



**Universidad Tecnológica ECOTEC**

**Facultad de Estudios Globales y Hospitalidad**

**Título del trabajo:**

Análisis del posicionamiento de River Garden Hotel + Suites desde su apertura hasta la actualidad

**Línea de Investigación:**

Turismo, Hospitalidad y Patrimonio

**Modalidad de titulación:**

Examen Complexivo

**Carrera/programa:**

Administración Hotelera

**Título a obtener:**

Licenciatura

**Autor (a):**

Katherine Elizabeth Hidalgo Morales

**Tutor:**

Mgtr. Alexandra Pérez Rivera

Guayaquil – Ecuador

2024

## **Agradecimiento**

Agradezco principalmente a Dios por brindarme el apoyo incondicional, herramientas, guiarme de la forma correcta para llegar a lograr mis objetivos y las herramientas necesarias para cumplir con los mismos. También agradezco con mucho amor a mi mamá que fue mi pilar fundamental toda mi vida y me dejó gratas enseñanzas que me han ayudado a ser la persona y profesional en la que me he convertido, así como el motivo principal no tan solo para iniciar una carrera universitaria que me ayudará en el transcurso de la vida sino para continuar con ella a pesar de las circunstancias y vacíos ocurridos en el camino. Gracias por las maravillosas experiencias que me llevaron a lograr culminar un maravilloso camino de mi vida.

También agradezco a mi papá por estar siempre orgulloso de lo que decidí estudiar y a donde me ha llevado la carrera, a los maestros por las ganas de convertirnos en grandes brillantes y, por último, pero no menos importante a mi hermana y su familia que estuvieron en el final de esta carrera universitaria con un apoyo incondicional que fue clave en mi vida.



**ANEXO N° 14**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A  
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samboyondón, 15 de abril de 2024

Magister  
**Ana María Gallardo**  
Decano(a) de la Facultad  
Estudios Globales y Hospitalidad  
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: *Análisis del posicionamiento de River Garden Hotel + Suites desde su apertura hasta la actualidad*, según su modalidad EXAMEN COMPLEXIVO (ESTUDIO DE CASO); fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación. Por lo que se autoriza a: Hidalgo Morales Katherine Elizabeth, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

**ATENTAMENTE,**

**Mgtr. Alexandra Pérez Rivera**

**Tutor(a)**



## **Resumen**

El mundo de la hotelería es bastante dependiente de lo que sucede a su alrededor, sin embargo es lo que lo convierte aún más desafiante desde su operación hasta la administración. La hotelería tiene una gama de productos y servicios importantes para el desarrollo de actividades tanto turísticas como corporativas, siendo el lugar que no solo brinda hospedaje para propios y extraños sino que invierte en la felicidad de sus clientes a través del buen servicio que permite el correcto desarrollo de sus actividades y por ende impulsa a la búsqueda de nuevas propuestas innovadoras. Guayaquil al ser una ciudad de negocios y lugar de paso para turistas extranjeros que buscan acudir a las islas encantadas como se las denomina a las Islas Galápagos se ha destacado por su preocupación en ser mejor cada día, acompañada de centros de negocios, lugares turísticos y gente cálida intentado proyectarse como un sitio seguro que puede ofrecer gratas experiencias. El presente ensayo se direcciona en un análisis del posicionamiento de River Garden Hotel + Suites desde la apertura hasta la actualidad para comprender su evolución y su posición relativa en el mercado hotelero de la ciudad de Guayaquil. Para el presente proyecto se utilizó un enfoque cualitativo y metodología descriptiva donde se podrán evaluar las estrategias, métodos y medios para posicionarse en el mercado hotelero así como las tendencias y los factores externos que han impactado el posicionamiento de River Garden Hotel + Suites.

**Palabras claves:** Tendencias, centro de negocios, gama de productos, posicionamiento.

## **Summary**

The world of hospitality is quite dependent on what is happening around it, however it is what makes it even more challenging from its operation to management. The hotel industry has a range of important products and services for the development of both tourist and corporate activities, being the place that not only provides accommodation for locals and strangers but also invests in the happiness of its customers through good service that allows the proper development of its activities and thus encourages the search for new innovative proposals. Guayaquil, being a business city and place of passage for foreign tourists seeking to go to the enchanted islands as the Galapagos Islands are called, has stood out for its concern to be better every day, accompanied by business centers, tourist sites and warm people trying to project itself as a safe place that can offer pleasant experiences. This essay is focused on an analysis of the positioning of River Garden Hotel + Suites from the opening to the present to understand its evolution and its relative position in the hotel market in the city of Guayaquil. For this project a qualitative approach and descriptive methodology was used to evaluate the strategies, methods and means to position itself in the hotel market as well as the trends and external factors that have impacted the positioning of River Garden Hotel + Suites.

**Keywords:** Trends, business center, product range, positioning.

<b>Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Desarrollo de la investigación .....</b>	<b>3</b>
<b>Primera Parte: Revisión de la Literatura .....</b>	<b>3</b>
<b>La Hotelería y su desarrollo en Guayaquil - Ecuador.....</b>	<b>4</b>
<b>Afectación del Covid-19.....</b>	<b>5</b>
<b>Afectación política, social, económico y de seguridad.....</b>	<b>6</b>
<b>Posicionamiento del Mercado Hotelero .....</b>	<b>7</b>
<b>Importancia de la marca en la Hotelería.....</b>	<b>10</b>
<b>Programas de recompensas .....</b>	<b>11</b>
<b>Escuelas de entrenamiento .....</b>	<b>13</b>
<b>Reconocimiento.....</b>	<b>13</b>
<b>Tendencias actuales que inciden en el posicionamiento de un Hotel.....</b>	<b>15</b>
<b>River Garden Hotel + Suites .....</b>	<b>17</b>
<b>Segunda Parte: Método de investigación.....</b>	<b>23</b>
<b>Enfoque de Investigación .....</b>	<b>24</b>
<b>Tipo de Investigación .....</b>	<b>24</b>
<b>Período y lugar donde se desarrolla la investigación.....</b>	<b>25</b>
<b>Universo y muestra de la investigación.....</b>	<b>26</b>
<b>Métodos empleados.....</b>	<b>27</b>
<b>Tercera Parte: Análisis de los resultados.....</b>	<b>29</b>
<b>River Garden en términos precio - calidad.....</b>	<b>30</b>
<b>Estrategias de Marketing de River Garden Hotel + Suites .....</b>	<b>31</b>
<b>Percepción de Guayaquil y River Garden Hotel + Suites ante el público.....</b>	<b>32</b>
<b>Covid-19 e inseguridad en el Ecuador y su afectación a River Garden Hotel + Suites.....</b>	<b>36</b>
<b>Programas de fidelización y sus ventajas en la hotelería.....</b>	<b>37</b>
<b>Importancia de las redes sociales para fortalecer el posicionamiento de River Garden Hotel + Suites.....</b>	<b>37</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>42</b>
<b>Referencias y Bibliografía.....</b>	<b>44</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>46</b>

## Índice de tablas y figuras

<b>Figura 1: Sitio Web para adquirir noches y beneficios de Marriott Bonvoy</b> .....	12
<b>Figura 2: Sitio Web para adquirir noches y beneficios de Hilton Honors</b> .....	12
<b>Figura 3: Imagotipo de Tripadvisor</b> .....	15
<b>Figura 4: River Garden Hotel + Suites</b> .....	17
<b>Figura 5: Publicación River Garden Hotel + Suites</b> .....	18
<b>Figura 6: Publicación en cuenta de Instagram</b> .....	19
<b>Figura 7: Salones de eventos</b> .....	20
<b>Figura 8: Vista de la ciudad de Guayaquil</b> .....	21
<b>Figura 9: Publicación de la ciudad de Guayaquil en la cuenta de Instagram del hotel</b> .....	32
<b>Figura 10: Noticia de la ciudad de Guayaquil en CNN Español</b> .....	33
<b>Tabla 1: Listado de Hoteles pertenecientes a la Ahotegu</b> .....	34
<b>Figura 11: Publicación video Guayaquil sigue su ritmo</b> .....	36
<b>Figura 12: Oferta colocada en la cuenta de Instagram del hotel</b> .....	38
<b>Figura 13: Promoción de hospedaje y cena en redes sociales</b> .....	39
<b>Figura 14: Oferta de cena por San Valentín en la red social de Instagram</b> .....	39
<b>Figura 15: Perfil de Instagram de River Garden Hotel + Suites</b> .....	40



## **Introducción**

La hotelería en la ciudad de Guayaquil desde la pandemia del Covid-19 y actualmente por temas de seguridad en todo el Ecuador ha sufrido considerables pérdidas económicas. Así mismo estas situaciones conllevan a que existan regulaciones por parte del Gobierno que solo permite que las personas puedan movilizarse en cierta franja horaria siendo que por naturaleza el sector hotelero funciona 24 horas al día limitando los viajes de turismo y negocios.

La Organización Mundial de la Salud indica:

El COVID-19 es la enfermedad causada por un coronavirus denominado SARS-CoV-2. La OMS tuvo conocimiento por primera vez de este nuevo virus el 31 de diciembre de 2019, tras la notificación de un conglomerado de casos de la llamada neumonía viral. (OMS, 2023)

Por otra parte, el cliente con el pasar del tiempo cada vez exige más en el servicio que los hoteles ofrecen valorando mucho la relación precio - calidad en el momento de la toma de decisiones. “Una de las variables que han tomado mayor importancia en estos momentos, es la calidad del servicio de un hotel, misma que guarda relación directa con el grado de satisfacción de los clientes.” (Toala, 2021). Siendo la oferta muy variada teniendo hoteles de 3 hasta 5 estrellas como opción de hospedajes en la ciudad de Guayaquil lleva a que el sector hotelero busque siempre ideas innovadoras.

