

CONCURSO PROYECTO MARKETING HOTELERO

Tema: Desarrollo de Plan de Marketing Hotelero, que defina un mensaje comercial que pudiera tener aceptación para el target objetivo previamente definido, y selección de los canales de comunicación más eficientes para que dicho mensaje sea visible por dicho target.

Se valorará que el Proyecto complemente soportes off-line y on-line, debiéndose ajustar a un presupuesto “real” de 30.000€ máximo.

El proyecto debe tener como visión el incrementar el número de pernoctaciones que están teniendo lugar en los establecimientos hoteleros de la demarcación territorial provincial de Zaragoza, considerando que existe una sustancial concentración de establecimientos en Zaragoza Capital.

Descripción situación

Datos de Situación actual:

Las Comunidades Autónomas de las que proceden el mayor número de pernoctaciones son:

1. Cataluña.
2. Comunidad de Madrid.
3. Aragón.
4. Comunidad Valenciana.
5. País Vasco.
6. Castilla y León.
7. Andalucía.
8. Navarra.
9. La Rioja

Las pernoctaciones extranjeras representan el 20,55% de las pernoctaciones totales que tienen lugar en el sector hotelero, procediendo el mayor número de pernoctaciones de:

1. Italia.
2. Inglaterra.
3. Francia.
4. Bélgica.
5. Holanda

El 60,67% de las plazas hoteleras que son comercializadas, pertenecen a establecimientos ubicados en Zaragoza Capital, frente al 39,33% que pertenecen a otras localidades de la provincia de Zaragoza.

En seno de estas otras localidades, trascendente es la relevancia que tienen los Balnearios que se ubican en la Comarca de Calatayud, así como el Monasterio de Piedra.

Otros recursos turísticos que están mostrando un buen comportamiento son la Catedral de Tarazona o el Románico de las Cinco Villas.

Por último, hacer mención a la tendencia bajista del cliente empresa que en años anteriores constituían el principal cliente hotelero, frente al turista de fin de semana o puentes que actualmente tiene una mayor relevancia en los grados de ocupación que tienen lugar en dichas fechas.

La estancia media de los clientes en los hoteleros se situó en 2.012 en 1,78 días.

Fechas de relevancia:

Las fechas de mayor relevancia a nivel turístico dentro sector hotelero zaragozano se producen con motivo de la celebración de las festividades de la Virgen del Pilar y Semana Santa. De la misma forma, se producen incrementos de actividad con motivo de la organización de Ferias que traen consigo a expositores procedentes de distintos destinos nacionales. Representativas en este caso son Feria Ganadera, Feria de Maquinaria Agrícola, Feria del Mueble o Enomaq.

De la misma forma, trascendente es la relevancia que tiene en el sector la organización de Congresos y otros eventos, por la capacidad de atracción de clientes que están demostrando.

El Plan de Marketing debiera obviar como fechas en las que desarrollar actuaciones, la Semana Santa, y Fiestas de la Virgen del Pilar, por ser festividades de las que ya existe un amplio conocimiento por parte de los turistas.

Por el contrario los meses en los que habitualmente existe un menor actividad dentro del sector son

Canales de Comunicación y actuaciones de promoción actualmente operativos:

- Asistencia a Ferias de Turismo General que se celebran a nivel nacional y que están incluidas dentro del Plan de Ferias y Actos de Promoción de Gobierno de Aragón.
- Edición Guía Oficial Hoteles Zaragoza. Distribución: Oficinas de Turismo, Ferias a las que asiste la Asociación (FITUR, SITC, INTUR...)
- Revista "HORECA". Distribución: Establecimientos Hosteleros de Aragón, instituciones (Cámara de Comercio, Turismo Aragón, Zaragoza Turismo...)
- Página Web comercial asociativa con motor de reservas habilitado: <http://www.zaragozahoteles.com/>.
- Perfil Facebook Asociación Hoteles Zaragoza: <http://www.facebook.com/zaragozahoteles>
- Perfil Twitter de la Asociación de Hoteles de Zaragoza: @zaragozahoteles
- Blog Asociación Hoteles Zaragoza: <http://www.disfrutazaragoza.es>

Objetivos Prioritarios del Proyecto de Marketing

1. Definición de segmentos de clientes al que dirigir el Plan de Marketing diseñado.
2. Definición de mensaje comercial que pudiera ser aceptado por cada segmento de clientes.
3. Definición de canales de comunicación más adecuados para comunicar el mensaje previamente definido.



4. Vista, la información facilitada, calendario laboral de destinos emisores de clientes... definición de fechas más apropiadas en las que comunicar el mensaje.
5. Diseño de acciones de promoción con las que dar visibilidad al mensaje y al producto que representa.
6. Atracción de turistas a establecimientos hoteleros

BASES DEL CONCURSO

1. Los trabajos se podrán desarrollar en *grupo o de forma individual*.
2. Cada grupo o persona participante presentará un *único trabajo*.
3. La aplicación práctica del proyecto deberá ajustarse a un **presupuesto real máximo de 30.000,00€**.
4. La convocatoria está dirigida a *todos los miembros de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza*: Alumnos, y ex alumnos que hayan finalizado sus estudios en los años 2.011-2.012.
5. La Asociación de Hoteles de Zaragoza, dotará a este concurso con **un único premio en metálico de 450,00 euros**, que se adjudicará al proyecto ganador, reservándose la Asociación de Hoteles de Zaragoza el derecho a declarar el concurso desierto.

La Asociación de Hoteles de Zaragoza, facilitará que, en su caso, una de las personas que haya participado en la elaboración del Proyecto Ganador **pueda participar en la ejecución del mismo** a través de la empresa en la que se externalice su desarrollo.

Por ello, la Asociación de Hoteles de Zaragoza se reserva el derecho a desarrollar la aplicación práctica del proyecto que haya resultado ganador.

6. Los originales (copia escrita y en disco) habrán de entregarse en la sede de la Asociación de Hoteles de Zaragoza (Paseo Sagasta 40, oficina 5) en horario de 10:00 horas a 14:00 horas, **antes de las 14 horas del 24 de mayo de 2.013** en sobre cerrado y firmado en cuyo interior se incluya el proyecto, datos personales del autor o autores, correo electrónico y su acreditación como miembro o ex miembro de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza.

7. La resolución tendrá lugar a partir del fallo del jurado designado de común acuerdo por el Decanato de la Facultad de Economía y Empresa y la Asociación de Hoteles de Zaragoza. El jurado estará compuesto por miembros, a partes iguales de ambas entidades, pudiendo solicitar a la persona o personas que hayan desarrollado cada uno, o algunos, de los proyectos presentados a realizar una defensa del proyecto ante el jurado seleccionado que tendría lugar el **24 de mayo**. Se valorarán, entre otros, la eficiencia económica del proyecto, la complementación de medios de promoción on-line y off-line y/o la originalidad de las acciones de promoción, así como su temática.

8. Los originales (copia escrita y disco) no premiados podrán retirarse de la sede de la Asociación de Hoteles de Zaragoza a partir del **10 de junio**. Con **posterioridad al 17 de junio**, las entidades organizadoras no se responsabilizarán de su conservación.