



PROYECTO FINAL MARKETING Y PUBLICIDAD

31/09/2024



Noelia Mayor Bourquin

Empresa: AR Hotels & Resorts

Responsable de la empresa en prácticas: Isabel Alonso

Tutor del trabajo: Nuria Garcia Pascual

Tabla de contenido

.....	0
1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
1.1 - ACTIVIDAD DE LA EMPRESA Y UBICACIÓN DEL SECTOR.....	6
1.2 - ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL DEL SECTOR.....	7
1.3 - MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	11
1.4 - LA CULTURA DE LA EMPRESA.....	12
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECIFICO.....	14
2.1 ANÁLISIS PESTEL.....	14
2.2 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	15
2.3 ANÁLISIS DAFO – CAME.....	17
3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	20
3.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA E IDENTIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	20
3.2 PROCEDIMIENTO DE TRABAJO. MÉTODOS Y SISTEMAS DE TRABAJO.....	24
4. PLAN DE MARKETING.....	25
4.1 SEGMENTACIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO.....	25
4.2 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	26
4.3 HERRAMIENTAS DE MARKETING OPERATIVO.....	27
4.4 LA RELACIÓN CON EL CLIENTE.....	31
4.5 LA DISTRIBUCIÓN EN EL MERCADO LOCAL E INTERNACIONAL.....	31
5. PRESENCIA ONLINE DE AR HOTELS & RESORTS DE CALPE: ANÁLISIS, MEJORA Y PROPUESTA.....	32
5.1 ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA PRESENCIA ONLINE ACTUAL.....	32
5.2 PLAN DE MEJORA ONLINE.....	33
5.3 PROPUESTA DE NUEVO LOGO.....	34
5.4 PLAN PARA GANAR PRESENCIA EN REDES SOCIALES INTRODUCCION.....	35
5.4 PROPUESTA DE MEJORA - PLAN DE MEJORA.....	38
6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.....	41
6.1 OBJETIVOS DEL PUESTO.....	41
6.2 DESCRIPCIÓN DE TAREAS.....	41
6.3 RELACIONES.....	42
6.4 DISPONIBILIDAD.....	42
6.5 DOCUMENTACIÓN.....	42
6.6 AMBIENTE.....	43
6.7 RIESGOS.....	43
6.8 DEDICACIÓN.....	43
6.9 INTEGRACIÓN.....	43
7. CONCLUSIÓN.....	44



BIBLIOGRAFÍA: 46

Resumen del TFC

Mi trabajo final de curso (TFC) en el grado superior de marketing se centra en las prácticas que estoy realizando en una cadena de hoteles denominada AR Hotels, donde me estoy desarrollando como responsable del contenido en redes y edición del contenido. Durante este periodo, estoy aplicando estrategias de marketing digital específicas para la industria hotelera, hostelería e inmobiliaria gestionando el contenido en las redes sociales del hotel y demás creando material promocional y campañas.

Esta experiencia me está permitiendo desarrollar habilidades prácticas en la creación y edición de contenido visual, así como comprender la importancia de la comunicación efectiva en el entorno digital para promover los servicios del hotel y mejorar la experiencia del cliente.

En este trabajo contemplaré lo que estoy realizando día a día y contenidos internos y externos de la empresa.

Palabras clave

1. Gestión de contenido en redes sociales / branding digital
2. Edición de material promocional
3. Creatividad
4. Estrategias de comunicación online
5. Aprendizaje



Índice de ilustraciones

Ilustración 1- Hotel Diamante.....	6
Ilustración 2- Organigrama	20
Ilustración 3- Colaboación Influencer	28
Ilustración 4- Feria Calpe.....	29
Ilustración 5 - Evento	30
Ilustración 6 - Logo acual AR.....	34
Ilustración 7- Propuesta Logo.....	34

Introducción

Mi interés en realizar prácticas de marketing en un hotel surge de la combinación del gusto que tengo por la industria hotelera y de haberme criado junto a ella en Benidorm y el entusiasmo por el mundo del marketing. El dinamismo y la variedad que ofrece este sector, junto con la oportunidad de interactuar con personas de todo tipo, me motivan a explorar las diversas áreas del marketing hotelero y adquirir experiencia práctica en un entorno real.

Objetivos: A través de estas prácticas, pretendo sumergirme en el funcionamiento del departamento de marketing de un hotel, comprendiendo las estrategias y tácticas que se implementan para atraer clientes, fidelizarlos y aumentar la rentabilidad del negocio. Aspiro a desarrollar habilidades valiosas en diversas áreas, como:

- Marketing digital: Creación y gestión de campañas en redes sociales, optimización del sitio web, email marketing, herramientas de marketing online.
- Marketing de contenidos: Redacción de textos atractivos para diferentes plataformas como Instagram o LinkedIn, creación de material visual y desarrollo de estrategias de contenido para diversos públicos objetivos.
- Marketing de marca: Fortalecimiento de la identidad de marca del hotel, gestión de opiniones y valoraciones en Google y diversas páginas y desarrollo de estrategias de comunicación efectivas.

Al finalizar las prácticas, espero haber adquirido una sólida base de conocimientos y habilidades en “marketing dirigido al sector hotelero”, así como experiencia práctica en la implementación de estrategias y campañas. Aspiro a establecer relaciones profesionales valiosas dentro del sector y obtener recomendaciones positivas que me permitan avanzar en tu carrera profesional en el ámbito del marketing turístico.

1. Antecedentes y contextualización de la empresa

1.1 - Actividad de la empresa y ubicación del sector

AR Hotels & Resorts nace como un grupo empresarial familiar muy ligado a la población de Calpe. Desde hace más de cuarenta años. Les apasiona compartir el mediterráneo con todos nuestros huéspedes.

La empresa en la que estoy realizando las prácticas denominadas “AR Hotels & Resorts” es una cadena hotelera española con sede en Calpe, Alicante. Fundada en 1986, la compañía opera más de 30 hoteles en España, principalmente en la Costa Blanca y las Islas Baleares. AR Hotels se especializa en hoteles de 3 y 4 estrellas que ofrecen una experiencia vacacional completa para familias, ciclistas, parejas y viajeros de negocios.

Ubicación: AR Diamante Beach & Spa Hotel - Ubicado en la Avenida Juan Carlos I, 48, (Calpe) este hotel de 4 estrellas superior se encuentra a 200 metros de la playa de Levante y ofrece 3 piscinas al aire libre, un spa y un restaurante inspirado en Audrey Hepburn con estrella Michelin.

En el hotel Diamante, se realizan las operaciones más importantes y esenciales, aquí se encuentran cada uno de los departamentos más importantes de la empresa y donde se implantan las decisiones más importantes.



Ilustración 1- Hotel Diamante

Esta foto es la fachada de la estructura del hotel, en el cual realizo las prácticas y donde se ubican las oficinas centrales. Es la foto oficial de la web.

1.2 - Estructura y organización empresarial del sector

Estructura: AR Hotels & Resorts cuenta con una estructura organizativa jerárquica y funcional, “típica” de las grandes cadenas hoteleras. La dirección general de la empresa se encuentra en Calpe, Alicante, y desde allí se supervisan las operaciones de todos los hoteles del grupo.

Principales departamentos:

- Dirección General: Encabezada por el CEO Rocco Ascolese, este departamento es responsable de definir la estrategia global de la empresa, tomar decisiones de alto nivel y supervisar el desempeño general de la cadena.
- Departamento de Operaciones: Este departamento es responsable de la gestión diaria de los hoteles, incluyendo la supervisión del personal, el mantenimiento de las instalaciones, la gestión de la recepción y la restauración.
- Departamento de Marketing y Ventas: Encabezado por dos directivos diferentes uno de ellos llamado Joan Llacer más enfocado a campañas, la captación de clientes y modificaciones en web, y la otra parte del marketing direccionada por Isabel Alonso se enfoca más en la responsabilidad de la correcta edición, diseño del contenido de las campañas y redes utilizando los formatos correctos.
- Departamento de Recursos Humanos: Este departamento es responsable de la selección, contratación, realización de nóminas, formación y gestión del personal de la empresa.
- Departamento de Finanzas: Encabezado por el Director Financiero Isaac Vidal, este departamento es responsable de la gestión financiera de la empresa, incluyendo la contabilidad, la tesorería, la planificación financiera y el control de costes.
- Departamento de Legal / Calidad: Liderado por la Directora Legal Carolina Mongue, este departamento es responsable de asesorar a la empresa en materia legal, gestionar los contratos y acuerdos, y representar a la empresa en caso de “problemas”.