River Garden Hotel + Suites brinda una experiencia única en la ciudad al no solo caracterizarse por su excelencia en tiempos, gastronomía y servicio sino por la maravillosa infraestructura con la que cuenta, llevando a propios y extranjeros a tener una vista casi 360 a toda la ciudad y río Guayas desde su recepción en el piso 18 ensalzando de esta forma también la ciudad de Guayaquil.

Mackay indica que:

En la ciudad de Guayaquil existe un crecimiento de la oferta de hotelería y hospedaje que ha permitido el crecimiento de muchos tipos de negocios y

empresas ligadas directa e indirectamente con la actividad, atrayendo especialistas y profesionales de varias latitudes y culturas. (Clarkent, 2020)

River Garden Hotel + Suites fue aperturado post pandemia en búsqueda de brindar una experiencia diferente al mercado corporativo y turístico en general convirtiéndose en un lugar llamativo para el público, por lo que abordar la importancia del posicionamiento de un hotel nuevo en el mercado es fundamental para analizar su crecimiento en el tiempo.

Se pretende estudiar cómo el posicionamiento desde la apertura del hotel ha sido importante para marcar precedente de calidad y calidez frente a la competencia. La búsqueda de nuevas experiencias que permitan escapar de la monotonía ha permitido que la correcta evolución de la oferta tangible e intangible del hotel sea su principal herramienta para la atracción de clientes.

Para esto se llevará a cabo un análisis de las estrategias de marketing implementadas por el hotel, se realizará un estudio exhaustivo de las tendencias del mercado en el sector hotelero de Guayaquil identificando variables y factores externos y también será necesario la identificación de métodos y medios para mejorar el posicionamiento del hotel en el mercado. Se prestará especial atención al uso estratégico de las redes sociales como herramienta de promoción y comunicación con los clientes.

River Garden Hotel + Suites presenta una oferta única que se ha ido posicionando de a poco en el mercado siendo así pertinente su análisis por el esfuerzo que ha realizado en establecerse en una industria bastante competitiva desde su apertura hasta la actualidad siendo una empresa sin el respaldo de una cadena hotelera y teniendo varias limitaciones externas.

## **Desarrollo de la investigación**

### **Primera Parte: Revisión de la Literatura**

## **La Hotelería y su desarrollo en Guayaquil - Ecuador**

La hotelería es una industria innovadora enfocada en brindar el mejor servicio con grandes estándares de calidad y con un gran potencial que se ha venido desarrollando con el pasar de los años. Así mismo Ecuador al ser un país de grandes riquezas y maravillas muchas de sus ciudades han sido seleccionadas por empresarios nacionales y extranjeros para establecer hoteles de grandes categorías pertenecientes a diferentes cadenas internacionales.

Ecuador al ser un destino tanto turístico como de negocios es un destino atractivo para el mundo llevándolo a contar con muchos hoteles pertenecientes a cadenas internacionales como Hilton reconocida por su elegancia y grande infraestructura, Wyndham Hotels & Resorts de diferentes categorías y para distintos targets, Accor con hoteles de alta y mediana gama, entre otros.

Así mismo Guayaquil siempre ha sido una ciudad de negocios donde empresarios y cierta cantidad de turistas han buscado tener gratas estadías por lo cual sus inicios hoteleros radica en la visión y potencial que vieron grandes extranjeros para apostar por infraestructuras elegantes y que brindan estadías inolvidables y a su vez realzan la gastronomía ecuatoriana.

Posterior a esto las grandes cadenas internacionales ya antes mencionadas y nacionales como lo es Oro Verde Hoteles con sus modernas infraestructuras y experiencias diferenciadoras enfocadas en seguir innovando y brindando siempre lo que el huésped necesita han ido desplazando las antiguas edificaciones que en su momento fueron hoteles de lujo.

La hotelería en Guayaquil no solo proporciona un lugar para que los visitantes se alojen durante su estancia, sino que también juega un papel fundamental en la promoción del turismo y la imagen de la ciudad. Los hoteles en Guayaquil no solo ofrecen comodidades y servicios de alta calidad, sino que también sirven como embajadores de la cultura local, brindando a los visitantes una experiencia auténtica y memorable.

Además, la hotelería en Guayaquil ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con la apertura de nuevos hoteles y la renovación de propiedades existentes. Este crecimiento refleja el aumento del interés en la

ciudad como destino turístico y como centro de eventos y convenciones en la región.

### **Afectación del Covid-19**

En el año 2019 se presentó una pandemia a nivel mundial que cambió la vida de los seres humanos llevándolos al confinamiento y pérdidas tanto materiales como humanas. “El COVID-19 (enfermedad del coronavirus 2019) es una enfermedad causada por un virus llamado SARS-CoV-2. Puede ser muy contagioso y se propaga rápidamente.” (Organización Mundial de la Salud, 2023)

La pandemia tal como se expuso anteriormente trajo consigo evidentes y lamentables pérdidas mortales tales como de familiares, de amigos y conocidos, así como materiales ya que muchas empresas tuvieron que cerrar sus instalaciones y por ende detener los trabajos realizados ya que el peligro que representaba el estar en contacto con más personas era evidentemente y letal para la población por lo que esto ocasionó que muchas industrias pierdan cantidades excesivas de dinero.

Para algunas empresas era necesario acudir a sus instalaciones para continuar con sus labores ya que en las mismas incurría mano de obra a través de maquinarias y equipos pesados que eran lo que permitían elaborar un producto final, por lo que por ejemplo constructoras tuvieron grandes pérdidas económicas que llevaron a tomar decisiones drásticas como despedir personal y atrasos en pagos de sus colaboradores.

Por otra parte también hubo una industria fuertemente afectada como fue la de turismo y hotelería ya que la misma depende en su mayoría de la visita de personas en diferentes ciudades que acuden por ocio o negocio y a su vez impulsan la venta y promoción de sitios turísticos, proyectos, etc., Por lo cual el Covid-19 al impedir la afluencia de personas en las calles y demás alrededores hicieron que estas empresas tales como agencias de viajes y hoteles deban verse en la lamentable decisión de despedir a su personal.

La industria de hotelería y turismo se vio fuertemente afectada que algunas tuvieron que cerrar indefinidamente sus operaciones y otras mantenerse con los pocos recursos que habían logrado obtener durante sus años de operación o respaldo de grandes cadenas internacionales, mostrando así lo dependiente del cliente que es una empresa para la continuidad de sus actividades

### **Afectación política, social, económico y de seguridad.**

Ecuador es un país de 4 mundos que demuestra la diversidad de flora, fauna y calidez humana de su población, teniendo costa, sierra, amazonia y las Islas Galápagos tan cerca que permiten poder recorrer y disfrutar de su diversidad en un lapsus corto de tiempo.

Sin embargo, durante muchos años el país se ha visto envuelto en cambios políticos, sociales, de seguridad y por ende económicos que han colocado como primera opción para la ciudadanía migrar al exterior en busca de mejores oportunidades laborales y condiciones que permitan una vida estable en un ambiente sano para niños, jóvenes y adultos. Por esto durante los últimos 4 años se han llamado a elecciones a los ciudadanos para elegir quien dirija el país ya que temas como la corrupción, inseguridad entre otros preocupan a la población, así mismo estas nuevas autoridades han reforzado las leyes en busca de mejorar la situación económica y social.

El Ecuador ha sido publicado en medios internacionales mostrando una cara del país en su peor momento y siendo impulso que muchos ecuatorianos pierdan la esperanza de un mejor país. Hechos como el asesinato del candidato a la presidencia Fernando Villavicencio en Agosto del 2023 cuando salía de un mitin político en la ciudad de Quito antes de las elecciones presidenciales dejó consternada a la ciudadanía ya que se encontraba rodeado de policías y aun así fue atacado por sicarios.

Estas situaciones de inseguridad han sucedido en todo el país pero han ocurrido con mayor fuerza en la ciudad de Guayaquil afectando a muchas industrias, siendo la más afectada la industria turística y hotelera ya que tanto nacionales como extranjeros tienen temor de visitar el país y por ende la ciudad de

Guayaquil por lo peligroso que puede llegar a ser independientemente de la zona de la ciudad en la que se ubiquen.

Guayaquil en específico conocida como la perla del pacífico y ciudad de negocios durante los problemas sociales y de seguridad que ha atravesado en los años 2023 y 2024 ha tenido fuerte afectación económica ya que las muertes, robos y temor impregnado en la sociedad impide que la ciudadanía salga de sus hogares a realizar sus actividades regulares.

Por otro parte, Guayaquil al ser una ciudad de negocios por lo general recibe visitas de representantes de empresas extranjeras para reuniones de diferentes índoles o visitas internas desde ciudades como Quito, Cuenca, Machala, Manta entre otras de personal que acude a talleres, capacitaciones, programas o revisiones técnicas dependiendo de las diversas actividades que realiza cada empresa. El hecho de la ciudad verse inmersa en temas de inseguridad ha desplazado por momentos las visitas de los funcionarios de diferentes empresas optando por realizar reuniones vía plataformas online o únicamente realizando viajes sumamente explícitos para precautelar la seguridad del personal de cada empresa.

Esto ha llevado a diferentes industrias a realizar home office en los casos que no requieren de la presencia física de sus colaboradores optando por una nueva metodología de trabajo que permita seguir conectados a pesar de las diversas situaciones que puedan impedir el salir de sus hogares.

### **Posicionamiento del Mercado Hotelero**

Actualmente y luego de muchas situaciones que han sucedido en el país con problemas sanitarios, políticos, sociales y de seguridad han impulsado a las empresas a buscar diferentes formas de permanecer en el mercado satisfaciendo las necesidades del consumidor, pero así mismo brindando una seguridad a sus empleados que van a continuar con sus labores sin interrumpir sus pagos y demás obligaciones.

