



Plan integral de financiamiento para estrategias de marketing en el sector hotelero

Comprehensive financing plan for marketing strategies in the hotel industry

Alina Guadalupe de la Cruz Maldonado¹, Tomas Enrique Fuentes Marrufo^{1*},
Ángel Adolfo Garcilazo Ortiz¹ y Olda Concepción Camargo Santos¹

¹*Tecnológico Nacional de México campus Progreso, Boulevard Tecnológico de Progreso S/N x 62, CP 97320, Progreso, Yucatán, México.*

**Corresponding author:
tomas.fm@progreso.tecnm.mx*

Resumen. El presente trabajo examinó la importancia y los beneficios de implementar un plan integral de financiamiento para estrategias de marketing en el sector hotelero del Puerto de Progreso, se destaca que, dado el entorno competitivo y las limitaciones presupuestarias enfrentadas por muchos hoteles, contar con un enfoque financiero sólido para respaldar las iniciativas de marketing es crucial para mantener la relevancia y la competitividad en el mercado. Se resaltó que un plan de financiamiento bien estructurado puede proporcionar a los hoteles los recursos necesarios para llevar a cabo actividades de marketing efectivas, como campañas publicitarias, promociones en redes sociales, mejoras en la experiencia del cliente y programas de fidelización. Además, se menciona que el acceso a fondos adecuados puede permitir a los hoteles explorar nuevas oportunidades de mercado y adaptarse a las tendencias emergentes en la industria hotelera, también se abordan los desafíos específicos que enfrentan los hoteles en el Puerto de Progreso en términos de financiamiento para estrategias de marketing, como los presupuestos limitados y la competencia intensa, donde se sugiere

que un plan integral de financiamiento puede ayudar a superar estos desafíos al proporcionar una estructura clara para la asignación de recursos y la optimización del gasto en marketing.

Palabras clave: plan integral, financiamiento, estrategias de marketing, sector hotelero.

Abstract. This work examines the importance and benefits of implementing a comprehensive financing plan for marketing strategies in the hotel sector of puerto progreso. It is highlighted that, given the competitive environment and budgetary constraints faced by many hotels, having a solid financial approach to support marketing initiatives is crucial for maintaining relevance and competitiveness in the market. It is emphasized that a well-structured financing plan can provide hotels with the necessary resources to carry out effective marketing activities, such as advertising campaigns, social media promotions, customer experience improvements, and loyalty programs. Additionally, it is mentioned that access to adequate funds can enable hotels to explore new market opportunities and adapt to

emerging trends in the hotel industry. Specific challenges faced by hotels in Puerto Progreso in terms of financing for marketing strategies, such as limited budgets and intense competition, are also addressed, where it is suggested that a comprehensive financing plan can help overcome these challenges by providing a clear structure for resource allocation and optimizing marketing spending.

Keywords: comprehensive plan, financing, marketing strategies, hotel sector.

I. INTRODUCCIÓN

El marketing tiene sus inicios al inicio del siglo XX con un enfoque en la producción y la venta, sabiendo que la competencia se basaba solo en la eficiencia de producción y en vender en un mercado en crecimiento, para la década de 1920 se tuvo un enfoque hacia la publicidad y las ventas, con la llegada de medios de comunicación en masa como la radio las empresas empezaron a centrarse más en la publicidad y en las ventas esto con el propósito de persuadir a los consumidores a través de estrategias de marketing, para la década de 1950 surge el marketing moderno dando como prioridad comprender las necesidades y deseos de los consumidores, surgiendo conceptos como la segmentación del mercado y la investigación del mercado para identificar y satisfacer las demandas del consumidor, en la década de 1980 se obtuvo un enfoque hacia el marketing relacional y diferenciador, dado que la globalización trajo consigo más competencia las empresas se percataron de la importancia de construir relaciones sólidas con sus clientes lo que generaba lealtad y confianza en la marca, para el siglo XXI ya se cuenta con un enfoque en el marketing digital y experiencia al cliente, con la llegada del internet y las redes sociales el marketing experimento una revolución digital, las empresas hicieron uso de estas herramientas digitales para llegar a los consumidores de una forma más precisa .

