

RESUMEN

Mediante la presente investigación se busco investigar a través de la oferta y la demanda existente en la ciudad de Puebla el tipo de promoción que puedo aplicarse para el hotel caso, así como también determinar sí el segmento de hombres de negocios desean hospedarse en hoteles con una estancia prolongada de 5 a 7 días como lo es el hotel de estudio.

Para el caso de la demanda, los sujetos de estudio que se aplico fueron los asistentes de gerencia general, asistentes de recursos humanos, asistentes del departamento de asuntos internacionales y / o rectoría de empresas e instituciones. A los cuales se les aplico una encuesta impresa.

Respecto a la oferta, los sujetos fueron los propietarios, gerentes generales o administradores de hoteles considerados competitivos por ubicación y por concepto, aplicándoles una entrevista a cada uno de ellos.

La investigación se llevó a cabo en dos etapas. La primera fue una recopilación de datos y la segunda una investigación de campo de carácter cualitativo. Posteriormente con la información obtenida de la investigación, se realizó un método descriptivo de frecuencias relativas.

Referente a la demanda, el estudio arrojo como resultados que los hoteles con categoría cuatro estrellas fueron los más estables con respecto a los hoteles de categoría cinco estrellas. Por otro lado, la estadía promedio de los años estudiados fue de 1.7 y 1.8. Su afluencia turística nacional y extranjera demuestran en los resultados obtenidos que no han tenido un crecimiento notorio; dado que ambos turistas han demostrado un incremento

de un 1% anualmente. Esto se debe a factores como la situación bélica en Irak y la catástrofe del 11 de septiembre 2001 en la ciudad de New York.

Por otro lado se detecto que de acuerdo a la actividad laboral de los clientes es la elección del hotel. En su mayoría es la empresa quien se encarga de hacer la reservación así como el pago de sus estadías. Los factores que toman para realizar dicha reservación son principalmente las tarifas que el hotel le ofrece, así como cercanía con la empresa. Cabe mencionar que su estancia promedio es de uno a dos días.

Con respecto a la oferta, se identifico que el hotel Mesón Sacristía de la Compañía y el hotel El Sueño, se encuentran afiliados a una asociación de hoteles con el objetivo de tener un posicionamiento en el mercado y para su promoción, mientras que el hotel Suites Sevilla no esta adherido a ninguna asociación, lo que origina que su promoción sea más difícil dando como resultado que su posicionamiento en el mercado sea más lento. En cambio los hoteles afiliados se encuentren con una ventaja mayor con respecto al hotel Suites Sevilla.

Finalmente se concluye que sería recomendable que el hotel caso se encuentre enfocado a un segmento más, ya que a través de las estadísticas obtenidas se detectó que los hombres de negocios no suelen permanecer de cinco a siete días, sino que pernoctan de un a dos días. El resultado de enfocarse a un solo mercado puede tener una desventaja ya a que, si este mercado tiene una crisis, el hotel podría verse afectado en sus ventas a diferencia de que si se encontrará enfocado a otro segmentos más, pues esto permitiría resistir más fácilmente a una crisis.

Dado que el hotel es nuevo e independiente, se recomendó que para llevar una promoción eficaz se afilie a una asociación de las antes mencionadas pues ésta le permitirá ocupar un posicionamiento más rápido en el mercado, así como detectar los segmentos con mayor demanda para el hotel.