Es por esto que las empresas buscan cada día seguir evolucionando para así presentar el mejor producto o servicio y lograr posicionarse en el mercado a pesar de las diferentes aristas que pueden impedir el avance que han realizado desde sus aperturas hasta la actualidad.

Posicionamiento es lograr ubicarse en la mente del consumidor a largo plazo con el objetivo de poder ser reconocido por el mérito de sus labores que conllevan a crear, producir y ofrecer un producto o servicio no solo útil sino también agradable para el público objetivo. Zapata (2021) indica que “el posicionamiento también se logra a través del sitio web de la marca, ya que es un punto de contacto con el consumidor”

Lograr ubicarse en la mente del consumidor para las empresas ha sido un reto a través de los años porque los clientes ya que el mundo tecnológico evolucionando cada día con nuevas tendencias, retos, etcétera hace que sean cada vez más exigentes, ya no solo buscando que el producto o servicio supla la necesidad básica inicial, sino que buscando que a la vez eleve su experiencia final con atributos especiales que solo dicha empresa puede lograr para permanecer en la mente del consumidor.

Por ello las empresas buscan brindar a través de la tecnología ya sea en sus procesos de elaboración del producto, publicidad o entrega final del mismo un plus diferenciador que permita crear conciencia en el consumidor elaborando la pregunta por qué deben seguir eligiendo su producto.

En la industria hotelera el posicionamiento es igual de importante que en otras industrias, por lo cual las empresas hoteleras han buscado a lo largo de los años diferentes estrategias de posicionamiento en donde la tecnología desempeña un papel fundamental en la vida de los consumidores ya que a través de la misma se pueden crear experiencias únicas que es lo que busca el cliente recibir con su producto o servicio.

Una de las mejores formas de posicionarse en la mente del consumidor es a través de las redes sociales por lo que los hoteles han optado como una de sus



más fuertes estrategias publicitarse a través de redes sociales como Instagram, Facebook y Tik Tok donde muestran sus instalaciones, quienes colaboran en las labores diarias que generan gratas experiencias a su público objetivo, promociones y demás.

Zapata (2021) menciona que:

Las redes sociales son un tipo de herramienta de comunicación con la que cuenta la organización. A través de estas, la marca puede establecer su posicionamiento en la mente de los consumidores, a la vez que refuerza su relación con este, generando una comunidad, y conoce sus opiniones, obteniendo datos.

Otra estrategia de posicionamiento por la que han optado los hoteles es la colaboración con otras empresas o marcas, es decir realizan negociaciones en con diferentes empresas donde se generan beneficios para ambas partes. Una de las colaboraciones que realizan los hoteles ha sido con la banca, donde los restaurantes de los hoteles ofertan al público cenas o almuerzos en ocasiones especiales como San Valentín, Día de las madres, Carnavales entre otras donde si cancelan sus consumos mayores a \$60 USD con las tarjetas de cierta entidad bancaria reciben 1 botella de vino espumante.

Otro tipo de colaboraciones que realizan los hoteles es con artistas nacionales donde así mismo en ocasiones especiales o festividades brindan shows musicales en vivo en las instalaciones de los hoteles complementándose con otra estrategia de posicionamiento como lo es el crear paquetes atractivos para su mercado.

Estos paquetes suelen incluir alimentación más show en vivo con un menú servido de varios tiempos o servicio de buffet con bebidas soft o copas de vino y al mismo tiempo pueden disfrutar de grandes voces de artistas que generan una experiencia distinta a la cotidiana y permiten que los hoteles puedan posicionarse en la mente de sus clientes.

### **Importancia de la marca en la Hotelería**

La marca es lo que representa el producto o servicio a través de lo que proyecta con su resultado final en las manos del cliente o consumidor. Los seres humanos buscan productos que sean de marcas reconocidas las cuales han venido trabajando en el mercado por muchos años estableciendo protocolos, lineamientos, implementando nuevas ideas y formas de proyección del producto o servicio y atravesando por diferentes cambios con el pasar de los años han hecho que las marcas deban reinventarse en busca de seguir en la mente del consumidor.

Los lineamientos y diferentes metodologías de trabajo que establece una marca para cumplir con el proceso de elaboración, producción y entrega del producto o servicio final hacen que esto sea clave para que no solo se pueda ofertar un producto, sino que se cumpla con todas las características establecidas de principio a fin.

Es por esto que empresas multinacionales han logrado establecer protocolos y lineamientos que cuidan no solo de los procesos para la elaboración y entrega de sus productos o servicios. Guzmán (2019) comenta que “La adopción de un Sistema de Gestión de la Calidad es una decisión estratégica para una empresa que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.”

También han establecido normativas y planes de recompensas por su trabajo al cliente interno es decir los empleados, ya que han notado que se debe cuidar primero a su personal y mantenerlos satisfechos con lo que reciben a su vez de las empresas para que así puedan cumplir con sus obligaciones de forma correcta siendo felices y estando motivados con los que realizan día a día ya que eso conlleva a que la elaboración del producto o servicio que al final del día es entregado al consumidor cumpla con las características establecidas en los lineamientos de las empresas.

La importancia de crear, establecer y llegar a la mente del consumidor a través de la marca de una empresa es fundamental para posicionarse en el mercado por años, es por esto que las empresas actualmente han optado por presentar como es la vivencia dentro de las compañías donde se muestran a los trabajadores felices, lugares cómodos y equipados, excelente ambiente laboral, en conclusión condiciones realmente agradables para cuando realizan sus actividades siendo aquella su principal proyección al cliente demostrando que al cuidar internamente a sus colaboradores hacen notar cuán importante es para ellos que se elaboren los productos con el mejor ánimo posible para que así se garantice que el producto final va a ser igual o mejor que el esperado.

La importancia de la marca en hotelería radica en el hecho de que los hoteles reciben tanto turistas nacionales como extranjeros por lo cual el poder pertenecer a una marca internacional genera múltiples beneficios que serán detallados a continuación:

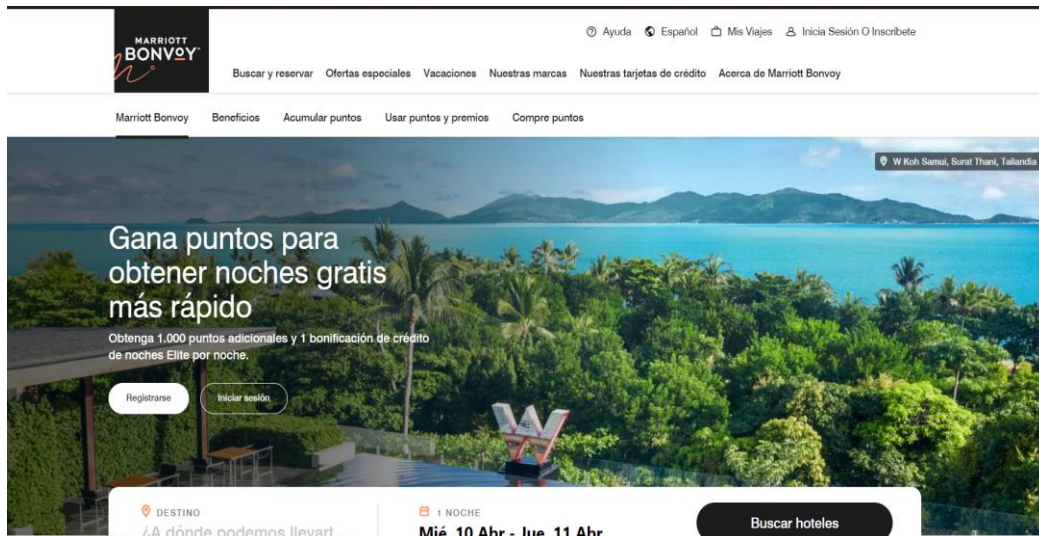
### **Programas de recompensas**

Las grandes cadenas internacionales tienen programas de recompensas que se basan en muchos de los casos en cumplir o acumular equis cantidad de noches en hoteles de su cadena para poder pertenecer a diferentes categorías de membresías como silver, gold, black que les permiten recibir un sin número de beneficios tanto en alimentación como porcentajes de descuentos en los diversos restaurantes de los hoteles o noches de hospedajes gratuitas a su elección en hoteles de otras ciudades o países.

Siento programas de recompensas muy reconocidos en el mundo los detallados a continuación:

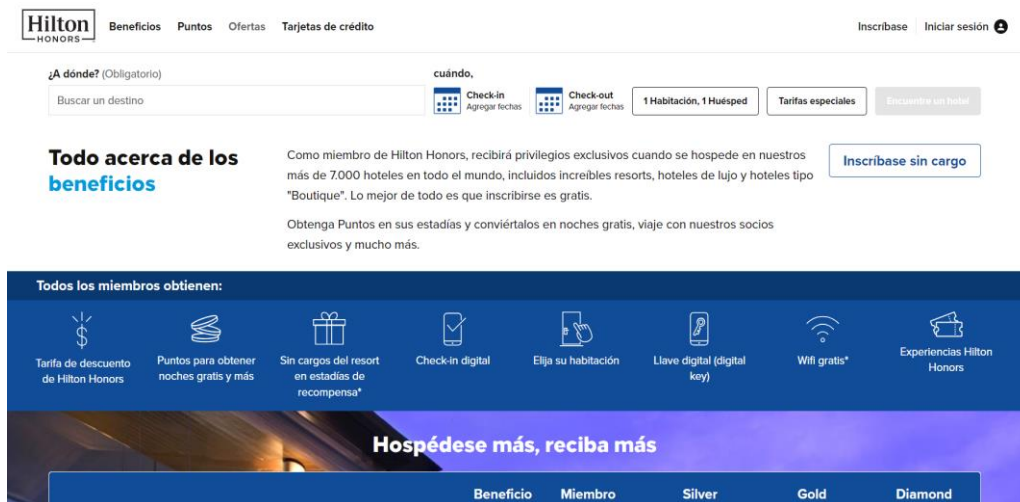
Marriott Bonvoy: Ofrece una amplia gama de recompensas donde se canjean puntos por noches de hospedajes, así como experiencias exclusivas de la marca.