Organización por hoteles:

Cada hotel de AR Hotels cuenta con su propio equipo directivo, responsable de la gestión diaria del hotel. El equipo directivo del hotel está formado por:

- Director de Hotel: Responsable de la gestión general del hotel, incluyendo la supervisión de todos los departamentos, la implementación de la estrategia del hotel y la consecución de los objetivos operativos y financieros.
- Jefe de Recepción: Responsable de la gestión de la recepción, incluyendo el registro de entrada y salida de los huéspedes, la atención al cliente y la gestión de las reservas.
- Jefe de Mantenimiento: Responsable del mantenimiento de las instalaciones del hotel, incluyendo las habitaciones, las áreas comunes y las zonas exteriores.
- Jefe de Cocina: Responsable de la gestión del restaurante del hotel, incluyendo la elaboración de los menús, la supervisión del personal de cocina y la atención al cliente.
- Jefe de Animación: Responsable de la organización de actividades de ocio y entretenimiento para los huéspedes del hotel.

Análisis de los competidores:

Para realizar un análisis completo de la competencia, es necesario considerar a los principales actores que operan en el mismo segmento de mercado que AR Hotels & Resorts.

Entre los competidores más relevantes se encuentran:

- Hoteles Meliá
- Iberostar Hotels & Resorts
- Riu Hotels & Resorts
- NH Hotel Group
- Barceló Hotel Group

Análisis competitivo:

Para evaluar la posición competitiva de AR Hotels & Resorts, es necesario realizar un análisis de los siguientes factores:

- **Producto:** Características de los hoteles, incluyendo ubicación, instalaciones, servicios y experiencias ofrecidas.
- **Precio:** Estrategias de precios, incluyendo tarifas base, promociones y ofertas especiales.
- **Distribución:** Canales de distribución utilizados para la venta de habitaciones, como el sitio web propio, agencias de viajes y plataformas online.
- **Marketing y ventas:** Estrategias de marketing y ventas para atraer clientes, incluyendo publicidad, marketing digital y relaciones públicas.
- **Servicio al cliente:** Nivel de servicio al cliente ofrecido, incluyendo atención al cliente, gestión de quejas y resolución de problemas.
- **Reputación:** Imagen de marca y percepción de los clientes hacia la cadena hotelera.

A partir del análisis competitivo, es posible identificar las fortalezas y debilidades de AR Hotels & Resorts en comparación con sus competidores.

Algunas de las **fortalezas** potenciales de AR Hotels & Resorts incluyen:

Fuerte presencia en España: AR Hotels & Resorts tiene una fuerte presencia en España, uno de los principales destinos turísticos del mundo.

Amplia gama de hoteles: La empresa ofrece una amplia gama de hoteles para satisfacer las necesidades de diferentes tipos de clientes.

Experiencia en el segmento familiar/ciclista: AR Hotels & Resorts tiene una amplia experiencia en el segmento familiar, lo que le permite ofrecer experiencias personalizadas para este tipo de público. Además, cuenta con varios convenios de grupos de ciclistas los cuales se hospedan en el hotel.

Compromiso con la sostenibilidad: La empresa está comprometida con la sostenibilidad, lo que la convierte en una opción atractiva para clientes que buscan experiencias ecológicas.

También puede enfrentar algunas **debilidades** en comparación con sus competidores, como:

Menor presencia internacional: La presencia internacional de AR Hotels & Resorts es menor que la de algunos de sus principales competidores.

Menor inversión en marketing: La inversión en marketing de AR Hotels & Resorts puede ser menor que la de algunos de sus competidores.

Menor reconocimiento de marca: El reconocimiento de marca de AR Hotels & Resorts puede ser menor que el de algunos de sus competidores.

Estrategias para mejorar la competitividad:

En base al análisis competitivo, AR Hotels & Resorts puede implementar las siguientes estrategias para mejorar su competitividad:

Expandir la presencia internacional: La empresa podría considerar expandir su presencia a nuevos mercados internacionales, especialmente en aquellos con un alto potencial de crecimiento turístico como por ejemplo Madrid, Valencia, Barcelona...

1.3 - Misión, visión y valores

Misión

La misión va más allá de la simple satisfacción del cliente, buscan crear experiencias memorables que emocionen, inspiren y dejen una huella imborrable en cada persona que les visita. El objetivo es convertirse en el escenario perfecto para que los huéspedes del hotel vivan momentos únicos, compartan historias inolvidables y anhelan repetir la experiencia.

Aspiran a establecer conexiones con los clientes, comprendiendo sus necesidades y deseos más profundos. Se esfuerzan por ser más que un hotel, convertirse en trabajadores que se preocupan por cada detalle y brindan un servicio personalizado que excede las expectativas.

Quieren contribuir al bienestar de los huéspedes, ofreciéndoles un entorno que promueva el descanso, la relajación y la conexión con uno mismo y con el entorno que les rodea.

Visión

La visión que tienen es posicionarse como líder en la industria hotelera, reconocerse por su excelencia en el servicio, la innovación y la creación de experiencias únicas para sus clientes. Aspiran a ser un referente en el sector.

La clave del éxito reside en el equipo humano de la empresa. Valoran el talento y la dedicación de los empleados, brindándoles oportunidades de crecimiento profesional y personal en un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Son conscientes del impacto que tiene en el medio ambiente y asumen la responsabilidad de operar de manera sostenible. Implementan prácticas ecoeficientes.

Valores

Los valores de la empresa de AR Hotels está más enfocado a los aspectos de las personas que les caracterizan por su amabilidad, empatía, cercanía, proactividad, respeto mutuo, cooperación mutua, desarrollo sostenible, orientación a resultados.

1.4 - La cultura de la empresa

Tiene como objetivo establecer las pautas para la aplicación correcta de la identidad e imagen corporativa de AR Hotels & Resorts. La coherencia en la comunicación visual de la marca es fundamental para fortalecer su posicionamiento en el mercado y transmitir de manera efectiva sus valores y atributos.

Política Social y de Empleo - Cuentan con diversos programas de apoyo a los empleados y sus familias, reconocimiento del empleado y acción solidaria.

Actualmente en AR Hotels & Resorts cuentan con una plantilla media de 184 trabajadores (98 mujeres y 86 hombres), siendo empleados de más de 20 nacionalidades diferentes.

También desde el departamento de Recursos Humanos se firman acuerdos de colaboración con distintos centros formativos y la posibilidad de realizar prácticas a estudiantes recién titulados o a punto de graduarse.


Sociedad y Cultura - Están comprometidos con el desarrollo social, cultural y humano de la comunidad en la que desempeñamos nuestra actividad. La cooperación con agentes y entidades sociales y el fomento de las artes y la cultura son puntales de actuación prioritario

Medioambiente - La protección del Medioambiente es uno de los principios básicos de actuación, siendo el objetivo involucrar al personal, a sus proveedores y a los clientes.

Vida saludable - Apuestan por una alimentación variada y saludable, ofreciendo frutas y verduras frescas y reduciendo los platos fritos o ultraprocesados.

Consumo responsable - Cuidan cada gota y vatio. Su compromiso con el consumo responsable de agua y electricidad nos impulsa a implementar prácticas sostenibles y campañas de concienciación

Se orientan en cumplir los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y en conseguir que las diferentes auditorías externas certifiquen el compromiso de AR Hotels & Resorts con la igualdad, el planeta y la prosperidad.



Logotipo: El logotipo de AR Hotels & Resorts es un elemento clave de su identidad visual. Está compuesto por las iniciales "AR" enlazadas, formando una figura dinámica y moderna. El color azul marino representa la confianza, la seguridad y la profesionalidad, mientras que el negro indica la seriedad.

Tipografía: La tipografía oficial de AR Hotels & Resorts es la "Arial", una fuente sans-serif legible y versátil que se adapta a diferentes aplicaciones. Para títulos y encabezados, se recomienda utilizar la fuente "Arial Black", una versión más rotunda y llamativa.

