolibre. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-872457623-tienda-web-profesional-_JM?matt_tool=92724942&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=14508409196&matt_ad_group_id=140020608239&matt_match_type=&matt_network=g&matt_device=c&matt_creative=619542837

Mercadolibre. (Octubre de 2022). Obtenido de

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-822788760-kit-solar-inversor-2000w-220v-panel-energia-casa-campo-m9-_JM#reco_item_pos=2&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=fd3efae8-45f1-

Musimundo. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

https://www.musimundo.com/rodados/bicicletas/bicicleta-siambretta-mtb-5-pro-15349/p/00412010?gclid=CjwKCAjwwL6aBhBIEiwADycBIGZFqtOaTn64FCs6tK2YdOUwi65T3Fjpv0Rq-i9pdoBIS4bmukdJfxoCVSMQAvD_BwE

Musimundo. (19 de Octubre de 2022). Obtenido de

<https://www.musimundo.com/rodados/bicicletas/bicicleta-nino-rodado-20-bmx-exer-rodado-20-varios/p/00294076?bdwsearch=true>

Ries, A., & Trout, J. (1993). *Las 22 leyes inmutables del marketing*. Mexico: McGraw-Hill.

Rocío, A. V., & Elizabeth, L. E. (5 de Diciembre de 2016). *Facultad de Especialidades Empresariales Universidad Catolica de Guadaquil*. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5572/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-150.pdf>

Schiffman, Leon G; Lazar Kanuk, Leslie. (2010). *Comportamiento del Consumidor*.

México: Pearson .

Télam Digital. (1 de Agosto de 2022). Obtenido de

<https://www.telam.com.ar/notas/202208/600285-cordoba-ingresos-21000-millones-de-pesos-vacaciones-de-invierno.html>

Villavicencio, A. d. (Junio de 2014). "*PLAN DE MARKETING PARA EL HOSTAL*

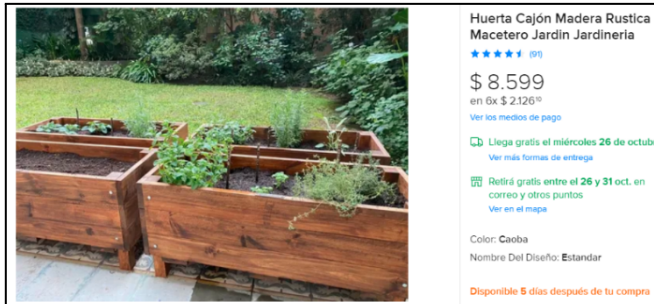
TORRES DEL CANTÓN YACUAMBI". Obtenido de

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/7625/1/Amparo%20Del%20Carmon%20Silva%20Villavicencio.pdf>

Anexos

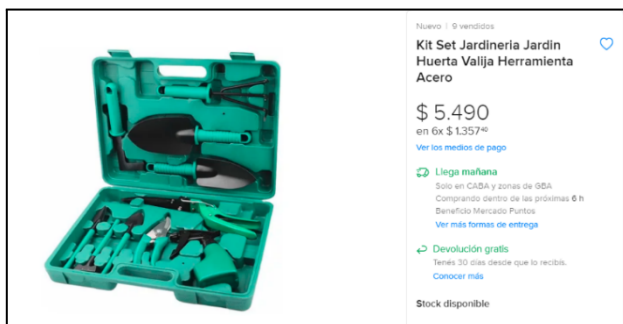
Anexo 1: Programa 1

Ilustración 1: huerta cajón de madera



Fuente: (Merca dolibre, 2022)

Ilustración 2: kit set de jardinería



Fuente: (Mercado libre, 2022)

Ilustración 3: sueldo encargado recreación

Sueldos de Hotelería y Turismo en Argentina 2022

¿Cuánto es el sueldo para Hotelería y Turismo en Argentina? ¿Cuál es el sueldo promedio en Hotelería y Turismo para 2022?

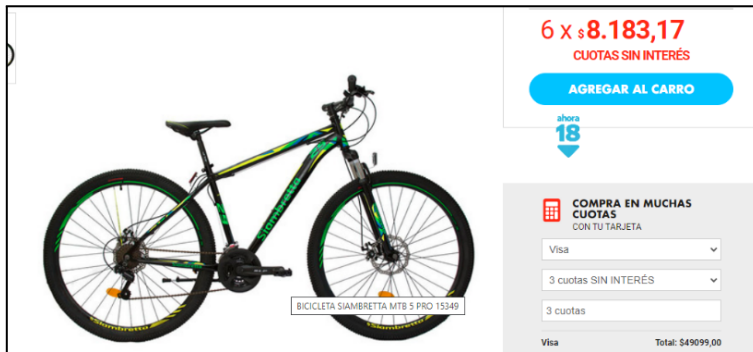
El sueldo medio de **Hotelería y Turismo en Argentina es de \$ 66.667 mensual**.
El sueldo puede variar de \$ 37.000 a \$ 150.000.
El **56%** de la muestra indicó pertenecer al género **femenino** mientras que el **33%** indicó pertenecer al género **masculino**.
Esta estadística de sueldos está compuesta por **9 sueldos** publicados en Encuestas IT durante los **últimos seis meses**.