**Figura 1: Sitio Web para adquirir noches y beneficios de Marriott Bonvoy**



Hilton Honors: Este plan da la oportunidad a sus miembros a acumular puntos por sus estadías de los hoteles de la cadena para canjearlos con noches gratis o más beneficios de mejoras de servicios.

**Figura 2: Sitio Web para adquirir noches y beneficios de Hilton Honors**



Estos son algunos de los programas de recompensas que han permitido a los hoteles permanecer en la mente de su público objetivo y fidelizándolos al mismo tiempo.

## **Escuelas de entrenamiento**

Las grandes cadenas hoteleras brindan maravillosas oportunidades de crecimiento profesional a sus colaboradores a través de escuelas de entrenamiento que fomentan sus habilidades, introducen nuevas prácticas, los mantienen en constante innovación, entre otras actividades con las que al final pueden recibir títulos que les permiten ser más competitivos.

Estas escuelas de entrenamiento brindan capacitaciones constantes y cursos que se deben llevar a cabo con el fin de obtener los títulos que los certifican en el área estudiada permitiendo agregar los mismos a las hojas de vida de cada colaborador fomentando el querer continuar creciendo en la industria hotelera.

Así mismo en muchas ocasiones estas capacitaciones o premiaciones en algunos casos suelen realizarse en países diferentes al de la residencia de los colaboradores por lo que les permiten vivir una experiencia diferente en otro lugar donde realizan networking creando lazos con diferentes personas que pertenecen a la industria.

## **Reconocimiento**

El pertenecer a una cadena hotelera ayuda como marca a ser mayormente reconocido en el mercado porque la sociedad ya tiene en su mente el tipo de servicio, infraestructura y experiencia que debe por reglamento cumplir un hotel que fomenta mayores porcentajes en los diferentes índices hoteleros.

Al un hotel ser reconocido permite que su mercado se pueda expandir tanto nacional como internacionalmente y a su vez esto genera más plaza de empleo iniciando en el área administrativa como mercadeo y ventas al incorporar a su equipo de trabajo ejecutivos comerciales que ya no solo venden el hotel de la ciudad, sino que si cuentan con 4 hoteles en el país y cada uno en diferentes ciudades hace que su trabajo sea más global y el mercado prefiera trabajar con ellos.

Por ejemplo, una empresa de consumo masivo que tiene matriz en la capital del país y sucursales en diferentes ciudades es una empresa que está en el mapa

de un hotel por lo que al requerir viajes de sus funcionarios desde diferentes puntos ya sea a la matriz u otras sucursales esta empresa recordará y reconocerá el valor que le brinda dicho hotel al contar con más establecimientos que les aseguran el mismo servicio de siempre permitiendo a sus funcionarios tener estadías seguras.

Otra forma de ser reconocido en el mercado es por lo que se realice por ellos, el cliente como ya se lo ha mencionado anteriormente se vuelve cada vez más exigentes y no solo por la relación precio – calidad que le ofrece un hotel sino por lo que hacen ellos tanto por el planeta como por los animales.

Uno de los ejemplos claros es que, para mejorar la estadía de los huéspedes, así como cuidar del planeta los hoteles han implementado en sus baños de habitaciones colocar dispensadores de jabón de cuerpo, shampoo y acondicionador creando una mejor imagen ante el público.

Otra forma de ser reconocidos es por la importancia que les dan a las mascotas de las personas que van a hospedarse colocando nuevas políticas convirtiendo al hotel en pet friendly introduciendo a un nuevo mercado joven que busca salir de casa, pero con sus mascotas y demostrándoles cuán importante es lo que deseen los huéspedes siendo una industria del servicio.

Es por esto que las empresas hoteleras trabajan constantemente en planes de acción y mejora que permitan aumentar sus ganancias para crecer como marca y establecerse en diferentes ciudades o partes del mundo a través de estándares de calidad altamente verificados que conllevan al reconocimiento de la marca.

Siendo así cadenas Hoteleras como Hilton, Marriott, IHG, Accor entre otros han establecido sus marcas en el mercado por el excelente servicio llevado a cabo a través de lineamientos específicos para su cumplimiento, categoría, infraestructura, y más que los han posicionado durante algún tiempo en ranking de TripAdvisor.

**Figura 3: Imagotipo de Tripadvisor**



Estas marcas han logrado llegar y permanecer en la mente del consumidor a través de diferentes estrategias de marketing que han ido acoplándose a los cambios de generaciones que exige cada vez más y valora mucho la relación precio – calidad de un producto o servicio.

### **Tendencias actuales que inciden en el posicionamiento de un Hotel**

Seguir tendencias ha sido fundamental para los hoteles ya que se enfocan en la necesidad del cliente actual siendo ya no solo el público adolescente el que busca nuevos lugares donde vivir experiencias enriquecedoras que puedan ser publicadas en sus redes sociales sino también el público tradicional que se ha dejado llevar por las nuevas tendencias a través de diferentes redes que exponen y recomiendan sitios, turísticos, gastronómicos, entre otros. Sánchez et al, (2020) mencionan que “las redes sociales aportan mayor valor a los servicios, ya que su oferta en redes sociales se convierte en una garantía de su existencia. Por lo tanto, los consumidores perciben mayor valor en la marca.”

Por ejemplo, Instagram es una red social donde se postean fotos y reels de recomendaciones de nuevos restaurantes o rooftop de hoteles que ofrezcan una experiencia gastronómica minimalista y lugares instagrameables incide en el posicionamiento de un hotel ya que se realizan colaboraciones entre influencers y hoteles que permiten mostrar todas las bondades de esta industria.

Por otra parte, Tik tok es otra red social que incide en el posicionamiento de un hotel ya que a través del mismo las personas realizan videos con canciones dependiendo de lo que busquen resaltar, ya sea una excelente gastronomía, moderna infraestructura, grata o no muy buena experiencia en los cuales pueden dar su punto de vista acerca de producto o servicio hotelero permitiendo posicionarse en la mente del consumidor.

Por todo lo antes expuesto se resalta la importancia de las redes sociales, pero sobre todo primero saber a qué mercado se desean dirigir, es decir su público objetivo ya que así mismo depende de ello la elección de la red social a utilizar con mayor frecuencia o colocando mayor énfasis. Considerando que tik tok es una aplicación para un público más joven que busca experiencias innovadoras, Facebook suele manejar un público de edad más alta ya que es una red social que lleva más tiempo de vigencia e Instagram puede ser una media de edades.

Sánchez et al, (2020) Indican que:

“Las redes sociales permiten ofrecer una respuesta rápida a las necesidades de los usuarios. A través de las redes sociales se contribuye a mejorar la experiencia de los clientes resolviendo sus dudas de manera inmediata o casi inmediata, lo cual favorece a la imagen de la empresa.”

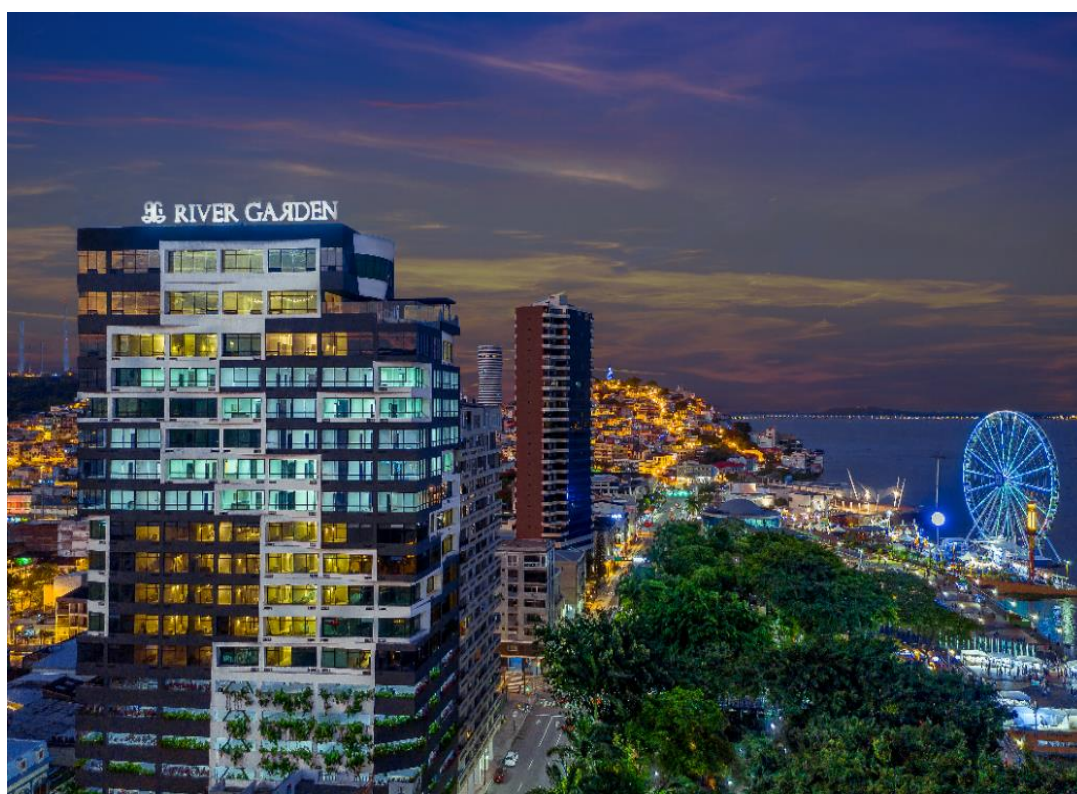
Otras tendencias que también influyen en el posicionamiento de un hotel son las promociones no solo para fechas especiales como día de la madre, de la mujer, día del padre, semana santa, navidad entre otras que por lo general son con menús tradicionales en los restaurantes de hoteles sino que promociones que permitan salir de la rutina por lo que los hoteles están optando en ofertar pool days, cenas show en vivo, tributos a artistas entre otras opciones que permiten a los clientes tener variedad a su elección a través de las cuales pueden vivir nuevas experiencias.