La falta de financiamiento adecuado puede dificultar el desarrollo y la implementación de estrategias de marketing efectivas en el hotel, esto puede generar una menor visibilidad en el mercado, una disminución de la ocupación y una reducción en los ingresos. Además, la falta de un enfoque integral para obtener y gestionar el financiamiento necesario puede llevar a una asignación ineficiente de recursos.

Por lo tanto, surge la necesidad de desarrollar un plan

integral de financiamiento que permita a los hoteles obtener los recursos necesarios para implementar estrategias de marketing efectivas. Este plan aborda las diversas estrategias para maximizar el uso eficiente de recursos en actividades de marketing que generen un impacto significativo en el negocio, teniendo claro que la falta de un enfoque estructurado y estratégico para el financiamiento de las estrategias de marketing en el sector hotelero puede limitar el crecimiento y la competitividad de los hoteles en el mercado.

Como objetivo se desarrollará un plan integral de financiamiento para estrategias de marketing determinando los costos asociados. Es importante contar con un plan integral de financiamiento de marketing ya que permite asignar de manera eficiente los recursos financieros disponibles hacia las estrategias de marketing que ofrecen el mayor retorno de la inversión, lo que garantiza que cada peso invertido en marketing se utilice de manera efectiva para alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. Al tener un plan financiero sólido, las empresas pueden financiar adecuadamente actividades de marketing que sean fundamentales para la adquisición, retención y fidelización de clientes, esto permite implementar estrategias de marketing más efectivas y lograr resultados en el aumento de las ventas y mejora del reconocimiento de la marca.

II. MARCO TEÓRICO

Definido ampliamente, el marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargada de valor con los clientes. Así, definimos el marketing como el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuerte relación con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes. (Kotler y Armstrong, 2013, p. 5)

El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general. (American Marketing Association, 2017)

"El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los

objetivos de la organización". (Stanton, Etzel y Walker, 1992)

En palabras de la página web BEON "El sector de la hostelería es un término general que abarca una serie de negocios y proveedores de servicios diferentes. Los servicios de hostelería incluyen hoteles, bares, restaurantes, cafeterías y otros lugares de ocio. Aunque estos sectores aparentemente diferentes se gestionan probablemente con estrategias y modelos de negocio muy distintos, comparten un rasgo común: se basan en el concepto de atender a los clientes de forma amable y asegurarse de que se satisfacen sus necesidades. La hostelería está ahí para hacer la vida más agradable."

Con base a OSTELEA menciona "En terminología empresarial, para definir el colectivo de alojamientos turísticos específicos de hoteles, se usa la palabra "industria hotelera". Toda empresa necesita de una buena gestión y las empresas de alojamiento no son una excepción ya que para que éstas tengan éxito requieren de una coordinación entre todas las operaciones, funciones específicas de los hoteles."

El Instituto Nacional de Estadística menciona que se entiende por establecimiento hotelero aquellos establecimientos que prestan servicios de alojamiento colectivo mediante precio con o sin otros servicios complementarios (hotel, hotel- apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión,)

Definido por la Real Academia Española las estrategias en un proceso regulable, son un conjunto de las reglas que buscan una decisión óptima en cada momento.

El autor Diego Santos menciona que una estrategia es un plan de acción diseñado para lograr un objetivo específico o una serie de metas. Implica identificar recursos, establecer prioridades, tomar decisiones y asignar tareas para aumentar las posibilidades de éxito.

El autor Guillermo Ronda menciona que la estrategia es una herramienta de dirección que permite la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la empresa, a través de una interacción proactiva de la organización con su entorno y el uso de procedimientos y técnicas con un basamento científico empleadas de manera repetitiva e integral.