Sueldo de Hotelería y Turismo: \$ 66.667

- Con mucha experiencia: \$ 69.333
- Con experiencia media: \$ 60.000

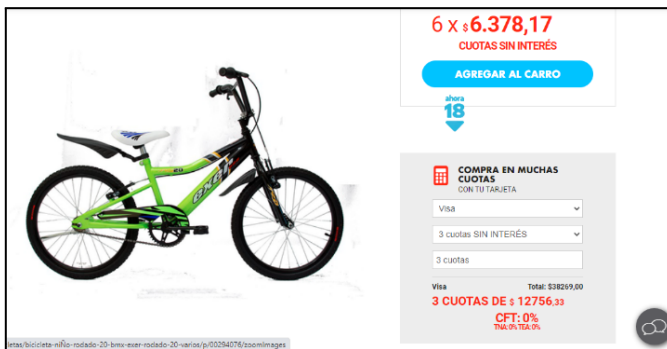
Fuente: (Encuestas IT, 2022)

Ilustración 4: bicicleta adulto



Fuente: (Musimundo, 2022)

Ilustración 5: bicicleta niños



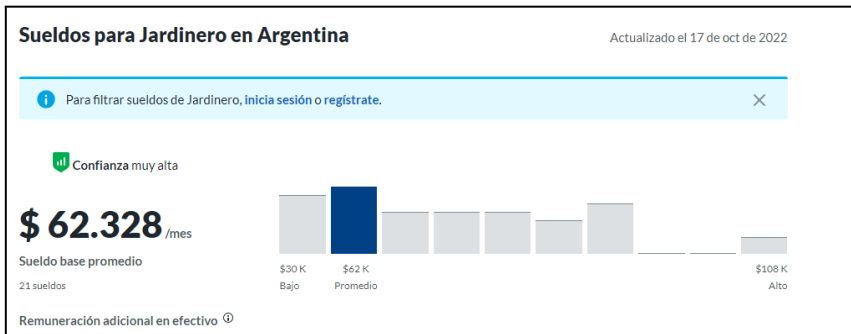
Fuente: (Musimundo, 2022)

Ilustración 6: libros Montessori



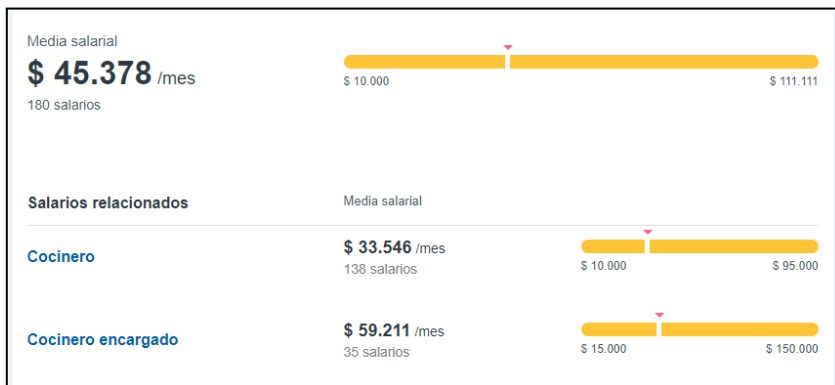
Fuente: (Mercado libre , 2022)

Ilustración 7: sueldo jardinero



Fuente: (Glassdoor, 2022)

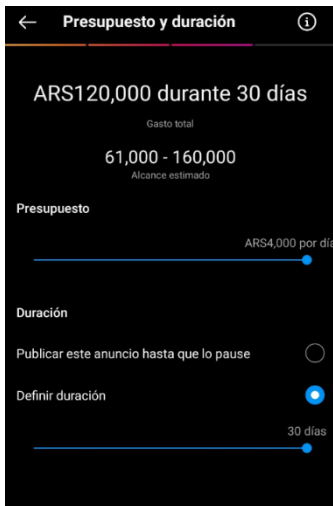
Ilustración 8: sueldo cocinero encargado