Colores: La paleta de colores de AR Hotels & Resorts está basada en el azul marino y el blanco. Estos colores se pueden utilizar en diferentes combinaciones para crear una identidad visual atractiva y coherente.

2. Análisis del Entorno General y Especifico

2.1 Análisis PESTEL

- **POLÍTICO:** Estabilidad política en España y en la Unión Europea esto ayuda a que se fomente el turismo en España. Políticas turísticas favorables que fomenten el turismo en la Costa Blanca.
- **ECONÓMICO:** Las políticas fiscales en España son relativamente competitivas, lo que puede atraer a inversores extranjeros además el PIB de España ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, lo que ha impulsado la demanda de viajes y turismo. Crecimiento económico en España y los principales mercados emisores de turismo. Tipo de cambio entre el euro y las principales divisas extranjeras.
- **SOCIAL:** Envejecimiento de la población en los principales mercados de turistas, esto enfoca al público objetivo. Tendencias del mercado turístico, como la demanda de experiencias personalizadas y sostenibles.
- **TECNOLÓGICO:** Desarrollan nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico (reservas online, marketing digital, etc.). Otro factor es el crecimiento del uso de las redes sociales por parte de los turistas. Desarrollo de nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico, como la inteligencia artificial y la realidad virtual.
- **ECOLÓGICO:** Mayor conciencia medioambiental entre los consumidores aplicado al hotel, materiales y comidas, otro factor es el cambio climático y sus efectos en el medio ambiente (aumento de las temperaturas)
- **LEGAL:** La legislación turística en España es favorable al desarrollo de la industria hotelera. Regulaciones sobre protección de datos, privacidad y seguridad online.

2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Consiste en poder visualizar el análisis actual de nuestra competencia y medir la rentabilidad de una industria hotelera.

1. Poder de negociación de los proveedores: BAJA

- AR Hotels & Resorts tiene un gran poder de negociación con sus proveedores debido a su tamaño como empresa y volumen de compras.
- Algunos proveedores, como los mayoristas de alimentos y bebidas, podrían tener cierto poder de negociación, pero AR Hotels & Resorts puede buscar alternativas si es necesario.

2. Poder de negociación de los clientes: BAJA

- Los clientes individuales tienen un poder de negociación relativamente bajo, pero los grupos de clientes, como las agencias de viajes, pueden tener un mayor poder de negociación.
- Sensibilidad al precio: Los clientes son sensibles al precio, especialmente en temporada baja, lo que da a los clientes cierto poder de negociación.

3. Amenaza de nuevos entrantes: BAJA

- Alta: Las barreras de entrada en la industria hotelera son altas debido a los altos costos de inversión en infraestructura, la necesidad de obtener licencias y permisos, y la fuerte competencia existente en la Costa Blanca.
- Diferenciación de producto: Los hoteles de AR Hotels & Resorts están diferenciados por su ubicación, servicios y marca, lo que dificulta la entrada de nuevos competidores.
- Acceso a canales de distribución: AR Hotels & Resorts tiene un buen acceso a canales de distribución, como agencias de viajes y sitios web de reservas, lo que dificulta que los nuevos competidores lleguen a los clientes.

4. Amenaza de productos sustitutos: MEDIA

- Los productos sustitutos, como los alojamientos Airbnb o los campamentos, no son una amenaza directa para los hoteles de AR Hotels & Resorts, ya que ofrecen una experiencia diferente.
- Calidad de los productos sustitutos: Los productos sustitutos no son de la misma calidad que los hoteles de AR Hotels & Resorts, lo que da a la empresa una ventaja competitiva.
- Precio de los productos sustitutos: Los productos sustitutos pueden ser más baratos que los hoteles de AR Hotels & Resorts, pero no ofrecen el mismo nivel de servicio o comodidad.


5. Rivalidad entre los competidores existentes: ALTA

- La competencia en la industria hotelera es intensa, con muchos hoteles compitiendo por los mismos clientes y más por Calpe y la Comunidad Valenciana que el principal sector es el turismo.
- Crecimiento de la industria: La industria hotelera está creciendo, lo que ofrece oportunidades para que los hoteles existentes aumenten sus ingresos y cuota de mercado.
- Barreras de salida: Las barreras de salida en la industria hotelera son altas debido a los altos costos de inversión en infraestructura y la dificultad de vender hoteles.

2.3 Análisis DAFO – CAME

El análisis **DAFO** es la técnica que utilizamos para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas, a fin de desarrollar un plan estratégico para la empresa.

- Debilidades
 - Alta rotación del personal
 - Dependencia del mercado Español
 - Necesidad de inversión o renovación de las instalaciones
- Amenazas:
 - Inestabilidad política o económica.
 - Crisis económicas en los principales mercados emisores de turistas.
 - Desastres naturales. (por ejemplo: las sequías del lago de Calpe, el principal parque natural de Calpe)
 - Competencia de otras empresas hoteleras.
 - Cambios en los hábitos de consumo de los turistas
- Fortalezas:
 - Posición de liderazgo en el mercado: AR Hotels de Calpe es una de las empresas hoteleras más importantes de la Costa Blanca, con una amplia presencia en Calpe y sus alrededores.
- Oportunidades:
 - Crecimiento del turismo en la Costa Blanca.
 - Desarrollo de nuevos segmentos de mercado (turismo familiar, de aventura, etc.).
 - Implementación de nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.
 - Expansión internacional de la empresa



El análisis **CAME** busca afrontar las amenazas externas y eliminar o disminuir las debilidades internas de la empresa. Con ello se pretende contener los perjuicios de una situación hostil hasta que podamos encauzarla.

Corregir:

Alta dependencia del mercado español: Diversificar la cartera de clientes en mercados internacionales, especialmente en Europa.

Demanda: Implementar estrategias de marketing y promoción para atraer clientes durante la temporada baja, como ofertas especiales y paquetes turísticos.

Necesidad de inversión en renovación de instalaciones y tecnología: Desarrollar un plan de inversión continuo para renovar las instalaciones y actualizar la tecnología de los hoteles, priorizando aquellos con mayor necesidad.

Afrontar:

Competencia intensa en el sector hotelero: Diferenciar la oferta de AR Hotels & Resorts a través de experiencias únicas y personalizadas, enfocándose en nichos de mercado específicos.

Impacto potencial de las crisis económicas y geopolíticas: Implementar medidas de flexibilidad en las tarifas y condiciones de reserva para adaptarse a las fluctuaciones del mercado.

Cambios en las preferencias de los viajeros: Monitorear las tendencias del mercado y adaptar la oferta de productos y servicios a las nuevas necesidades y expectativas de los clientes.



Mantener:

Sólida marca y reputación: Continuar invirtiendo en marketing y publicidad para fortalecer la presencia de marca y reforzar la reputación positiva de AR Hotels & Resorts.

Alto nivel de calidad y atención al cliente: Mantener los altos estándares de calidad en los servicios y la atención al cliente, fomentando la capacitación continua del personal y la cultura de excelencia.

Compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente: Implementar prácticas sostenibles en la gestión de los hoteles, reducir el impacto ambiental y promover el desarrollo sostenible en los destinos turísticos.

Explotar:

Amplia oferta de hoteles y resorts en destinos turísticos de alta demanda: Aprovechar la amplia red de hoteles en destinos populares para desarrollar estrategias de venta cruzada y paquetes turísticos que combinen diferentes experiencias.

Experiencia en la gestión de hoteles y resorts todo incluido: Fortalecer el posicionamiento en el segmento de hoteles todo incluido, ofreciendo paquetes completos y experiencias personalizadas a familias y grupos de amigos.

Fuerte presencia en el canal online: Optimizar los canales de venta online, mejorar la experiencia de usuario en la web y redes sociales, e implementar estrategias de marketing digital efectivas.