El Blog MBA online menciona que un plan financiero es un documento que permite diagnosticar la situación financiera de tu empresa, así como planificar la gestión

de los recursos para lograr que sea viable. Es la base para poder desarrollar cualquier estrategia de negocio y una herramienta clave para la administración y dirección de empresas. Cualquier acción orientada a satisfacer las necesidades de un mercado deben contar con un plan de financiación que costee los recursos de marketing, herramientas de trabajo o inversión publicitaria. El Blog SAP Concur define un plan integral de financiamiento como una guía, esquema o plan integral donde se establece paso a paso el camino a seguir para organizar, de manera eficiente, el dinero y los recursos de la organización.

Engen Capital menciona "básicamente, un plan de financiamiento es un documento que describe la metodología para obtener el dinero que una empresa necesita. Es el resultado del análisis financiero y la investigación de mercado".

III. METODOLOGÍA

Se optó por un cuestionario cualitativo en la investigación, ya que brinda la oportunidad de profundizar en las percepciones y experiencias de los hoteles implicados, lo que permite flexibilidad en las respuestas a tal manera que logró capturar más información y contextos, así como también complementa la validez de los hallazgos, enriqueciendo la comprensión en el plan integral que se desea aplicar.

La población de estudio fue la totalidad de hoteles ubicados en la zona malecón de Progreso, Yucatán, México. Incluyó hoteles de diferentes categorías, como resorts, hoteles boutique, hoteles de negocios, entre otros, que estuvieran ubicados dentro de esta zona geográfica.

Se aplicó en un total de 6 hoteles, para seleccionar la muestra, se pudo utilizar un muestreo aleatorio simple, dependiendo de la disponibilidad y distribución de los hoteles en la zona. El tamaño de la muestra dependió de la precisión deseada y de la capacidad para acceder a los hoteles dentro de la zona hotelera de Progreso.

Se aplicó un cuestionario estructurado para recopilar datos cualitativos sobre el financiamiento de las estrategias de marketing y otras variables relacionadas, los cuestionarios incluyeron preguntas sobre el presupuesto de marketing, las estrategias de marketing implementadas, el rendimiento financiero del hotel y la satisfacción del cliente. Además de los cuestionarios, se llevaron a cabo entrevistas con propietarios, gerentes de

hotel, encargados, entre otros colaboradores de los hoteles para obtener información cualitativa adicional y perspectivas sobre el tema.

- Itze hostel, Puerto Progreso
- Hotel Jose y Glendy, calle 21x 60 #146B
- Tropical Suites
- Hotel Regmar, calle 21 x 64 y 66
- Playa Linda Hotel Figura 1

IV. RESULTADOS

A. Nombre del hotel (ubicación opcional)

- Hotel Costa Azul

Tipos de estrategia que emplea el hotel

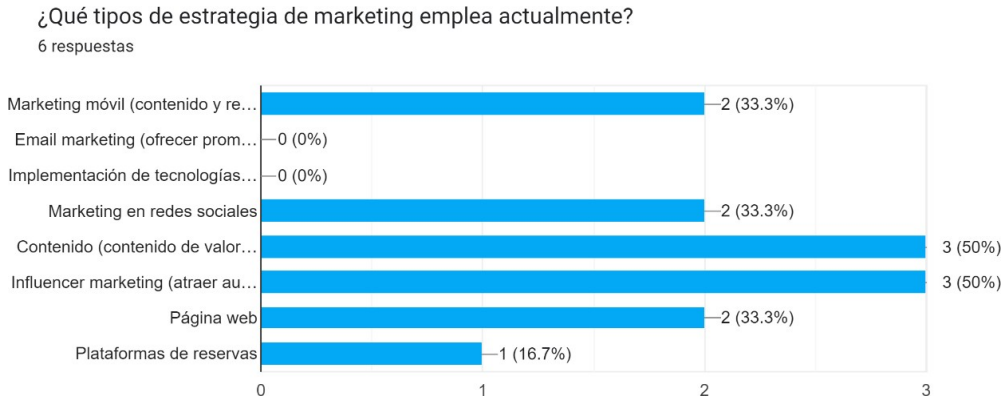


Figura 1. Gráfica de resultados generada por la pregunta relacionada a los tipos de estrategias de marketing que emplea actualmente en el hotel. Fuente: Elaboración propia.