### **River Garden Hotel + Suites**

River Garden Hotel + Suites está situado en la zona centro – norte de la ciudad de Guayaquil aperturando sus puertas al público en el año 2021 con un inventario de 120 habitaciones progresivamente expuestas el propios y extraños. Único con un sky lobby ya que su recepción se encuentra en el piso 18 con una vista espectacular y casi panorámica a toda la ciudad y río Guayas.

**Figura 4: River Garden Hotel + Suites**



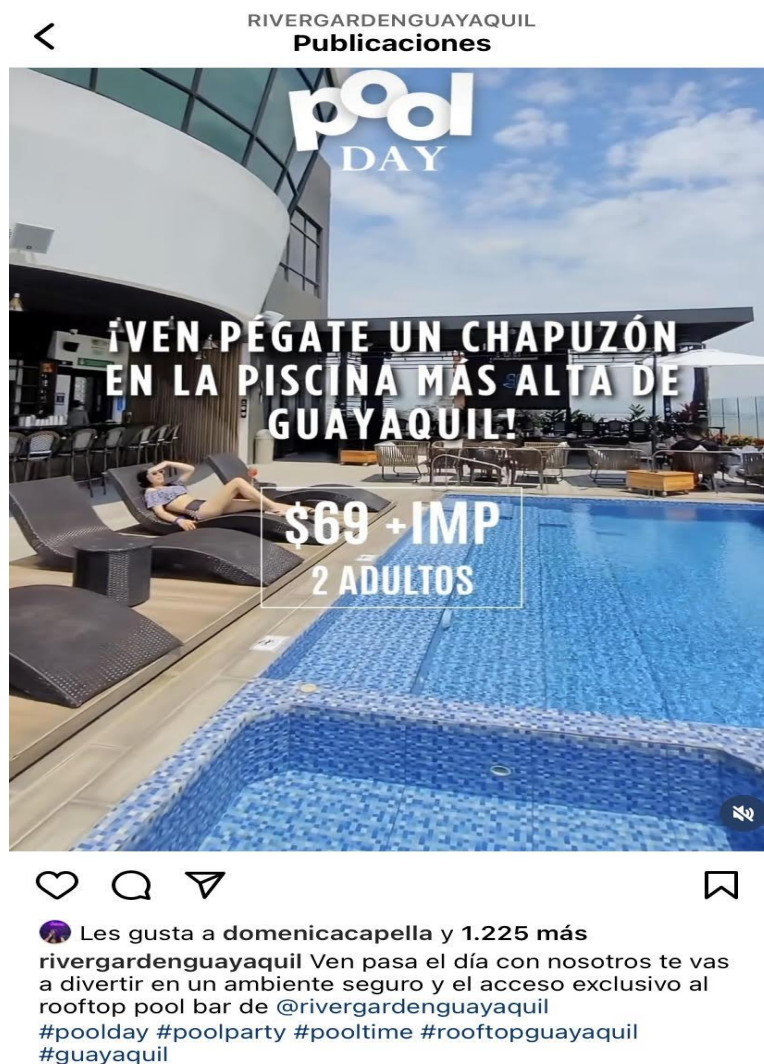
Nota: En esta fotografía se puede observar el hotel junto a uno de sus grandes atractivos como lo es el malecón 2000 y la Perla.

El Hotel cuenta con 19 pisos con parqueo interno, habitaciones desde el piso 7 todas en su gran mayoría con diferentes vistas y perspectivas a la ciudad de Guayaquil y al río Guayas y un piso Premium de habitaciones donde su decoración tiene un toque de elegancia y su vista es mayormente privilegiada ya que se puede visualizar los atractivos de la ciudad desde el piso 17.

El edificio es compartido con propietarios de suites por lo cual el nombre del hotel lleva consigo al final más suites, tiene un restaurante con un diseño particular, un rooftop con bar y piscina infinita hacia el río demostrando lujo y brindando una experiencia maravillosa con un producto diferenciador que no era muy común antes en la ciudad de Guayaquil y específicamente en la hotelería nacional.

River Garden Hotel + Suites al contar con su piscina en el piso 18 así como restaurante le permite brindar experiencias distintas con promociones accesibles en sus redes sociales que atraen a su público objetivo con curiosidad de un nuevo lugar top en la ciudad.

**Figura 5: Publicación River Garden Hotel + Suites**



También cabe recalcar como River Garden Hotel + Suites está al pendiente de satisfacer las necesidades del cliente aplicando una de las solicitudes más requerida por los clientes como lo es ser un hotel pet friendly y transmitiendo esto a sus clientes a través de redes sociales.

**Figura 6: Publicación en cuenta de Instagram**



Nota: Publicación para comunicar que el hotel es pet friendly y su importancia para la empresa.

River Garden Hotel + Suites cuenta con 5 salones de eventos ubicados en el último piso del edificio todos con vistas casi panorámicas a la ciudad y río Guayas

que tienen capacidad desde 15 hasta 180 personas dependiendo del tipo de montaje a realizarse en cada uno de ellos.

### **Figura 7: Salones de eventos**



Nota: Fotografía tomada desde el salón principal del hotel denominado “Salón del río”

Guayaquil como antes se lo había mencionado es una ciudad corporativa por lo que la mayoría de personas que pernoctan en los hoteles de la ciudad son del Ecuador, sin embargo, el producto diferenciador que es River Graden Hotel + Suites ha logrado que un fuerte porcentaje de sus visitas sean extranjeros que llegan a la ciudad por temas turísticos aprecien la belleza de Guayaquil.

Al subir a su recepción en el momento que se apertura las puertas de los ascensores en el piso 18 se encuentran con una vista espectacular a la perla del

Pacífico impulsando el reconocimiento de todo lo maravilloso que tiene la ciudad en infraestructura, así mismo su locación frente al Malecón 2000 con un parque inmenso con tiendas de comida, vestimenta, juegos de diversión, vista y brisa del río Guayas y teniendo en su siguiente calle la famosa y bastante concurrida denominada “calle Panamá” lugar representativo por contar con más de 20 restaurantes con una oferta gastronómica variada y exquisita.

Todo esto permiten a huéspedes nacionales que en su mayoría acuden por trabajo a disipar un poco su mente con sitios de entretenimiento seguros y cercanos y a extranjeros no solo dejarse llevar por las noticias internacionales que proyectan de nuestro país las situaciones complejas que ha tenido que atravesar sino lo novedosa, practica, segura y maravillosa que puede llegar a ser una ciudad como lo es Guayaquil.

**Figura 8: Vista de la ciudad de Guayaquil**



Nota: Vista del atardecer de la ciudad tomada desde la recepción del hotel

Así mismo River Garden Hotel + Suites ha atravesado entre 2 aristas bastantes llamativas que destacan la fuerza de querer posicionarse en de mercado llegando a ser un lugar sede de grandes experiencias como lo fueron: La pandemia del Covid-19 y los problemas de inseguridad de los últimos años.

La pandemia porque el hotel inició su construcción en el año 2011 y apertura en el año 2021 teniendo conocimiento que la hotelería en Guayaquil depende mucho de los negocios y parte del turismo la pandemia atrasaba el proceso de posicionamiento y crecimiento de una marca local que tenía mucho por explotar por la inigualable infraestructura y paisaje a la vista del ser humano. Justo en aquella época los hoteles comenzaron a cerrar sus puertas y a trabajar con la menor cantidad de personal posible por la poca afluencia tanto de huéspedes como los empresarios que llegaban por negocios, técnicos que acudían frecuentemente a arreglar maquinarias y turistas tanto nacionales como extranjeros que veían la ciudad como un sitio acogedor con muchos atractivos por recorrer.

Por otra parte, la inseguridad en el país también fue otro factor que detuvo considerablemente los viajes hacía la ciudad ya que las personas tenían un poco de temor salir de sus domicilios a realizar sus actividades cotidianas por el desconocimiento de que podría suceder en las calles. Puntos como estos jugaron un papel fundamental que desde la visión de cualquier empresario o trabajador haría que todo el esfuerzo que realizaron haya sido en vano.

Sin embargo, primó más las enormes ganas por hacer que un proyecto se haga realidad haciendo crecer un hotel nuevo pero muy diferente al resto con muchos puntos a su favor en infraestructura, servicio, experiencia entre otros y la oportunidad de brindar plazas de trabajo y al mismo tiempo cuidando de su cliente interno lo que ha llevado a River Garden Hotel + Suites a ser un hotel que a pesar de las adversidades ha logrado salir a flote a pesar de ser nuevo en el mercado.

## **Segunda Parte: Método de investigación**

Mencionados los conceptos, la información necesaria, así como situaciones y hechos ocurridos en el país y el mundo los cuales han influenciado en la vida humana se realizará un análisis del posicionamiento de River Garden Hotel + suites desde su apertura hasta la actualidad para comprender su evolución y posición relativa en el mercado hotelero de la ciudad de Guayaquil a través de sus estrategias de marketing, así como sus medios para su correcto posicionamiento y tendencias del mercado.

### **Enfoque de Investigación**

El enfoque a utilizar es cualitativo ya que al ser una empresa que brinda un servicio, el mismo se basa en la percepción de los clientes por lo cual van a existir diferentes puntos de vista de las varias preguntas a desarrollar que van a ser de gran ayuda para realizar el análisis de la posición de River Garden Hotel + Suites desde su apertura hasta la actualidad.