3. Plan de Recursos Humanos

3.1 Organigrama de la empresa e identificación de las funciones de los puestos de trabajo

Altos cargos (Generales)

- **Giorgio Ascolese**: director general de todo el grupo AR

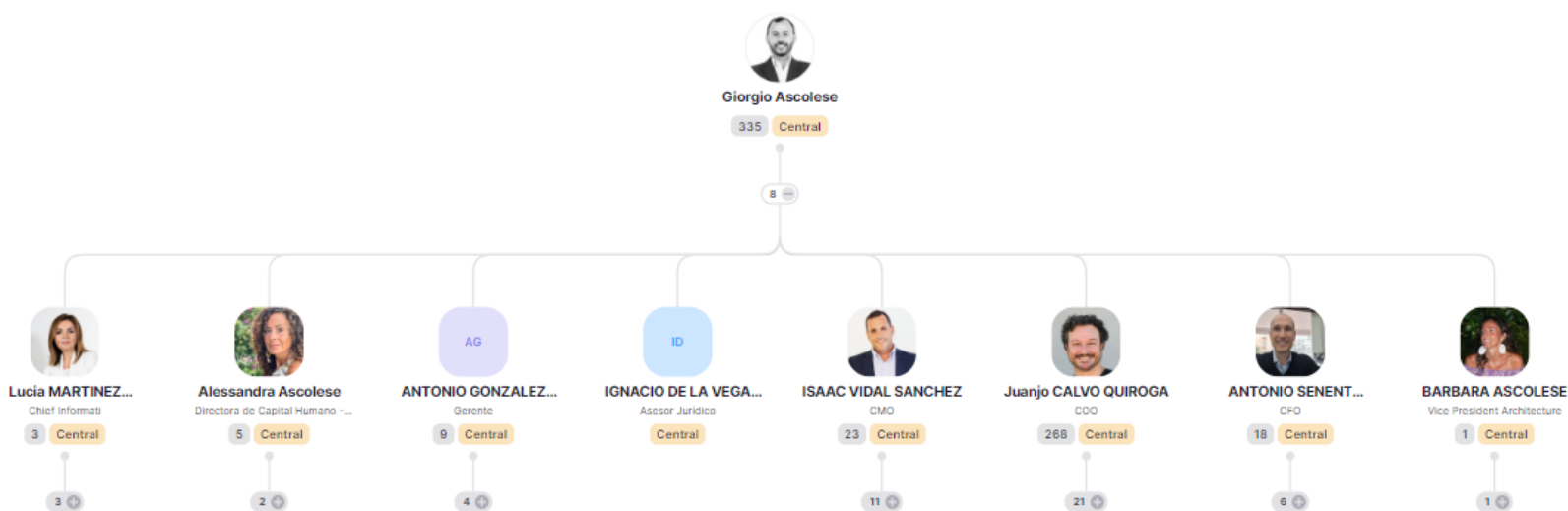
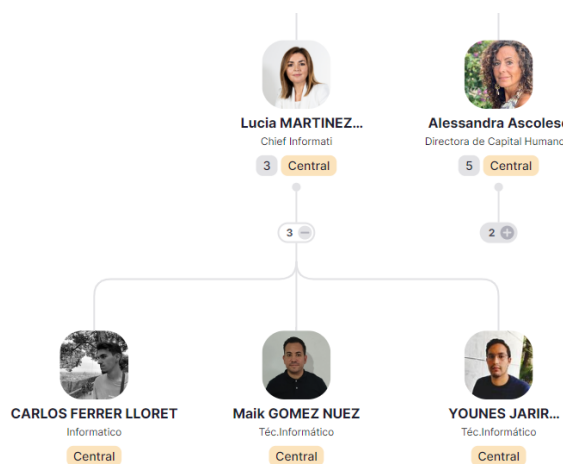
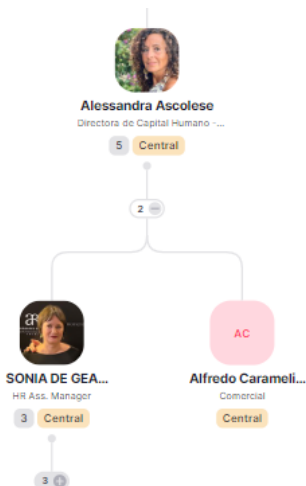


Ilustración 2- Organigrama

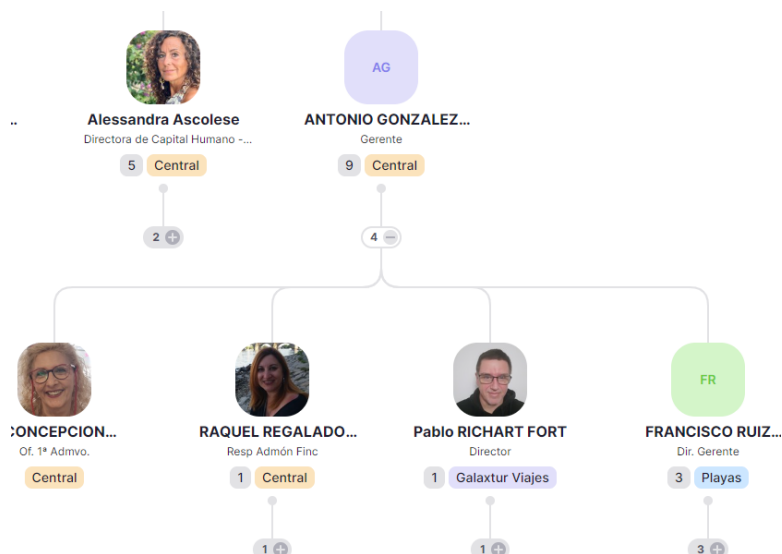
Lucia Martínez: Chief Informativa, el encargado de todo lo relacionado con la tecnología dentro de una empresa.



Alessandra Ascolese: Directora de capital humano, también conocida como Directora de Recursos Humanos (RRHH), es la responsable de gestionar todos los aspectos relacionados con el personal dentro de una empresa.



Antonio Gonzalez: Gerente, es el responsable del funcionamiento general y la rentabilidad de un hotel. Es un puesto de alta dirección que requiere una amplia experiencia en la industria hotelera, sólidas habilidades de liderazgo y gestión, y una profunda comprensión de las necesidades de los huéspedes

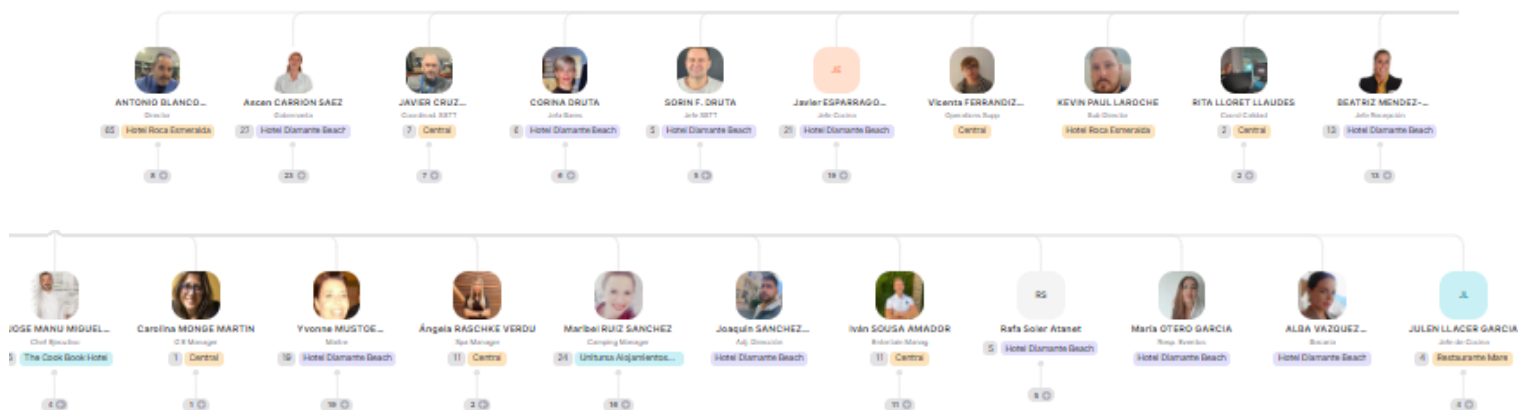


Ignacio de la Vega: Asesor Jurídico, su función principal es evaluar situaciones jurídicas, analizar normativas y ofrecer soluciones legales adaptadas a las necesidades de sus clientes.