¿Cuál es su opinión acerca de las estrategias de marketing actuales que existen en el mercado?

Se recibieron 6 respuestas, dando una respuesta general se concluyó:

desventajas en términos de invasividad y competencia desleal, de igual manera, se reconoce la variedad de estrategias disponibles, pero se señala la falta de capacitación para aprovecharlas al máximo.

En pocas palabras, las respuestas reflejan una variedad de opiniones sobre las estrategias de marketing actuales, donde se destaca tanto las ventajas en eficiencia y capacidad de generar experiencias positivas, como sus

Desafíos que enfrenta el hotel con la implementación de estrategias de marketing



Figura 2. Los principales desafíos identificados se centran en las limitaciones financieras y la alta competencia, junto con la necesidad de formación y adaptación a un entorno de mercado cambiante y competitivo. Fuente: Elaboración propia.

¿Cuál es su presupuesto para actividades de marketing?

Todas las respuestas carecen de noción acerca de cómo llevar un presupuesto destinado a las estrategias de marketing.

marketing?

En general los hoteles están de acuerdo en la aplicación del plan para elevar sus ventas, tiene buena aceptación y ven la implementación del plan integral como un factor clave para ayudarlos a incrementar ventas en temporadas bajas.

¿Cómo percibe la idea de implementar un plan integral de financiamiento para estrategias de

Aspectos importantes al evaluar un plan de financiamiento para marketing

¿Qué aspectos considera más importantes al evaluar un plan de financiamiento para marketing?
6 respuestas

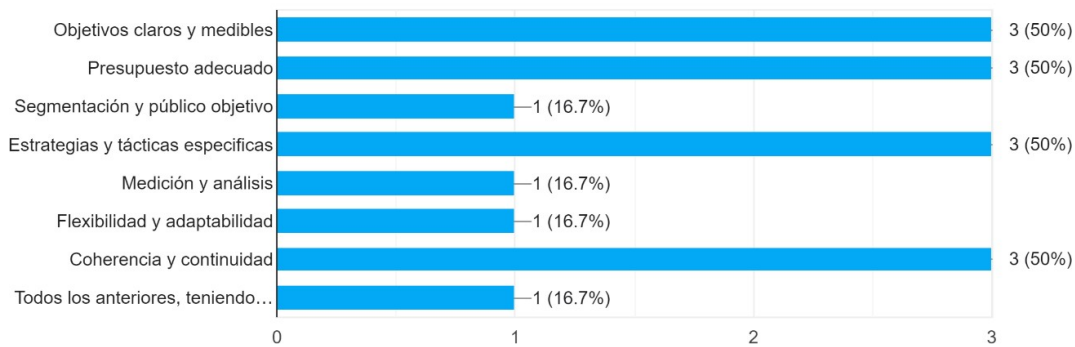


Figura 3. Se presentan los aspectos importantes a evaluar un plan integral de financiamiento para estrategias de marketing desde el punto de vista de los encuestados, los objetivos claros y medibles, presupuesto adecuado junto a coherencia y continuidad se convierten en aspectos importantes. Fuente: Elaboración propia.

Beneficios que se espera

¿Qué beneficios espera obtener al invertir en un plan integral de financiamiento para marketing?
6 respuestas