Fuente: (Computrabajo, 2022)

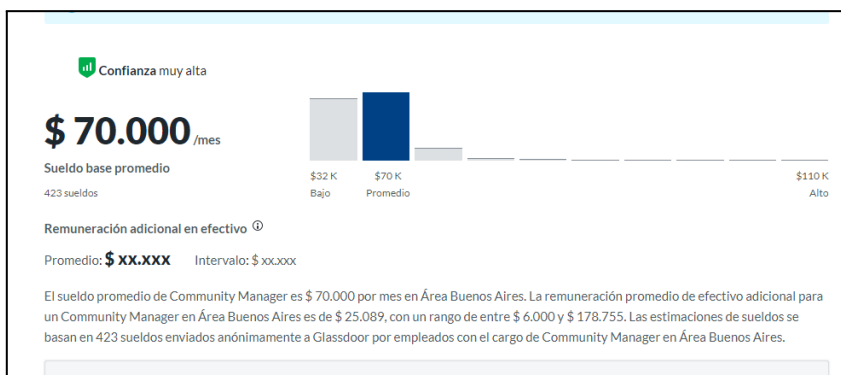
Anexo 2: Programa 2

Ilustración 9: presupuesto Instagram



Fuente: (Instagram, 2022)

Ilustración 10: sueldo community manager



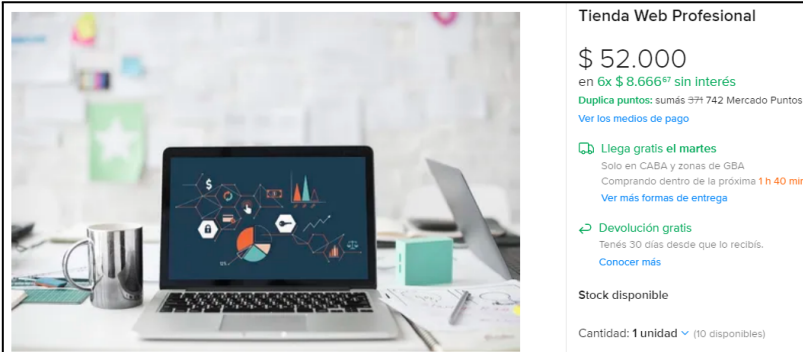
Fuente: (Glassdoor, 2022)

Ilustración 11: desarrollo aplicación móvil

The screenshot shows a listing for 'Desarrollo Aplicaciones (apps) Móviles Tablets los + Android' (Mobile App Development) on Mercado Libre. The price is '\$80.900' (80,900 Argentine pesos), with a note 'en 6x \$13.483³³ sin interés' (in 6 payments of \$13,483.33 without interest). It includes a 'Ver los medios de pago' (View payment methods) link. The listing also mentions 'Entrega a acordar con el vendedor' (Delivery to be agreed with the seller) in 'Banfield, Buenos Aires' and a 'Ver costos de envío' (View shipping costs) link. The stock is 'disponible' (available) and the quantity is '1 unidad' (1 unit) out of 2 available. A blue 'Comprar ahora' (Buy now) button is at the bottom.

Fuente: (Mercado Libre, 22)

Ilustración 12: página web



Tienda Web Profesional

\$ 52.000
 en 6x \$ 8.666⁹⁷ sin interés
 Duplica puntos: sumás 742 Mercado Puntos
[Ver los medios de pago](#)

Llega gratis el martes
 Solo en CABA y zonas de GBA
 Comprando dentro de la próxima 1h 40 min
[Ver más formas de entrega](#)

Devolución gratis
 Tenés 30 días desde que lo recibís.
[Conocer más](#)

Stock disponible

Cantidad: **1** unidad (10 disponibles)

Fuente: (Mercadolibre, 2022)

Ilustración 13: tarifario cadena 3


Tarifario Plaza Córdoba

De lunes a viernes

00:00 a 05:00	Noche y día	\$600,00.-
05:00 a 06:30	Primera plana	\$1.020,00.-
06:30 a 08:30	Radioinforme 3	\$2.160,00.-
08:30 a 13:30	Siempre Juntos	\$2.160,00.-
13:30 a 14:30	Ahora país	\$1.160,00.-
14:30 a 18:30	Viva la radio	\$1.160,00.-
18:30 a 20:30	Tiempo de juego	\$1.160,00.-
20:30 a 24:00	Turno noche	\$600,00.-

Fuente: (Cadena 3, 2022)