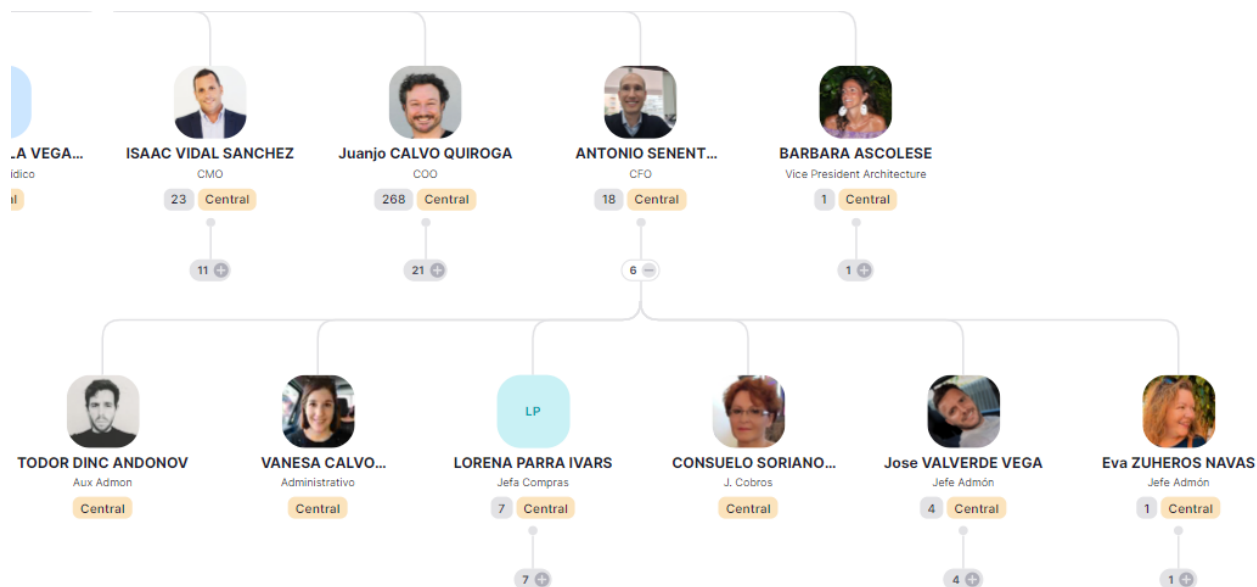
Isaac Vidal: CMO (Chief Marketing Officer), es un alto ejecutivo de una empresa responsable de liderar y supervisar todas las actividades de marketing. Es un puesto clave para el crecimiento y la rentabilidad de la organización.



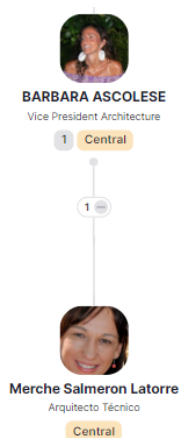
Juanjo Calvo Quiroga: COO (Chief Operating Officer), es un alto ejecutivo de una empresa que se encarga de la supervisión y gestión de las operaciones diarias del negocio. Es el segundo al mando de la compañía, reportando generalmente al CEO (Director Ejecutivo).



Antonio Senent: CFO (Chief Financial Officer), es responsable de supervisar y gestionar todas las actividades financieras de la organización.



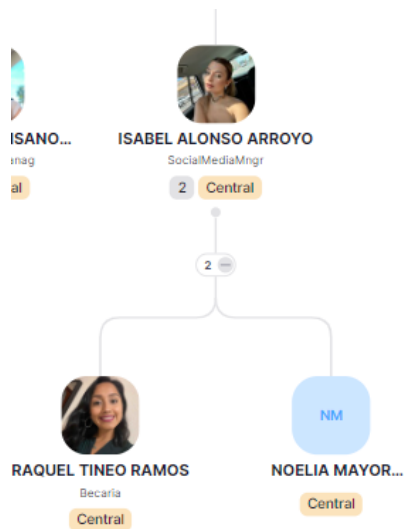
Barbara Ascolese: Vicepresidenta de arquitectura, juega un papel crucial en la planificación, diseño, desarrollo y gestión de las propiedades hoteleras del grupo. Es un puesto de alta dirección que requiere una amplia experiencia en arquitectura, ingeniería y gestión de proyectos, así como una profunda comprensión de la industria hotelera.



¿Dónde estoy ubicada?

Enfocado desde el organigrama pertenezco a la rama de “ Chief Marketing Officer”. Isaac Vidal es nuestro director de esta rama.

Mi compañera Isabel Alonso es la encargada de “Manager en Redes Sociales de la empresa” (supervisora de mis prácticas)



3.2 Procedimiento de trabajo. Métodos y sistemas de trabajo

Normalmente Isaac (Chief Marketing Officer) ,nos hace peticiones de ideas de campañas, proyectos o presentaciones que necesitan modificaciones físicas o extender ramas. Como por ejemplo; descripciones sobre la empresa, puntos positivos o negativos, mejora de imágenes o diseño visual.

Las tareas se las solicita a Isabel (Social Media Manager) y ella se encarga de darnos el trabajo concreto y organizarlo a mí y a mi otra compañera de prácticas, gracias a una serie de pautas y guías con las que debemos guiarnos y proceder a los cambios o diseños nuevos a las redes, todos deben seguir un reglamento y una serie de pautas a la hora del diseño las cuales se encuentran todas resumidas en una misma presentación con ejemplos realizados anteriormente para guiarnos.

4. Plan de Marketing

4.1 Segmentación y público objetivo

AR Hotels Calpe se encuentra en una ubicación privilegiada: Calpe, Costa Blanca, España. Esto permite segmentar el mercado turístico y definir a su público objetivo teniendo en cuenta diversas características. Aquí presento un desglose aproximado: Segmentación

- Demográfica:
 - Edad: Parejas y familias principalmente entre 30 y 65 años. También un segmento de jubilados activos como los del IMSERSO que mayoritariamente acuden a la Costa Blanca.
 - Ingresos: Nivel adquisitivo medio-alto.

- Geográfica:
 - Mercado nacional: El mercado nacional suele venir de Madrid, Galicia, Barcelona y País Vasco
 - Mercados internacionales: Europa del Norte (Reino Unido, Alemania, Países Bajos, países nórdicos)

- Estilos de vida: Suelen ser clientes que buscan experiencias de viaje de calidad que combinen descanso, actividades recreativas y culturales.
 - Ocio y relax en playa.
 - Turismo cultural y gastronómico.
 - Actividades deportivas: ciclismo, senderismo, deportes acuáticos.

Público Objetivo:

- Familias: Buscan hoteles que ofrezcan instalaciones y servicios adecuados para niños, como piscinas para niños y actividades familiares.
- Amantes de la playa: Buscan hoteles con acceso directo a la playa, así como instalaciones para deportes acuáticos.
- Amantes del ciclismo: Buscan hoteles cercanos a montañas y rutas con fácil acceso a ciclistas y amplias carreteras.
- Turistas culturales: Buscan hoteles con una ubicación céntrica que les permita explorar fácilmente las atracciones locales y la ciudad de Calpe.

4.2 Estrategia de Marketing

Marketing de Marca:

Crean una marca fuerte y diferenciada que transmite los valores y la propuesta única de AR Hotels & Resorts de “extraordinary people” (su nuevo lema). Comunican la marca a través de campañas publicitarias, relaciones públicas y marketing de contenidos a través de una serie de guías. Participando en todos los canales de comunicación.

Marketing de Experiencias:

Ofrecen actividades y eventos especiales para los huéspedes como por ejemplo una actuación llamada el Reino del León que se repite cada año y ciertos huéspedes vienen esas fechas por la actuación propia realizada. Incentivan a los huéspedes a compartir sus experiencias en las redes sociales con una serie de zonas y parte de las instalaciones Instagramables con fondos especiales.

Marketing Relacional:

Implementan un programa de fidelización para recompensar a los clientes recurrentes con una serie de descuentos entre hoteles y restaurantes del grupo. Envían comunicaciones personalizadas a los clientes, como correos electrónicos y ofertas especiales en función al tiempo y servicios cuando han estado alojados.

Marketing Internacional:

Adaptan las estrategias de marketing a las diferentes culturas y mercados internacionales. Por ejemplo las campañas publicitarias se realizan en varios idiomas.