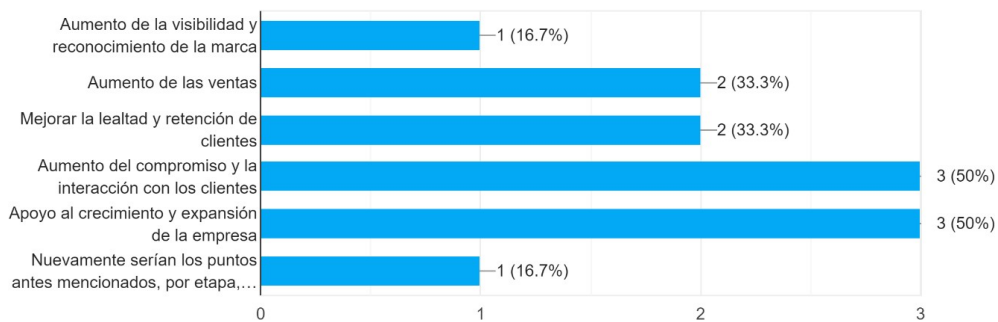


Figura 4. Esta figura presenta los beneficios que se esperan al invertir e implementar un plan integral destinado al financiamiento de estrategias de marketing, se observa que el aumento del compromiso y la interacción con los clientes es un beneficio esperado junto con el apoyo al crecimiento y expansión de la empresa, con menor beneficio esperado se tiene al reconocimiento de la marca. Fuente: Elaboración propia.

Canales de marketing

¿Qué canales de marketing considera más efectivos para su hotel?

6 respuestas

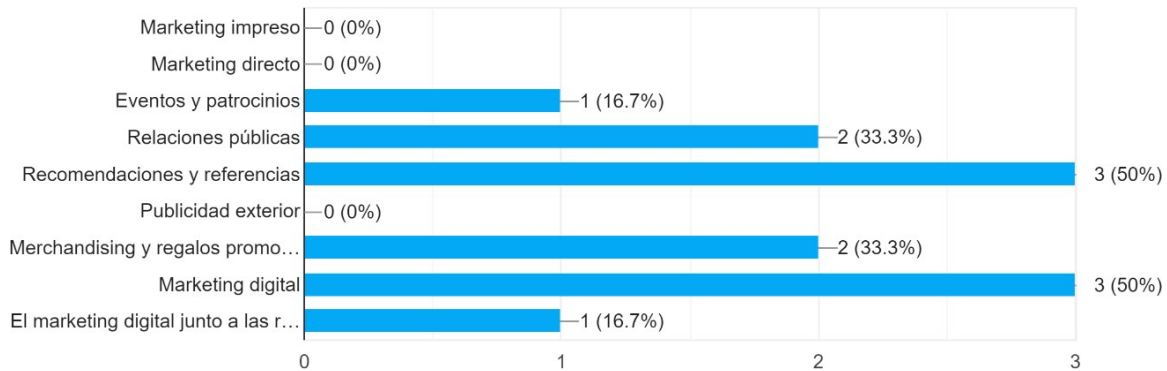


Figura 5. En la figura se presenta que las recomendaciones y referencias junto con el marketing digital son de los canales más efectivos, de igual manera no consideran el marketing impreso, ni el marketing directo, así como la publicidad exterior como un canal efectivo. Fuente: Elaboración propia.

Preferencia en áreas específicas de mejora

¿Tiene alguna preferencia o prioridad en cuanto a las áreas específicas en las que le gustaría enfocar la inversión?

6 respuestas

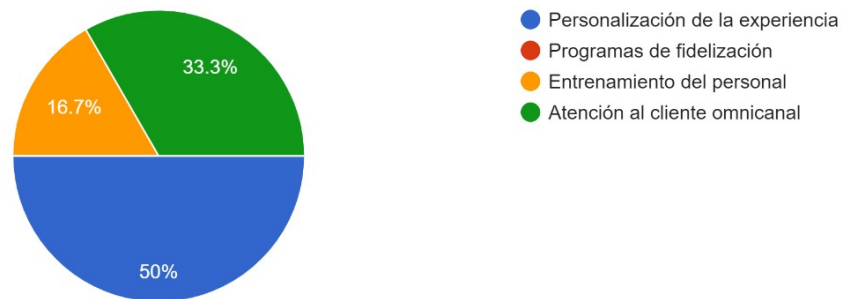


Figura 6. En la figura se presenta que la mitad de los hoteles encuestados tienen preferencia a enfocar su inversión en la personalización de la experiencia al cliente, así como la atención al cliente en por medio de todos los canales disponibles para interactuar con los clientes. Fuente: Elaboración propia.