Ilustración 14: tarifario Artear

artear **Grilla Comercial - EL DOCE - CORDOBA**
 Vigente del : (24/10/2022-30/10/2022)
 Semana/version : 2022-43 / 11 

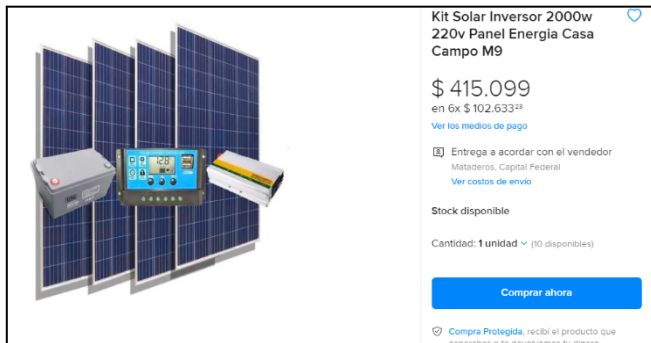
Para Cierre \$14 con elección de días % 20. Tarifa rotativa marginal "canjes- eventos especiales- regalías especiales". Sujeto a disponibilidad de espacio.
 de recargo.

MARTES 25/10/2022	MIÉRCOLES 26/10/2022	JUEVES 27/10/2022	VIERNES 28/10/2022	SABADO 29/10/2022	DOMINGO 30/10/2022
	05:30 - APERTURA TX - \$ 90				
	05:45 - PIÑON EN FAMILIA - \$ 860				06:15 - APERTURA TX - \$ 90
	06:45 - AGROVERDAD BIEN TEMPRANO - \$ 500				06:30 - LOS TRES CHIPLADOS - \$ 1100
	07:00 - ARRIBA CORDOBA - \$ 4300				07:00 - ESPECIAL Maratón Córdoba
	09:00 - EL SHOW DEL LAGARTO - \$ 6500			08:45 - APERTURA TX - \$ 90	
				09:00 - LOS TRES CHIPLADOS - \$ 1100	
				09:30 - PLANETA AEROBICO - \$ 1600	
				10:00 - HOY Y SIEMPRE TANGO - \$ 1700	
				10:30 - ACTORES DEL TURISMO - \$ 1500	
				11:00 - PARA SU SALUD - \$ 1900	10:15 - FUTBOL INFANTIL - \$ 1700
				11:30 - CAMINOS DEL INTERIOR - \$ 1500	
	12:00 - NOTICIERO DOCE - \$ 8100			12:30 - AGRO VERDAD - \$ 2200	12:15 - INOCENTES Y CULPABLES - \$ 2600
				13:00 - SABORES D COCINA - \$ 2500	12:45 - CHICHILLO EN EL DOCE - \$ 4900
	13:30 - SEGUIMOS EN EL DOCE - \$ 6400			13:30 - HORA CERO - \$ 2200	
				14:00 - NIVEL UNNO - \$ 2200	

Fuente: (Artear Canal 13, 2022)

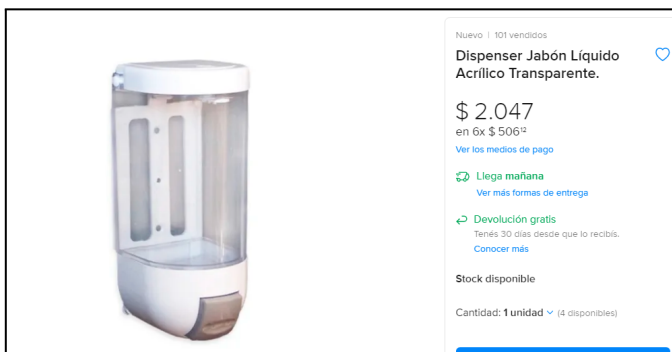
Anexo 3: Programa 3.

Ilustración 15: paneles solares



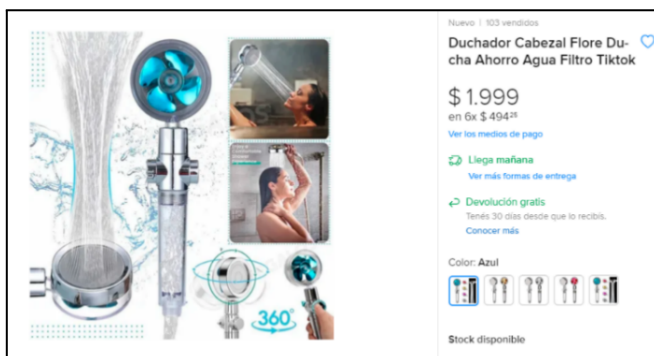
Fuente: (Mercadolibre, 2022)