Participan en ferias y eventos turísticos internacionales. Por ejemplo, participaron en la Fira Gastronómica de Calp. También, se asocian con agencias de viajes y operadores turísticos en mercados internacionales. Tienen una propia agencia de viajes denominada “Galaxtour” del mismo grupo de AR Hotels además de colaborar con Booking.

4.3 Herramientas de marketing operativo

Producto/Servicio: AR Hotels & Resorts de Calpe ofrece una amplia gama de servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes y visitantes, agrupados en las siguientes familias:

- Alojamiento: Habitaciones y suites de diferentes categorías, apartamentos y villas con cocina, todas ellas con una decoración moderna y comfortable. Los nombres de sus hoteles son:
 - Diamante Beach (Calpe)
 - Roca Esmeralda (Calpe)
 - Nature Suites (Finestrat)
 - The Cookbook Hotel (Calpe)
 - Las Palmas Canteras (Gran Canaria)

- Restauración: Una gran variedad de restaurantes con diferentes tipos de cocina, desde buffets hasta restaurantes a la carta con especialidades mediterráneas e internacionales. Dos de ellos con estrella Michelin.
 - Mare
 - Komfort
 - Beat*
 - Audreys *

- Inmobiliaria: Están empezando con un grupo inmobiliario innovador, es solo el comienzo, pero pasado el verano ya estará disponible.
 - Grupo Esmeralda (JADE)

- Ocio y entretenimiento: Piscinas, jacuzzis, spa, gimnasio, animación para niños y adultos, shows nocturnos, etc.

- Servicios adicionales: Wi-Fi gratuito, parking, servicio de habitaciones, lavandería, cambio de moneda, etc.

Los **precios** de AR Hotels & Resorts de Calpe varían en función de la temporada, la categoría de la habitación o apartamento, la duración de la estancia y la oferta disponible. Sin embargo, el hotel ofrece una buena relación calidad-precio, especialmente si se reserva con antelación.

Promociones:

AR Hotels & Resorts de Calpe utiliza una amplia variedad de canales para promocionarse, incluyendo:

- Sitio web: El sitio web del hotel es una herramienta fundamental para la promoción, ya que permite a los clientes potenciales obtener información sobre el hotel, sus servicios y ofertas, y realizar reservas en línea.

[WEB del hotel](#)

- Redes sociales: El hotel está presente en las principales redes sociales a través de Meta Business Suite, como Facebook, Instagram y LinkedIn, donde comparte noticias, ofertas y promociones con sus seguidores.
- Marketing de influencers: El hotel colabora con influencers de viajes para promocionarse a una audiencia más amplia. Ejemplo:



Les gusta a **juanmoll_** y **33 personas más** **ar.hotels** ¡Comienza tu día con energía y salud en nuestro buffet!

Nosotros nos preocupamos por tu bienestar y por eso te ofrecemos un buffet repleto de opciones frescas y saludables 😊

Disfruta de una gran variedad de frutas de temporada, yogures naturales, cereales integrales, huevos y mucho más. Además, contamos con una selección de productos vegetarianos y veganos para satisfacer todas las necesidades. 🌱

No te pierdas la oportunidad de disfrutar de un desayuno nutritivo y delicioso en nuestro hotel. ¡Te esperamos! 🍽️

cc 📧: @yanabelomoina

#calpe #costablanca #extraordinarypeople
#breakfast #gastronomia

Ver 1 comentario

2 de mayo

Ilustración 3- Colaboración Influencer

- Publicidad online: El hotel realiza campañas de publicidad online en motores de búsqueda y sitios web de viajes. De esta manera consiguen enfocarse más en el público objetivo concreto, normalmente los suelen realizar por instagram promocionando así publicaciones de ambas partes; restauración y hoteles.
 - Ferias y eventos: La parte de restauración participa en ferias y eventos nacionales e internacionales de turismo.
- Recientemente acudieron a la Fira de Calp para promocionar sus tapas y puedan probarlas de manera más económica, se montaban varios puestos (en este caso 2) y en una plaza de Calpe todos reunidos y se realizaban varias actividades para darse a conocer aquí un ejemplo de lo que se hizo.



Ilustración 4- Feria Calpe

- Además, se realizan varios gastroeventos consecutivos al año para dar a conocer más los platos estrellas. Recientemente se realizó uno de “Carnes y brasas”. De esta manera, dan visibilidad a sus platos principales y a promover más el conocimiento del restaurante.



Ilustración 5 - Evento

- Relaciones públicas: El hotel colabora con medios de comunicación para generar cobertura mediática positiva. Recientemente publicamos un anuncio en el canal de TV Apunt.

Concursos:

Recientemente realizaron un sorteo a través de las redes sociales para promover los desayunos de uno de los restaurantes que contiene el grupo AR, para participar debían mencionar amigos , postear la historia y de esta manera la gente que seguía a los que participaban podían verlo y hacer el restaurante más visible.

Aquí dejo el ejemplo de lo que se hizo:

[SORTEO](#)

4.4 La relación con el cliente

AR Hotels & Resorts de Calpe se preocupa por mantener una estrecha relación con sus clientes, ofreciendo un servicio personalizado y atento. El hotel cuenta con un equipo de profesionales cualificados que están siempre dispuestos a ayudar a los clientes en todo lo que necesiten.

El hotel también ofrece una serie de programas de fidelización para recompensar a sus clientes habituales. Estos programas incluyen beneficios como descuentos en reservas, acceso a servicios exclusivos y regalos.

4.5 La distribución en el Mercado local e internacional

AR Hotels & Resorts de Calpe distribuye sus productos y servicios a través de una variedad de canales, incluyendo:

Canal directo: El hotel vende sus productos y servicios directamente a través de su sitio web, su central de reservas y sus oficinas en el hotel.

Agencias de viajes: El hotel colabora con agencias de viajes para vender sus productos y servicios a clientes de todo el mundo.

Operadores turísticos: El hotel colabora con operadores turísticos para ofrecer paquetes de vacaciones que incluyen alojamiento, vuelos y otros servicios.

Mayoristas: El hotel vende sus productos y servicios a mayoristas, que luego los venden a agencias de viajes y operadores turísticos.

Canales online:

Además de los canales tradicionales, AR Hotels & Resorts de Calpe también utiliza una serie de canales online para distribuir sus productos y servicios, incluyendo:

Motores de búsqueda: El hotel utiliza motores de búsqueda como Google para promocionarse y atraer clientes potenciales.

Sitios web de viajes: El hotel está presente en los principales sitios web de viajes, como Booking.com y TheFork, donde los clientes pueden encontrar información sobre el hotel, leer opiniones de otros huéspedes y realizar reservas.

5. Presencia online de AR Hotels & Resorts de Calpe: Análisis, Mejora y Propuesta

5.1 Análisis y valoración de la presencia online actual

Análisis:

Sitio web: El sitio web de AR Hotels & Resorts de Calpe es moderno, atractivo y fácil de usar. Ofrece información completa sobre el hotel, sus instalaciones, servicios y ofertas. Sin embargo, se podrían mejorar algunos aspectos como la velocidad de carga y la optimización para dispositivos móviles.

Redes sociales: El hotel tiene presencia en las principales redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Sin embargo, la actividad en estas redes es irregular y no se aprovecha todo el potencial que ofrecen.

TripAdvisor: El hotel tiene una buena puntuación en TripAdvisor, con muchas opiniones positivas de los huéspedes. Sin embargo, no se responde a las opiniones negativas de forma adecuada.

Google My Business: El hotel tiene un perfil completo en Google My Business, con información actualizada y fotos de calidad. Sin embargo, no se utilizan las funciones de este perfil para interactuar con los clientes potenciales.

Valoración:

En general, la presencia online de AR Hotels & Resorts de Calpe es buena, pero hay margen de mejora en algunos aspectos, como por ejemplo la adaptación de los idiomas se podría aumentar al Francés o Alemán ya que suelen ser uno de su público objetivo, además de una mejora en la calidad de las fotos publicadas.

Además de la segmentación del público normalmente se realiza de manera más genérica, en mi opinión si se especificará mejor el público objetivo se podría aumentar las reservas tanto en restauración como en la parte del hotel.

5.2 Plan de mejora online

Objetivos:

- Aumentar la visibilidad del hotel en Internet.
- Atraer nuevos clientes.
- Fidelizar a los clientes existentes.
- Mejorar la calidad de la realización de las fotografías.

