



**XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
(CICE 2019)**

**IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO  
(HOTELTUR 2019)**

**Diseño de una campaña publicitaria al cliente interno del Hotel**

**Iberostar Taínos promoviendo la sustentabilidad**

*Design of a publicity campaign for the inside client of Iberostar Taínos*

*Hotel promoting the sustainability*

**Jessica Alpízar Valdés<sup>1</sup>, Ho Thi Quynh Tram<sup>2</sup>, Luis Lisandro Piedra Carballo<sup>3</sup>,**

**Delvis Javier Maspón<sup>4</sup>**

**Resumen**

El Hotel Iberostar Taínos ha formado parte del proceso de cambio de imagen de marca de la cadena hotelera IBEROSTAR. Enfocada al turismo sustentable respetuosa con el medio ambiente, este hotel intenta instituir estrategias y conductas de actuación que vayan de la mano con la nueva imagen. Los directivos y el personal de servicio carecen de una formación en este sentido. El objetivo general del presente trabajo es diseñar una Campaña Publicitaria para el cliente interno en el Hotel Iberostar Taínos enfocada a la gestión ambiental de la instalación. Como objetivos específicos se determina explicar la necesidad del desarrollo de la campaña y argumentar por componentes los elementos que influyen en la misma. Para la elaboración del presente trabajo se emplean técnicas como la revisión documental y de fuentes bibliográficas, entrevistas a directivos de la instalación, observación directa y herramientas como la Matriz DAFO. Además, se comunicó a la gerencia del hotel el interés de la presentación del trabajo ante los directivos para promover su aplicación. Este encuentro será en los próximos días de abril. El diseño de la campaña publicitaria permitió demostrar que el cliente interno necesita de los conocimientos e identificación con el turismo sustentable. Es necesario aplicar esta

---

<sup>1</sup> Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Matanzas, Cuba. [jessica0505@nauta.cu](mailto:jessica0505@nauta.cu)

<sup>2</sup> Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Matanzas, Cuba. [tramhoquynh96@gmail.com](mailto:tramhoquynh96@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Matanzas, Cuba. [luis.piedra94@nauta.cu](mailto:luis.piedra94@nauta.cu)

<sup>4</sup> Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de Matanzas, Cuba. [delvis.maspon@est.umcc.cu](mailto:delvis.maspon@est.umcc.cu)



**II Convención Científica Internacional 2019  
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL  
DESARROLLO SOSTENIBLE  
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



campana para lograr resultados que prometen en este sector. Los componentes de desarrollo de la campana evalúan cada aspecto a tener en cuenta y conducen a un análisis sintético de la realidad actual.

**Palabras claves:** Trabajadores; Estrategias; Campana; Gestión; Sustentable; Resultados.

***Abstract***

*Iberostar Tainos Hotel has been part of the changing process of the mark image of the of the IBEROSTAR hotel chain. Focused on the sustainable tourism and concerned with the environment, this hotel implements strategies and well- grounded conducts that have to do with the new image. The managers and service personnel has no information in this field. The main goal of this work is to design a publicity campaign for the inner customers of Iberostar Tainos Hotel. All this aims at the environmental policy of the hotel. As specific objectives we have the necessity to explain the development of this campaign, and to substantiate the elements that determine the publicity campaign of this hotel. For developing this work, we applied techniques such as the documents and bibliography sources check-ups, the interviews of the managers of the hotel, direct observation, and tools such as the Matrix DAFO. Besides, the hotel management office was informed about the interest and importance of the presentation of this work to the managers board to promote its implementation. That meeting will be held in April. The design of the publicity campaign allowed to show that the inner customer needs the knowledge and concern with the sustainable tourism. It is necessary to apply this campaign to obtain the main goals of this sector. The components of the development of this campaign validate each aspect to be taken into account and to conduct a synthetic analysis of today's world situation.*

**Key words:** Workers; Strategies; Campaign; Management; Sustainable; Results.

**Eje temático IV.** Turismo y Sustentabilidad