

## RESUMEN

El presente proyecto fue realizado al Hotel Samari Confort ubicado en el sector del Terminal Terrestre de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cuyo fin es lograr un Posicionamiento dentro del sector, estableciendo Estrategias de Marketing que permitan alcanzar su notoriedad dentro del sector. El Análisis Situacional fue realizado en base a la situación actual de la empresa, donde se pudo conocer los factores macro y micro, además se identificó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que permitió identificar las alternativas de crecimiento y para dar solución a cada uno de estas variables. Así mismo se realizó una investigación de mercado donde se pudo identificar que demanda los turistas, cuáles son sus necesidades, su nivel de satisfacción y el mercado meta al cual se dirigen, cuyo fin es establecer estrategias innovadoras que se diferencien con la competencia ya que los esfuerzos de marketing que han venido desarrollando en los últimos años el Hotel han sido mínimos. Dentro del Plan de Marketing se plantean múltiples estrategias que permitirán alcanzar un posicionamiento favorable, se consideró la necesidad de implementar servicios adicionales como: alimentación, jacuzzi, bar, piscina y juegos infantiles, con el objetivo de cumplir con las necesidades y expectativas del visitante. Para establecer la factibilidad de la aplicación de las estrategias de marketing desde la óptica financiera, se determinaron diferentes escenarios tanto optimista, pesimista y el esperado, los mismos que aseguran que el proyecto es viable y por ende aconsejable su ejecución.

**Palabras Claves:** Plan de Marketing, Canales de Comunicación, Estrategias de Posicionamiento, Estructura Administrativa Hotelera, Mejoramiento de imagen del Hotel Samari Confort.

## **ABSTRACT**

This project was undertaken to Samari Comfort Hotel located in the area of the bus terminal in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas, which aims to achieve a positioning within the sector, establishing marketing strategies that achieve their reputation within the industry. The Situation Analysis was performed based on the current situation of the company, where it was known the macro and micro factors, plus the strengths, weaknesses, opportunities and threats identified the growth alternatives and to solve identified each of these variables. Also market research which could be identified that demand tourists place, what their needs, their level of satisfaction are and target market they are targeting, aimed at developing innovative strategies that differ with competition as the marketing efforts that have been developed in recent years the Hotel has been minimal. Multiple strategies that will achieve a favorable position arise within the Marketing Plan, considered the need to implement additional services as food, jacuzzi, bar, swimming pool and playground, with the aim of meeting the needs and expectations of visitors. To establish the feasibility of implementing marketing strategies from the financial point of view, different somewhat optimistic, pessimistic and expected scenarios were determined, , the same to ensure that the project is viable and therefore recommended its implementation.

**Keywords:** Marketing Plan, Communication Channels, Positioning Strategies, Hotel Management Structure, Improving image Hotel Samari Confort.