Acciones:

Optimizar el sitio web: Mejorar la velocidad de carga, optimizado para dispositivos móviles, implementar un blog diario en el que publicar noticias internas y externas de la empresa (como por ejemplo; nuevas incorporaciones) , mejorar el SEO y ampliar más distintos idiomas de traducción para la web para que otro público pueda entender y leer de manera más sencilla lo que deseen adquirir.

Responder a las opiniones: Responder a las opiniones positivas y negativas de forma adecuada para implantar las mejoras en caso de comentarios negativos.

Utilizar Google My Business: Utilizar las funciones de este perfil para interactuar con los clientes potenciales, responder a preguntas y publicar ofertas.

Realizar mejoras en las campañas de marketing online: Campañas de publicidad en Google Ads, Facebook Ads y otras plataformas. Especificando mejor las segmentaciones de los anuncios publicados.

Invertir más económicamente en cámaras fotográficas de mejor resolución para poder publicarlas en web y en redes para mejorar la imagen de la empresa "más limpia".

5.3 Propuesta de nuevo logo

Es ideal ir adaptándose a las modernizaciones y avances los cuales pueden adaptarse a la imagen de la marca como el Logo, por ello he realizado una nueva propuesta que transmite otro tipo de sentimiento más moderno y dinámico.

Logo actual:



Ilustración 6 - Logo actual AR

Propuesta:



Ilustración 7- Propuesta Logo

Justificación del nuevo logo:

He mantenido la esencia del logo anterior dándole un toque más “pijo” y minimalista con el tipo de fuente de letra, es un logo que considero que sería más reconocible y memorable para los clientes potenciales. Transmitirá una imagen más moderna y actual del hotel. he mantenido los colores de tonos neutros para poder conjuntarlo con los uniformes e instalaciones.

5.4 Plan para ganar presencia en redes sociales introduccion

Redes sociales seleccionadas:

Facebook: Es la red social más utilizada en España, por lo que es esencial tener una presencia activa en ella. Además enfocándonos en el público objetivo podría encajar y llegar al público objetivo.

Instagram: Es una red social ideal para compartir fotos y vídeos de las instalaciones del hotel, así como de la belleza de Calpe. Además muchas colaboraciones de los influencers con más visibilidad se realizan a través de esta red social.

Acciones:

- Crear un calendario de contenidos: Planificar qué tipo de contenido se va a publicar en cada red social.
- Publicar contenido de forma regular: Al menos una vez al día en cada red social.
- Utilizar hashtags relevantes: Utilizar hashtags que ayuden a los usuarios a encontrar el contenido del hotel.
- Interactuar con los seguidores: Responder a los comentarios y mensajes privados de forma rápida y amable.
- Realizar concursos y sorteos: Una forma divertida de atraer nuevos seguidores y fidelizar a los existentes.
- Colaborar con otros influencers: Colaborar con influencers de viajes para promocionar el hotel.

Justificación económica:

Las redes sociales son una herramienta de marketing muy rentable. Con una inversión mínima en tiempo y recursos, se pueden obtener grandes resultados.

En este caso nos gustaría invertir en la realización de sorteos ya que es un método que gana mucha visibilidad y alcanza grandes alcances y es una manera muy rentable de interactuar.

Ejemplos de concursos y sorteos:

- **Concurso de fotografía:** Invitar a los seguidores a compartir sus mejores fotos del Hotel, y quién gane, obtenga un premio.

EJEMPLO PRÁCTICO:

- Publicar en ambas redes sociales, y en un apartado de la web el siguiente copy:

EJEMPLO REALIZADO

[*ENLACE](#)

¿Eres un apasionado de la fotografía? ¿Te encanta capturar momentos únicos y especiales? ¡Entonces este concurso es para ti!

AR Hotels & Resorts te invita a participar en el Concurso de Fotografía AR, una oportunidad única para mostrar tu talento y creatividad al mundo.

Temática del concurso:

La temática de este concurso es tan simple como AR. Buscamos fotografías que capturen la esencia del grupo entero pudiendo fotografiar cualquier hotel del grupo AR de una manera original y creativa.

Bases del concurso:

- Podrán participar fotógrafos aficionados y profesionales de todo el mundo.
- Cada participante podrá enviar un máximo de 10.
- Las fotografías deben enviarse en formato PNG.
- El plazo de presentación de las fotografías finaliza el 10/06/2024 a las 14:00h.

Premios:

- Primer premio: 2 noches en el Hotel Diamante + SPA para 2
- Segundo premio: 2 noches en el Hotel Roca
- Tercer premio: Bono SPA para 2

Jurado:

El concurso estará presidido por un jurado compuesto por reconocidos fotógrafos profesionales.

- **Sorteo de una estancia:** Sortear una estancia gratuita en el hotel entre los seguidores compartiéndolo en sus historias o mencionando amigos o conocidos en los comentarios.

EJEMPLO PRÁCTICO:

- Publicación en la red social Instagram y Facebook

¿Sueñas con una escapada inolvidable? ¡Participa en nuestro sorteo y podrás ganar una noche en el Hotel Diamante!

Imagen de una habitación del Hotel Diamante

¿Qué incluye el premio?

- Una noche de alojamiento para dos personas en una de nuestras confortables habitaciones.
- Desayuno buffet en nuestro restaurante.
- Late check-out hasta las 14:00 horas.

¿Cómo participar?

1. Sigue a nuestra cuenta en @arhotels
2. Dale like a esta publicación.
3. Etiqueta a dos amigos en los comentarios.
4. Comparte esta publicación en tus stories mencionandonos.

¡Cuanto más participes, más posibilidades tienes de ganar!

El sorteo finaliza el 10/06/2024 a las 14:00h. El ganador/a se anunciará el 12/06/2024 a las 17:00h ¡Mucha suerte a todos!

#sorteo #hotelponineno #escapada #relax #desayunobuffet #piscina #spa #latecheckout #ganadores #suerte #felicidades #vacaciones #finde #viajes #turismo #experiencia #inolvidable #premio #concurso #participacion #compartir #mencionar #seguir #like #hashtag

Justificación económica:

Los concursos y sorteos son una forma eficaz de generar engagement y atraer nuevos seguidores. Con una inversión mínima en premios, se pueden obtener grandes resultados.

5.4 Propuesta de mejora - Plan de mejora

Análisis Situacional:

Tras un análisis de la presencia online de AR Hotels & Resorts, se han identificado las siguientes áreas de mejora:

Sitio web:

- **Diseño:** El diseño actual del sitio web se percibe como básico y poco atractivo para los usuarios. Recomendaría una actualización del diseño para que sea más moderno, intuitivo y acorde con la imagen de marca de AR Hotels & Resorts.
- **Experiencia del usuario (UX):** La UX del sitio web actual es deficiente. La navegación resulta compleja y la información no está bien organizada. Recomendaría una reestructuración del sitio web para mejorar la navegabilidad y la facilidad de uso.
- **Contenido:** El contenido del sitio web es escaso y poco atractivo. Se recomienda crear contenido más rico y de mayor calidad, como artículos de blog, infografías, videos y fotos de alta calidad.
- **Optimización para motores de búsqueda (SEO):** El sitio web actual no está bien optimizado para los motores de búsqueda. Recomendaría implementar técnicas de SEO para mejorar el posicionamiento del sitio web en los resultados de búsqueda.

Redes sociales:

- **Presencia:** AR Hotels & Resorts tiene una presencia activa en todas las redes sociales relevantes como Instagram, Facebook y LinkedIn. Se recomienda aumentar perfiles en las redes sociales más populares como Twitter y YouTube.
- **Contenido:** El contenido que se publica en las redes sociales es escaso y poco interactivo. Se recomienda crear contenido más atractivo y que genere interacción con los usuarios, como concursos, sorteos, encuestas y preguntas.
- **Análisis:** No se realiza un análisis regular del rendimiento de las redes sociales. Se recomienda implementar herramientas de análisis para medir el impacto de las campañas y optimizar las estrategias de marketing.