Ilustración 16: dispenser de jabón



Fuente: (Mercado Libre, 2022)

Ilustración 17: cabezal de ducha



Fuente: (Mercado libre, 2022)

Ilustración 18: sueldo Licenciado en Ecología



Fuente: (Glassdoor, 2022)

Ilustración 19: tarjetas indicativas

100 Tarjetas Personales Full

Color Papel Reciclado 300gr
24h Imprenta Materiales Eco-
logicos Recicladlos Libros
Cuadernos

★★★★★ (27)

\$ 1.950
en 6x \$ 325 sin interés

Duplica puntos: sumás +26 Mercado Puntos

[Ver los medios de pago](#)

Llega el **jueves 27 de octubre**
Solo en CABA y zonas de GBA
Comprando dentro de las próximas 7 h 43 min
Beneficio Mercado Puntos
[Ver más formas de entrega](#)

Retirá entre el **27 oct. y 1 nov.** en correos
y otros puntos

Fuente: (Mercado Libre, 2022)

Ilustración 20: canilla con temporizador

Canilla Lavatorio Genebre Ipson Temporizado 1 Agua Cr1030 04

\$ 15.833⁶⁹
en 6x \$ 3.914⁶⁸

[Ver los medios de pago](#)

Llega gratis el **viernes**
[Ver más formas de entrega](#)

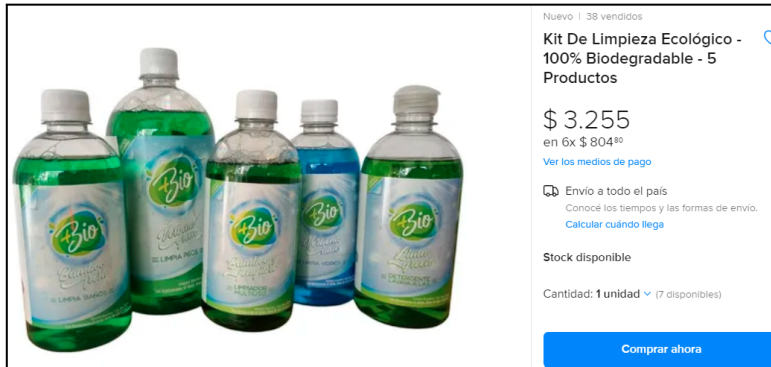
Devolución gratis
Tenés 30 días desde que lo recibís.
[Conocer más](#)

Color: Plateado

¡Última disponible!

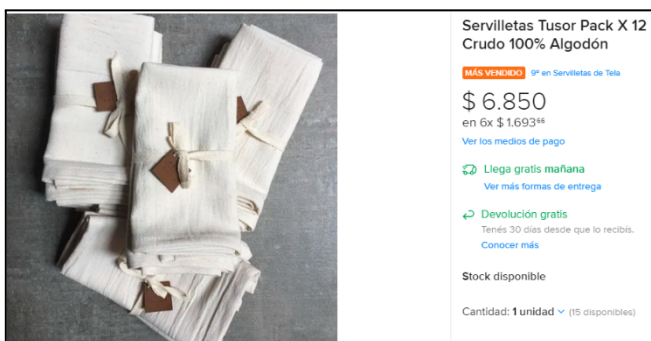
Fuente: (Mercado Libre, 2022)

Ilustración 21: kit de limpieza ecológico



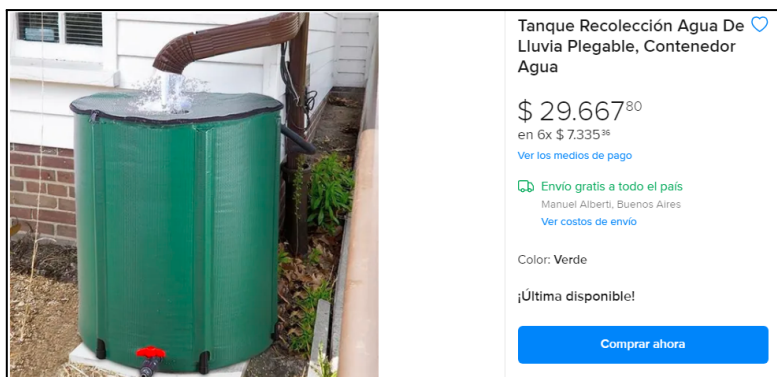
Fuente: (Mercado libre, 2022)

Ilustración 22: servilletas de tela



Fuente: (Mercado libre, 2022)

Ilustración 23: tanque de recolección de agua



Fuente: (Mercado Libre, 2022)