El enfoque cualitativo se originó dentro de las ciencias sociales ya que se consideraba que aparte poder realizar o contar con métricas y variables con las que se puedan cuantificar los resultados de diversos estudios es importante conocer respuestas subjetivas que se logran obtener a través del enfoque cualitativo.

### **Tipo de Investigación**

Para el presente trabajo se utilizará el método descriptivo, ya que se presentarán y explicarán diferentes factores que han incurrido en su avance como hotel nuevo en un sector turístico y gastronómico de la ciudad de Guayaquil y como estas variables lo han impulsado a un mayor esfuerzo para estar en la mente del cliente nacional y extranjero.

Guevara et al, 2020 menciona que:

“La investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.”



El método descriptivo es un tipo de investigación que tal cual como lo indica la palabra describe de forma puntual alguna arista de cualquier estudio realizado. Guevara et al, 2020 “Indica que la información suministrada por la investigación descriptiva debe ser verídica, precisa y sistemática. Se debe evitar hacer inferencias en torno al fenómeno. Lo fundamental son las características observables y verificables.”

### **Período y lugar donde se desarrolla la investigación.**

El presente estudio se desarrolla en el primer semestre del año 2024 en las instalaciones de River Garden Hotel + Suites situado en la zona centro norte de la ciudad de Guayaquil más conocida como la Perla del Pacífico donde sus amplias y concurridas calles junto a su gastronomía, argón popular y brisa sin igual del Río Guayas acogen a cientos de personas que llegan por distintas actividades a la ciudad.

Es la ciudad más poblada en el Ecuador con más de 2 millones de personas, cuenta con un aeropuerto internacional llamado José Joaquín de Olmedo que ha sido galardonado nuevamente en el año 2022 por ser el mejor aeropuerto por tamaño y región con el reconocimiento ASQ Airport Services Quality.

A Guayaquil se lo ha impulsado como un lugar turístico a parte de un sitio para negocios y reuniones a través de diferentes atractivos que ha realizado la empresa pública y privada como lo es la mejora del malecón 2000, la famosa calle Panamá con más de 15 restaurantes que brindan una variada y muy deliciosa oferta gastronómica al aire libre en la zona centro de la ciudad, también Guayarte siendo este un lugar donde la ciudadanía se encuentra con obras de arte plasmadas en murales donde pueden disfrutar de música en vivo y diferentes presentaciones que crean un momento de felicidad y entretenimiento a muchas familias ecuatorianas y extranjeros en sus pasos por la ciudad.

El puerto principal como se la conoce también a la ciudad de Guayaquil ha sido sede de grandes congresos como el del banano en el 2023 y Aquaexpo a finales de Octubre del mismo año lo cual ha logrado repotenciar la economía de la ciudad demostrando lo atractiva que es a pesar de diferentes vicisitudes que a travesado en los últimos años.

### **Universo y muestra de la investigación.**

Para este análisis en específico se aplicará el muestreo por conveniencia ya que a través de esta técnica se podrá desarrollar de mejor manera la obtención de resultados siendo una manera oportuna y eficaz que ahorrar tiempo y recursos obteniendo los resultados esperados.

Hernández & Carpio (2019) mencionan que:

Este método se caracteriza por buscar con mucha dedicación el conseguir muestras representativas cualitativamente, mediante la inclusión de grupos aparentemente típicos. Es decir, cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra.

River Garden Hotel + Suites es una empresa que realiza constantes reuniones para establecer mejoras que le permitan crecer al igual que un hotel de cadena internacional por lo que el tiempo de los colaboradores es bastante limitado para actividades extracurriculares que no se encuentre en cronograma de trabajo ya que la prioridad en la actualidad es obtener los resultados esperados tanto administrativos como de operación después de haber pasado una crisis de inseguridad en Enero 2024 que no se esperaba y que afectó al hotel y a la hotelería nacional.

Uno de los beneficios del muestreo por conveniencia es lograr contar con la disponibilidad de las personas que van a ser parte de la muestra del trabajo de investigación por lo que para este análisis se optó por aplicar esta técnica de muestreo por conveniencia para poder obtener respuestas de forma más precisa con acceso a las personas entrevistadas en el tiempo libre con el que cuentan cada uno de ellos para mejor obtención de resultados.

Así mismo el criterio establecido para la elección de los entrevistados fue de lograr obtener respuestas del personal administrativo ya sean jefaturas o segundos al mando en cada departamento que tienen años de experiencia en sus áreas respectivas y que han estado por un tiempo considerablemente extenso prestando sus servicios en el hotel ya que así ellos podrán brindar una respuesta más acertada y con el conocimiento de la causa de los temas a tratar para llevar a cabo el respectivo análisis para lo cual las personas que cumplieron con dicho criterio fueron 7 que permitirán un análisis objetivo.

### **Métodos empleados.**

El método empleado será el empírico que permitirá a través de entrevistas que se realizarán de forma presencial obtener los datos necesarios para comprender la evolución que ha tenido River Garden Hotel + Suites a lo largo de estos 3 años en el mercado hotelero de la ciudad de Guayaquil, así como realizar un respectivo análisis de todo lo que la empresa hotelera ha llevado a cabo para posicionarse en el mercado.

Hernán et al, (2020) Indica como a través de las entrevistas “El investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar la información que necesita, y así asegurar mejores respuestas, al aclarar preguntas o dudas, si hubiera una interpretación errónea”.

Las entrevistas serán de aproximadamente 10 a 15 minutos en las cuales se logrará conocer a través de respuesta de los entrevistados los puntos de vista respecto a las estrategias de marketing que se han implementado en el hotel y cómo cada una de ellas han aportado en el posicionamiento del hotel en un mercado competitivo, también se conocerá como las tendencias del mercado actual han influido de manera positiva en el hotel y los métodos y medios para posicionarse en el mercado.

Por otra parte también se realizarán preguntas que respondan cómo los factores externos que han sucedido en el país y el mundo han contribuido de manera negativa a un correcto aceleramiento del posicionamiento de un hotel pero que a su vez han impulsado tanto a los dueños como a los colaboradores a seguir creciendo y agregar más amor y fuerza en el trabajo desempeñado día a día

desde la parte operativa hasta la administrativa para obtener los objetivos esperados y brindar una mirada integral para el público del esfuerzo realizado en la búsqueda de ser cada día mejores aún frente a las vicisitudes del entorno.

## **Tercera Parte: Análisis de los resultados**

De acuerdo a las entrevistas realizadas se han logrado obtener los siguientes resultados de las preguntas que fueron hechas a algunos de los colaboradores de área administrativa de River Garden Hotel + Suites.

### **River Garden en términos precio - calidad**

Karem Yagual jefa del departamento contable nos indica que River Garden Hotel + Suites tiene una gran ventaja al ser un hotel nuevo y diferenciador ya que su infraestructura brinda un plus al público frente a la competencia con hoteles del mismo sector que ya son antiguos.

Por otra parte, del departamento comercial y persona con mayor antigüedad en el área de ventas del hotel Richard Montoya destaca que River Garden Hotel + Suites desde su apertura se ha consolidado como un hotel diferenciador en calidad de servicios versus precio. Así mismo menciona que actualmente por situación país y por análisis a los competidores directos se ha realizado un estudio de mercado para mantener un equilibrio sin afectar la satisfacción del cliente final, en habitaciones y/o alimentos & bebidas y proyectar una correcta relación del precio y calidad que se oferta.

Devin Romero coordinador de eventos del hotel con años de experiencia en la hotelería nacional y de haber trabajado para cadenas internaciones menciona que River Garden Hotel + Suites tiene una gran ventaja en términos relación precio – calidad ya que las tarifas del hotel no son tan altas como hoteles de cadena y su ubicación destaca ya que está cerca de los puntos turísticos, conociendo que la ciudad de Guayaquil tiene sus puntos de apogeo en las calles del malecón y sus alrededores que son sitios concurridos y de acceso gratuito complementa la oferta del hotel hacia sus clientes.

Por su parte la administradora de las suites Karem Zambrano menciona que River Garden Hotel + Suites reconoce la importancia de cada uno de los clientes en hospedaje tanto corporativo como tour and travel y en alimentos y bebidas ya sean clientes del restaurante, rooftop o salones de eventos, por ende, brinda un

servicio de calidad comprometido con el público objetivo y otorga todas las comodidades que se les puedan brindar para dejar constancia de su preocupación y dedicación a que se cumplan sus expectativas en términos de precio – calidad.

### **Estrategias de Marketing de River Garden Hotel + Suites**

Karem Yagual comparte su punto de vista respecto a las estrategias de marketing que han sido aplicadas para fomentar una mejor proyección del hotel indicando que falta que se explote por completo todas las particularidades que tiene el hotel como tal tanto por su ubicación, infraestructura y servicio en general.

Así mismo Marcos Loja como representante de recepción con su cargo de auditor nocturno del hotel donde verifica, detalla y audita los movimientos realizados durante el día, al preguntarle acerca de las estrategias de marketing que se han implementado en el hotel indica que se han aplicado estrategias muy acertadas pero comparte con Karem Yagual que aún no se ha explotado el 100% del hotel ya que aún existe un mercado en el cual no se ha incursionado para captar clientes que se podría realizar a través de banners publicitarios, diversas páginas webs y views no solo en redes sociales.

Respecto a las estrategias de marketing Richard indica que como actualmente River Garden Hotel + Suites cuenta con una nueva administración la cual, con el departamento de marketing y ventas, ha impulsado una campaña llamada “El resurgimiento de la marca” dándole un nuevo estilo de frescura con el fin de llegar a todo tipo de consumidor de acuerdo a la variedad de promociones. Esta nueva estrategia no ha afectado, más bien, ha hecho que la marca sea más conocida a nivel nacional e internacional.