Plan de Acción:

Sitio web:

- Rediseño del sitio web: Implementar un nuevo diseño moderno, intuitivo y acorde con la imagen de marca de AR Hotels & Resorts.
- Mejora de la UX: Reestructurar el sitio web para mejorar la navegabilidad y la facilidad de uso.
- Creación de contenido de calidad: Crear contenido rico y atractivo, como artículos de blog, infografías, videos y fotos de alta calidad.
- Optimización SEO: Implementar técnicas de SEO para mejorar el posicionamiento del sitio web en los resultados de búsqueda.

Redes sociales:

- Creación de perfiles: Crear perfiles en las redes sociales más populares, como Twitter y YouTube.
- Generación de contenido interactivo: Crear contenido atractivo que genere interacción con los usuarios, como concursos, sorteos, encuestas y preguntas.
- Análisis del rendimiento: Implementar herramientas de análisis para medir el impacto de las campañas y optimizar las estrategias de marketing.

Recursos:

- Personal: Contratar más personal especializado en marketing digital para gestionar la presencia online de la empresa.
- Herramientas: Invertir una mayor inversión en herramientas de diseño, gestión de redes sociales y análisis de datos.
- Presupuesto: Asignar un presupuesto adecuado para las actividades de marketing digital.



Valoración:

En general, la presencia online de AR Hotels & Resorts es deficiente. Se necesita una mejora significativa en todos los aspectos para que la empresa pueda competir de manera efectiva en el mercado digital.

Conclusión:

La implementación de este plan de mejora permitirá a AR Hotels & Resorts fortalecer su presencia online y mejorar su competitividad en el mercado digital. Es importante que la empresa esté comprometida con la mejora continua y que dedique los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos.

6. Definición del puesto de trabajo

6.1 Objetivos del puesto

El papel que desempeñó generalmente relacionado con los objetivos es contribuir al aumento de la visibilidad y el reconocimiento de la marca AR, atraer nuevos clientes y aumentar las reservas, fidelizar a los clientes existentes y mejorar su experiencia, generar leads y ventas, mantenerme actualizada sobre las últimas tendencias en marketing y publicidad.

6.2 Descripción de tareas

Tareas ocasionales:

- Creo contenido atractivo y de alta calidad para diferentes canales, como el sitio web, las redes sociales y los materiales impresos.
- Recopilo y analizo datos para medir el rendimiento de las campañas de marketing y publicidad y para identificar oportunidades de mejora.
- Edición de presentaciones sobre Briefings para comerciales que mejoren la imagen de la empresa

Tareas que realizo periódicamente:

- Participar en reuniones para discutir las estrategias de marketing y publicidad y para presentar el progreso del trabajo. (1 vez por semana, generalmente los Lunes) Con una duración entre 20 mins - 1 hora.
- Mantenerme actualizado/a sobre las últimas tendencias: Leer artículos en LinkedIn y seguir tendencias en redes sociales para captar ideas. (generalmente el Viernes, día completo)

6.3 Relaciones

- Ventas / comerciales : Colaboro ocasionalmente con el equipo de ventas para desarrollar e implementar estrategias de marketing que generan leads y ventas.
- Atención al cliente: Colaboro con el equipo de atención al cliente diariamente para recopilar comentarios de los clientes e implementar mejoras en función de las valoraciones de los clientes para mejorar la experiencia del cliente.
- Equipo de informática: Trabajo con el equipo de informática semanalmente para mantener el sitio web y las plataformas de redes sociales de la empresa, además de generalmente todas las semanas nos realizan actualizaciones sobre ciertas aplicaciones que utilizo normalmente como por ejemplo: Canvas, Photoshop, Lightroom...

6.4 Disponibilidad

En ocasiones, se me ha solicitado acudir a otros hoteles o restaurantes del grupo AR Hotels & Resorts para asistir a eventos y realizar contenido en redes sociales mientras se va realizando el evento o para realizar investigaciones de mercado. La frecuencia de las salidas depende de las necesidades de la empresa. Actualmente he acudido a 2 eventos nocturnos a mantener presencia en redes sociales y a realizar fotografías.

6.5 Documentación

Cada uno de ellos es compartido generalmente con el departamento de marketing, todo organizado por carpetas dependiendo del año y tipo de contenido y campañas. Documentos y programas que se manejan:

- Herramientas de análisis de datos para las redes sociales: Google Analytics, Adobe Analytics, etc.
- Herramientas de creación y edición de contenido: WordPress, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Canvas, Google presentaciones.
- Herramientas de comunicación: Gmail, Outlook y Teams.

6.6 Ambiente

Trabajo en oficina: La mayor parte del trabajo se realiza en una oficina central (en el Hotel Diamante Beach) con los demás departamentos. Siempre con aire acondicionado, calefacción e iluminación adecuadas.

6.7 Riesgos

En la oficina, existe un mínimo riesgo de accidentes laborales, como caídas bajando escaleras (ya que no nos permiten entrar mediante el ascensor donde entra la clientela), cortes (cortando carteles para contenido y publicidad) y lesiones por objetos pesados (cuando realizamos eventos, normalmente debemos ayudar a montar).

6.8 Dedicación

Horario: 09:00 am - 14:00 pm / 15:00 pm - 18:00 pm

- Todos los días por la mañana me ocupo de la revisión de las redes sociales, así como contestar peticiones de los clientes y postear historias subidas del cliente durante el día anterior en las redes sociales.
- A las 14:00 pm tenemos 1 hora para comer en el hotel del buffet.
- A las 15:00 varían las tareas dependiendo del día suele ser, mayoritariamente, creación de contenido y edición de presentaciones.

6.9 Integración

Durante los primeros días mi tutora de prácticas me estuvo realizando varias presentaciones sobre los conceptos generales y los briefings de cada hotel y restaurante, para poder entender bien el contexto de la empresa y grupo hotelero, ya que, al principio era complicado adaptarse a todos los diversos locales que tienen y todos con una diferente temática y un método diferente de contenido y marca. Además, a partir de allí, he estado en constante aprendizaje.

7. Conclusión


Mi experiencia como practicante de marketing en AR Hotels & Resorts ha sido un constante aprendizaje y crecimiento personal. Desde el primer día, me sentí acogido e integrado en un equipo dinámico y profesional, donde la colaboración y el intercambio de ideas eran constantes. La empresa me brindó la oportunidad de poner en práctica mis conocimientos teóricos y desarrollar nuevas habilidades en un entorno real.

A lo largo de las prácticas, he tenido la fortuna de participar en diversos proyectos y campañas que me han permitido conocer en profundidad el funcionamiento del departamento de marketing y las diferentes áreas que lo componen. He colaborado en la creación de contenido para redes sociales, la elaboración de campañas de marketing digital, el análisis de datos y la gestión de proyectos. Cada una de estas experiencias me ha aportado una valiosa perspectiva sobre la industria hotelera y las estrategias de marketing que se implementan para alcanzar a los clientes.

Más allá de los conocimientos técnicos adquiridos, esta experiencia me ha permitido desarrollar habilidades blandas esenciales para el éxito profesional, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la capacidad de adaptación. He aprendido a trabajar de forma independiente y a tomar decisiones bajo presión, siempre con la guía y el apoyo de mis compañeros y supervisores.

Sin duda, una de las lecciones más importantes que he aprendido durante estas prácticas es la importancia de la actitud positiva y el entusiasmo por el trabajo. He aprendido a disfrutar de los desafíos y a ver cada proyecto como una oportunidad para aprender y crecer.

Mi paso por AR Hotels & Resorts ha sido una experiencia transformadora que me ha permitido descubrir mis fortalezas y áreas de mejora. He aprendido a confiar en mis habilidades y a perseguir mis objetivos con determinación.



Agradezco profundamente a la empresa y a mis compañeros por la oportunidad brindada y por el apoyo incondicional que he recibido durante todo este tiempo.

Me llevo conmigo un montón de conocimientos, habilidades y experiencias que me serán útiles en mi futuro profesional. Estoy seguro de que esta experiencia me abrirá las puertas a nuevas oportunidades y me permitirá alcanzar mis metas profesionales.



Bibliografía:

Enlace web AR:

https://www.ar-hotels.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=ar%20hotels&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw6auyBhDzARIsALIo6v_dhC66YtZATLrRFYL9PxVoeOoutduHipS1B96xvur842ERdJlCGd4aAsaXEALw_wcB

Ilustración Logo;

https://www.canva.com/es_es/