Medición del éxito de la implementación de un plan de financiamiento

¿Cómo mediría el éxito de un plan de financiamiento para marketing?

6 respuestas

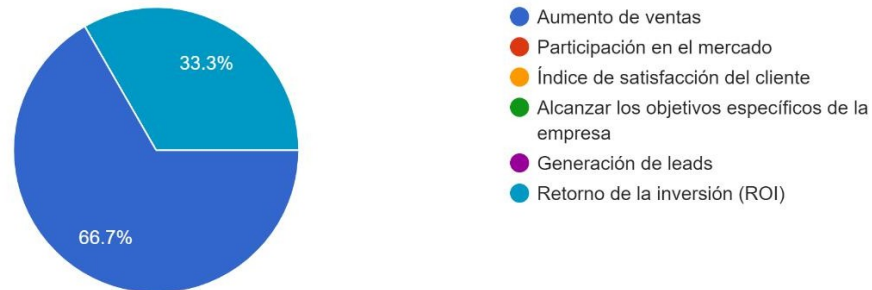


Figura 7. La figura presenta que más de la mitad de los hoteles mide el éxito de la aplicación de un plan integral de financiamiento con el aumento de ventas y el retorno de la inversión, no se generaron respuestas acerca de la satisfacción del cliente, los objetivos de la empresa, participación del mercado y generación de leads. Fuente: Elaboración propia.

¿Qué objetivos específicos tiene para su hotel?

Los objetivos mencionados reflejan una visión integral que busca maximizar tanto la rentabilidad como la satisfacción del cliente, desde la implementación de herramientas de marketing digital hasta el enfoque del crecimiento económico durante las temporadas bajas, los hoteles demuestran un compromiso con la innovación y la adaptación a las demandas del mercado, en conjunto los objetivos establecen una sólida base para el éxito a largo plazo.

¿Hay algún otro aspecto relacionado con el financiamiento para estrategias de marketing que le gustaría mencionar?

No se generaron respuestas para esta pregunta.

VI. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Basándome en los resultados de la encuesta aplicada a hoteles en la zona malecón de progreso puedo dar las siguientes conclusiones y recomendaciones generales:

En el ámbito de la diversificación de estrategias de marketing se observa una gran variedad de estrategias utilizadas por los hoteles encuestados, con énfasis en contenido, influencer marketing, marketing móvil, redes sociales y página web, se recomienda seguir diversificando estas estrategias para alcanzar a una audiencia más amplia y adaptarse a diferentes canales de comunicación.

La capacitación en el área de marketing es mencionada como una barrera para aprovechar al máximo las estrategias disponibles, como recomendación se sugiere invertir en programas de formación para el personal, de manera que puedan utilizar eficazmente las herramientas de marketing digital y tradicional.

Tomando en cuenta la importancia del factor humano se puede mencionar que, a pesar del avance de la automatización y la inteligencia artificial, se destaca la importancia del factor humano en la creación de experiencias positivas para los huéspedes, se recomienda mantener un equilibrio entre la eficiencia tecnológica y la atención personalizada.

El presupuesto limitado y la competencia intensa son los principales desafíos identificados en el mercado hotelero, se sugiere buscar estrategias creativas y económicas para maximizar el impacto del marketing, así como colaboraciones o alianzas que puedan generar competencias sanas y positivas.

La propuesta de implementar un plan integral de financiamiento para estrategias de marketing fue bien recibida por los hoteles a pesar de no contar con los conocimientos para elaborarlo estarían dispuestos a invertir en proyectos de este tipo, se recomienda explorar opciones de financiamiento que se ajusten al presupuesto y a las necesidades específicas de cada hotel.