Por otra parte, Devin destaca que la estrategia del hotel se basa específicamente en brindar una nueva perspectiva de la ciudad a sus clientes, es decir es uno de los pocos hoteles que de acuerdo a su ubicación geográfica pueden tener una vista 360 de la ciudad de Guayaquil, el Malecón 2000 la ciudad de Durán y la isla

Santay. También destaca que el enfoque de River Garden Hotel + Suites es transmitir la seguridad, la cercanía con los servicios y del área turística en la que se encuentra localizado.

### Figura 9: Publicación de la ciudad de Guayaquil en la cuenta de Instagram del hotel



Nota: Publicación donde River Garden Hotel + Suites destaca sus alrededores.

La coordinación de Talento Humano en este caso Denisse Hidalgo indica a que hay que crear un correcto marketing boca a boca donde se puedan resaltar los beneficios y experiencia de la empresa a los clientes potenciales en búsqueda de ganar – ganar, es decir el cliente en cuanto a su experiencia y la empresa en cuanto a reconocimiento y ganancias.

### Percepción de Guayaquil y River Garden Hotel + Suites ante el público.

Es de conocimiento general que la ciudad de Guayaquil ante la visión del mundo se ha proyectado lastimosamente como un lugar poco seguro para viajar siendo noticia en medios internacionales donde se han proyectado los actos delictivos y terroristas que han ocurrido en el país.



Figura 10: Noticia de la ciudad de Guayaquil en CNN Español



Para esto Karem Yagual menciona que la ubicación del hotel junto al beneficio de estar cerca de centros de reuniones de la presidencia de la república, municipio, prefectura del Guayas entre otros lugares ha influenciado a que el hotel se proyecte como un lugar seguro y dejando explotar los sitios turísticos de sus alrededores con mayor fuerza ya que al ser un lugar regenerado todo siempre está pulcro y no se vería como una zona peligrosa mostrando una mejor visión del lugar.

Así mismo Richard comparte con Karem que el hotel se ha visto beneficiado por convertirse en una pequeña zona militarizada por temas políticos, adicional la ronda de la policía de turismo y nacional hacen de River Garden Hotel + Suites un lugar seguro para los clientes, por encontrarse cerca de lugares turísticos como el museo del cacao y la nueva calle turística -gastronómica Panamá.

Richard enfatiza que la hotelería nacional se ha visto afectada ya que las reuniones corporativas volvieron a ser por zoom, bajando los viajes a Guayaquil por lo cual River Garden Hotel + Suites ha realizado promociones en habitaciones y alimentos & bebidas para solventar de cierta manera este impacto. Las medidas tomadas fue analizar bien los costos y gastos operativos,

teniendo un inventario más ajustado, análisis de presupuesto, renegociación de deudas con el fin de no afectar sueldos y salarios de los trabajadores y mantener la nómina resaltando la importancia que tiene la empresa hacia su cliente interno, es decir los colaboradores.

Así mismo el hotel ha implementado la socialización de un video de seguridad del hotel a las empresas y clientes para mostrar que se encuentra en una zona segura, que hay resguardo constante de la policía de turismo y policía nacional y por temas políticos en sus alrededores hay respaldo adicional de las fuerzas armadas y la agencia nacional de tránsito.

Devin responde acerca de la visión de la ciudad ante medios internacionales y su afectación a la hotelería destacando que la última acción para cambiar la perspectiva un poco negativa de un lugar inseguro ha sido en conjunto a la Ahotegu (Asociación Hotelera del Guayas) ha sido realizar un video donde participan todos los hoteles de la ciudad pertenecientes a la asociación para demostrar y garantizar que River Garden Hotel + Suites también se encuentra tomando medidas para hacer notar a la ciudad como el destino correcto es decir la satisfacción del huésped, seguridad de las empresas y retornos de inversión del hotel.

**Tabla 1: Listado de Hoteles pertenecientes a la Ahotegu**

Hilton Colón Guayaquil
Courtyard by Marriott
Grand Hotel Guayaquil
Holiday Inn
Oro Verde Guayaquil
Hotel del Parque
Radisson
Tryp By Wyndham
Hotel Palace
Castell Hotel

Hotel Puerto Pacifico
Sheraton Guayaquil
River Garden Hotel + Suites
Hotel Alexander
Unipark Hotel
Wyndham Garden
Ibis Styles
Wyndham Guayaquil

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, Denisse Hidalgo coordinadora de Talento Humano del hotel comparte muchos de los puntos de vista de los colaboradores donde resalta zona en la que está ubicado el hotel y el privilegio de contar con seguridad que resguarde a los huéspedes como público en general, al igual que Devin comparte que el video publicado en el mes de abril en las redes sociales de todos los hoteles participantes fue realizado como una nueva forma de mostrar lo agradable que tiene la ciudad de Guayaquil.

También destacan lo seguro que se ha logrado proyectar la ciudad y los hoteles de Guayaquil con el pasar del tiempo a pesar de las situaciones de inseguridad que golpearon de forma muy agresiva al sector turístico y hotelero recientemente en enero del 2024 en el atentado a un canal televisivo deteniendo el trabajo en la industria por el miedo a lo que pueda suceder en las calles y por la poca seguridad al movilizarse de un lugar a otro.

Principalmente llevando a las empresas de dicha industria a buscar nuevas formas de generar ingresos resaltando las ventajas que tiene cada una y cuan interesados están en ofrecer un producto y servicio que alivie las preocupaciones, los lleve a vivir gratas experiencias, y los haga sentir seguros en el lugar que se encuentran.

**Figura 11: Publicación video Guayaquil sigue su ritmo**



Nota: Publicidad realizada por todos los hoteles pertenecientes a la Ahotegu.

### **Covid-19 e inseguridad en el Ecuador y su afectación a River Garden Hotel + Suites.**

Karem Yagual al preguntarle acerca de la afectación que tuvo el hotel por el Covid-19 e inseguridad en el país menciona que el abrir sus puertas post pandemia y los incidentes de inseguridad más fuertes situados en enero 2024 afectaron pero no de gran magnitud como se lo hubiera esperado ya que primero el hotel al momento de su apertura no lo hizo con el 100% de su inventario para el público y segundo el trabajo realizado ha logrado tener una base que permita seguir manteniéndose en el mercado.

Por otra parte uno de los objetivos de una empresa es lograr posicionarse en la mente del consumidor a través de diferentes estrategias como programas de recompensas y por redes sociales para lo cual Karem señala que anteriormente el hotel contaba con un tipo de programa de fidelización para los clientes que ya había trabajado mucho tiempo con el hotel a los cuales se les brindaba como beneficios noches gratis de hospedaje lo cual funciono de buena manera sin embargo en el tema de redes sociales como lo es la cuenta de Instagram del hotel está pendiente realizar mayor publicidad de las ofertas para el público ya

que se requiere de una persona que se encuentre 100% en redes sociales para un mayor impacto.

### **Programas de fidelización y sus ventajas en la hotelería.**

Devin al igual que Richard que consideran cuán importante son los programas de fidelización e indica que el hotel no cuenta en la actualidad con un plan de fidelización, sin embargo, se está trabajando en el mismo. Lo que realizan normalmente con los clientes fieles es otorgar beneficios mediante análisis del departamento de mercadeo y ventas y con autorización de la gerencia.

Al preguntarle acerca de los programas de recompensas Marcos Loja menciona que efectivamente crear esa fidelización al entregarles beneficios únicos hace sentir importante a los clientes, partiendo que los hoteles pertenecen a la industria del servicio donde el público conoce de la calidad así como la calidez que se ofrece y al seguir transcurriendo el tiempo se vuelven más exigentes en cuanto a ello, ya los huéspedes no acuden o regresan a los hoteles únicamente por la infraestructura o tarifa más acercada a los presupuestos de las empresas sino que lo realizan por la experiencia que tuvieron en cuanto a servicio, destacando que el trato hacía ellos es primordial y decisivo.

### **Importancia de las redes sociales para fortalecer el posicionamiento de River Garden Hotel + Suites.**

Richard Montoya menciona que River Garden Hotel + Suites se ha contactado con talentos de pantalla, programa de variedades, influencers del medio y target que se necesita, esta es la estrategia usada actualmente. El cliente nacional e internacional ya conoce el hotel y se han incrementado las reservas en habitaciones, eventos & banquetes y alimentos & bebidas (restaurante y rooftop). Las redes sociales son muy importantes, y más aun con esta marca que está resurgiendo nuevamente.

Karem al igual que Devin mencionan la importancia de las redes sociales en el hotel es bastante fuerte y así mismo la empresa analiza ofertas de temporadas

que están subyugadas a una planificación estratégica las cuales se colocan en la red social principal del hotel que lo es Instagram, en la cual si se han aumentado las interacciones de forma interna con mensajes de mayor información de las promociones.

