



## **DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING OPERACIONAL PARA EL HOTEL DE CAUQUENES**

**GABRIEL ALEJANDRO GONZÁLEZ NÚÑEZ**

**INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN**

### **RESUMEN**

El objetivo principal de este estudio es "Desarrollar un Plan de Marketing Operacional para el Hotel Termas de Cauquenes". Este objetivo se logró mediante la elaboración de cinco objetivos específicos dentro de los cuales se midió la percepción y valoración de los atributos por parte de los clientes actuales del hotel. Se entenderá por clientes actuales todas aquellas personas que en los últimos dos años, estando alojadas en el hotel, hayan hecho uso de alguno de los servicios ofrecidos por el Hotel Termas de Cauquenes.

El desarrollo de esta memoria, nació de una reunión que se sostuvo con el administrador del Hotel Termas de Cauquenes Sr. Juan Cea, quien manifestaba su descontento por la disminución en la demanda de clientes que se venía presentando en los últimos tres años. Después de una serie de reuniones y planteando este problema a la profesora Isabel Cosnefroy, concordamos en llevar a cabo "Desarrollar un Plan de Marketing Operacional para el Hotel Termas de Cauquenes"

Para factibilidad del estudio se realizó el análisis industrial entre la Región Metropolitana y la VIII región (ver anexo 1). Entre este rango se incluyen 8 hoteles termales:

- Región Metropolitana: Hotel Termas de Colina, Hotel Baños Morales.
- Región de O'Higgins: Hotel Termas de Cauquenes, Hotel Termas del Flaco.

- Región del Maule: Hotel Termas de Panimavida, Hotel Termas de Quinamavida, Hotel Termas de Catillo.
- Región del Bio-Bio: Hotel Termas de Chillan.

La realización de la investigación comprendió un estudio de la industria hotelera termal, basándose principalmente en una metodología de carácter exploratorio y concluyente.