Los objetivos específicos de los hoteles incluyen el crecimiento económico en temporadas bajas, aumento de ventas y mejora de la experiencia del huésped, se sugiere alinear las estrategias de marketing con estos objetivos para maximizar su efectividad.

Haciendo referencia a la experiencia del huésped se destaca la importancia de brindar una experiencia positiva y memorable a los huéspedes, se recomienda invertir en mejoras de infraestructura y servicios que contribuyan a generar emociones positivas y fidelizar a los clientes.

En pocas palabras para los hoteles en el puerto de Progreso es crucial seguir diversificando las estrategias de marketing, invertir en capacitación del personal, buscar formas creativas de superar los desafíos financieros y de competencia, y centrarse en la mejora continua de la experiencia del huésped.

REFERENCIAS

American Marketing Association. What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA. recuperado el 21 de marzo de 2024 de: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

Asale, R.-, & Rae. (s. f.). Estrategia | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la Lengua Española» - del Tricentenario. <https://dle.rae.es/estrategia?m=form>

BEONx. (2023, 17 abril). El sector hotelero y hacia dónde se dirige - BEONx. <https://www.beonx.com/es/knowledge/articles/el-sector-hoteleroy-y-hacia-donde-se-dirige/>

Claustro. (2024a, enero 29). Qué es un Plan Financiero

y cómo hacerlo | MBA Online. MBA Online. <https://www.master-mbaonline.com/finanzas/plan-financiero/>

Engen Capital | El financiamiento más fácil. Punto. (s. f.). Engen Capital. <https://www.engen.com.mx/blog/analisis/en-que-consiste-el-plan-de-financiamiento-de-una-empresa>

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). Glosario de conceptos. INE - Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4768&op=30256&p=1&n=20#:~:text=Se%20entiende%20por%20establecimiento%20hotelero,pensi%C3%B3n%2C...>

Ostelea Tourism Management School. (2021, 10 febrero). ¿Qué es la gestión hotelera y cuál es su importancia en el sector hotelero? Ostelea. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/direccion-hoteleray-que-es-la-gestion-hoteleray-cual-es-su-importancia-en-el-sector-hoteleroy>

Pupo, G. A. R. (2021, 27 abril). Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos • gestiopolis. Gestiopolis. <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

Santos, D. S. (2023, mayo). Qué es una estrategia y cómo crearla. Blog Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategia>

Travel Booking LP. (s. f.). SAP Concur. <https://www.concur.co/blog/article/tipos-de-planeacion-financiera#:~:text=En%20otras%20palabras%2C%20podemos%20decir,los%20recursos%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.>

ANEXO 1

Información General del Hotel:

Nombre del Hotel: Ubicación:

Experiencia Actual con Estrategias de Marketing:

¿Qué tipo de estrategias de marketing emplea actualmente el hotel?

¿Cuál es su opinión acerca de las estrategias de marketing actuales?

Desafíos Financieros:

¿Qué desafíos enfrenta el hotel en relación con la implementación de estrategias de marketing?

¿Cuál es su presupuesto actual para actividades de marketing?

Intereses en un Plan Integral de Financiamiento:

¿Cómo percibe la idea de implementar un plan integral de financiamiento para estrategias de marketing?

¿Qué aspectos considera más importantes al evaluar un plan de financiamiento para marketing?

Beneficios Esperados:

¿Qué beneficios espera obtener al invertir en un plan integral de financiamiento para marketing?

¿Qué canales de marketing considera más efectivos para su hotel?

¿Tiene alguna preferencia o prioridad en cuanto a las áreas específicas en las que le gustaría enfocar la inversión?

Medición y Evaluación:

¿Cómo mediría el éxito de un plan de financiamiento para marketing?

¿Qué objetivos específicos tiene para su hotel?

Otros Comentarios:

¿Hay algún otro aspecto relacionado con el financiamiento para estrategias de marketing que le gustaría mencionar?

Link: https://docs.google.com/forms/d/19gwuqOqSb8S5oQ7vspLUukjVk2MR9qN0F_PCrqUR6GY/edit#responses