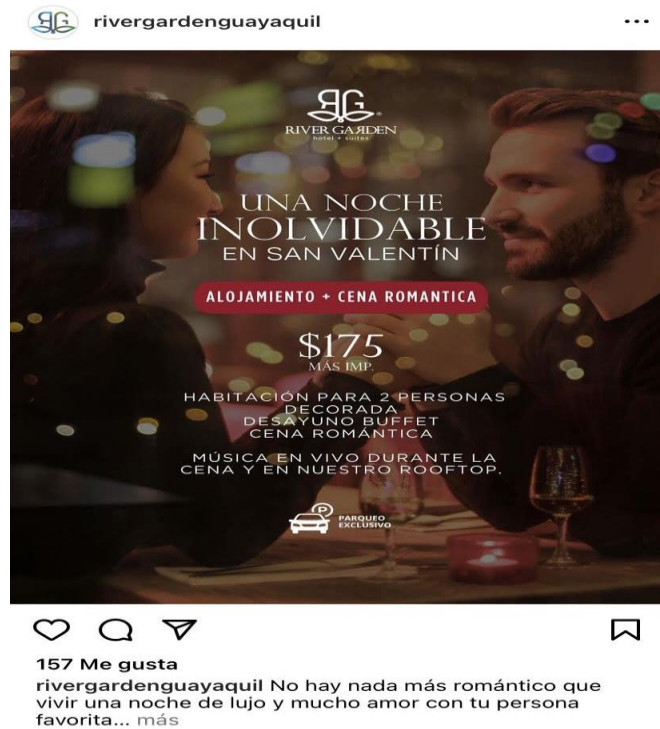
River Garden Hotel + Suites a pesar de no contar con una cuenta de Tik tok ha realizado negociaciones con influencers que han colocado en sus cuentas videos mostrando las instalaciones del hotel así como sus experiencias durante las estadías de ellos buscando atraer al cliente local que busca salir de la monotonía y que una empresa pueda brindarle un plan que no le exija salir de la ciudad o zona de confort con todo lo que buscan, así mismo el equipo del hotel se encarga de realizar publicaciones en Instagram por fechas especiales que se celebran en la ciudad y el mundo.

**Figura 12: Oferta colocada en la cuenta de Instagram del hotel**



Nota: Publicidad lanzada para día de reyes del 2024.

Figura 13: Promoción de hospedaje y cena en redes sociales



Nota: Publicidad lanzada para el 14 de Febrero del 2024.

Figura 14: Oferta de cena por San Valentín en la red social de Instagram



Nota: publicación de la oferta al público de cena buffet en el restaurante donde el engagement ha subido en relación a publicaciones anteriores.

Marcos Loja enfatiza el impacto positivo que ha tenido el hotel a través del tiempo ya que River Garden Hotel + Suites al no pertenecer a una cadena hotelera sus inicios fueron desarrollados con estrategias distintas a las que genera una cadena internacional donde no existió mayor fuerza en el posicionamiento del hotel en la mente de su público objetivo.

Así mismo destaca como su principal red social como lo es Instagram contando con 38,8 mil seguidores se ha convertido cada vez más en una cuenta que recibe constantes interacciones y menciona que existe mayor interés del público joven que cada vez realiza más consultas de las promociones como pool day y eventos especiales por las festividades.

**Figura 15: Perfil de Instagram de River Garden Hotel + Suites**



Nota: Total de 38,8 mil seguidores en la principal red social del Hotel.

Tiempo atrás al consultar al público en general si conocían o habían escuchado al respecto de River Garden Hotel más Suites sus respuestas en la mayoría de los casos eran negativas al tener desconocimiento de la marca como tal y del lugar, sin embargo se fue estableciendo de a poco en el mercado creando curiosidad en propios y extraños acerca del lugar con su rooftop, recepción, restaurante en un piso 18 y salones para eventos en un piso 19 que brindan la oportunidad a parte de vivir una experiencia diferente.



Así mismo como el público en general en la actualidad está en búsqueda de nuevos lugares para poder capturar momentos y fotos denominadas “instagrameables” River Garden Hotel + Suites se proyecta con un paisaje maravilloso de la ciudad de Guayaquil y al río Guayas brindándole al público lo que está en auge y así obteniendo mayor fuerza en redes sociales como lo es Instagram.

## Conclusiones

Cabe recalcar que la importancia de las estrategias de marketing radica en su capacidad para diferenciar y destacar un producto, servicio o marca en un mercado altamente competitivo. Estas estrategias no solo permiten a las empresas ocupar un lugar distintivo en la mente de los consumidores, sino que también contribuyen a aumentar su visibilidad, credibilidad y relevancia. Algo que River Garden hotel + Suites tiene claro es que debe ir evolucionando de acuerdo a la necesidad del cliente en búsqueda de su felicidad, por lo cual siempre está en constante análisis para crear nuevas estrategias como lanzamientos, eventos para festividades, promociones y demás formas de llegar al cliente que los beneficien tanto de forma económica como en su visibilidad.

Así mismo las estrategias implementadas tanto en redes sociales como internamente para el público corporativo que se han llevado a cabo hasta la actualidad han funcionado bastante bien, pero se llega a la conclusión que hace falta explotar al 100% el hotel y beneficios tanto en instalaciones como seguridad y servicio.

Por otra parte, las tendencias del mercado se basan en proyectar calidad, calidez y empatía con los clientes por lo que acciones como volver al hotel pet friendly o crear planes familiares que incluyan a personas de todas las edades han destacado en la hotelería nacional y así mismo es una tendencia que lleva a River Garden Hotel + Suites a consolidarse como empresa que oferta lo que el público desea en el momento oportuno.

También al identificar los métodos y medios para posicionarse en el mercado River Garden Hotel + Suites se destaca primero por la parte humana que ha llevado a la empresa a posicionarse en la mente de sus clientes, considerando que la experiencia abarca lo tangible como lo intangible siendo el segundo punto el de mayor fricción que permite a una compañía hotelera no solo llegar sino permanecer en la mirada de su público objetivo.

Para finalizar es importante mencionar el uso de las redes sociales para un correcto posicionamiento del hotel por lo cual River Garden Hotel + Suites se ha tomado mayor dedicación en su cuenta oficial de la red social de Instagram

donde se ha notado que cuentan con una cantidad bastante considerable de seguidores, así como reacciones a sus publicaciones. También realizan constantemente publicaciones por festividades cercanas que son de interés del público.

## Referencias y Bibliografía

Clarkent, M. (2020). Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/turismo/37-afectacion-socioeconomica-del-covid-19-al-sector-turistico-hotelero.pdf>

MINTUR. (2020). Ministerio de Turismo . Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/category/informate-sobre-covid-19/>

OMS. (2023). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19>

Toala, L. (2021). Análisis del nivel de satisfacción del cliente en relación a la calidad de servicio de un hotel situado en el centro de la ciudad de Guayaquil - Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229696>

Zapata, J. (2021). Estrategia de posicionamiento para hoteles basad en emotional branding. Obtenido de: <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/22459/TFG%20-%20Zapata%2c%20Julieta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guzmán, C. (2019). Diseño de un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2015 en el área de la producción de la empresa “Atabex S.R.L”. Obtenido de: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/23111/TES-1149.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, M. (2020). El uso y la importancia de las redes sociales en el sector hotelero desde la perspectiva de los responsables de su gestión. Obtenido de: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/109744/1/Investigaciones-Turisticas\\_20\\_03.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/109744/1/Investigaciones-Turisticas_20_03.pdf)

Guevara, G. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Obtenido de: <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>

Feria, H. (2020). La entrevista y la encuesta¿métodos o técnicas de indagación empírica?. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=7692391>

Hernandez, C. (2019) Introducción a los tipos de muestreo. Obtenido de: [https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:lul5aOT2pDUJ:scholar.google.com/+muestreo+por+conveniencia+&hl=es&as\\_sdt=0,5&as\\_ylo=2019&as\\_yhi=2023](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:lul5aOT2pDUJ:scholar.google.com/+muestreo+por+conveniencia+&hl=es&as_sdt=0,5&as_ylo=2019&as_yhi=2023)

Cnn Español. (2024) Testigo relata la angustia en Guayaquil tras irrupción de hombres armados en un canal de TV. Obtenido de: <https://cnnespanol.cnn.com/2024/01/09/testigo-angustia-guayaquil-hombres-armados-trax/>

Cnn Español. (2024) Un muerto y cuatro heridos tras nuevo amotinamiento de reclusos en una cárcel de Ecuador. Obtenido de:  
<https://cnnespanol.cnn.com/2024/03/28/nuevo-amotinamiento-reclusos-controlado-carcel-ecuador-orix/>

## **Anexos**

### **Cuestionario para entrevistas de los colaboradores de River Garden Hotel + Suites**

1. ¿Cómo cree que River Garden Hotel + Suites se ha destacado en términos de precio y calidad en comparación con otros hoteles, tanto a nivel nacional como internacional?
2. ¿Qué opinión tiene sobre las estrategias de marketing que ha implementado River Garden Hotel + Suites para establecerse como una marca nueva y nacional? ¿Cómo creen que estas estrategias han afectado la percepción del público sobre el hotel?
3. Teniendo en cuenta que Guayaquil ante los medios internacionales es considerada una ciudad peligrosa ¿De qué manera cree que la ubicación estratégica, segura y turística de River Garden Hotel + Suites, junto con sus vistas panorámicas de la ciudad, han influenciado la percepción de Guayaquil para los visitantes nacionales e internacionales?
4. ¿Cómo ha enfrentado River Garden Hotel + Suites el desafío de abrir sus puertas durante la pandemia, considerando el impacto económico a nivel local e internacional? ¿Qué ajustes han hecho en sus estrategias de posicionamiento y marketing debido a esta situación?
5. ¿Cómo han impactado los incidentes de inseguridad en Guayaquil, especialmente los ocurridos en enero de 2024, en la reputación y posicionamiento de River Garden Hotel + Suites y en la industria hotelera nacional? ¿Qué medidas ha tomado el hotel para abordar estas preocupaciones de seguridad?
6. ¿Cuál ha sido el efecto de las colaboraciones con influencers en redes sociales como TikTok e Instagram en la visibilidad y posicionamiento de River Garden Hotel + Suites entre su público objetivo? ¿Han notado un aumento en la demanda o en la percepción de la marca como resultado de estas colaboraciones?
7. Considerando la efectividad de los programas de recompensas para la fidelización de clientes en la industria hotelera, ¿cómo podrían implementarse estos programas en River Garden Hotel + Suites para mejorar su reconocimiento y posicionamiento en el mercado?
8. ¿Qué estrategias específicas ha utilizado River Garden Hotel + Suites en su perfil de Instagram para conectar con su público objetivo y fortalecer su posicionamiento en el mercado hotelero de Guayaquil, dada la importancia de las redes sociales en la construcción de una marca?