

## EJERCICIOS (PORTER)

---

### 1. Starwood abrirá ocho nuevos hoteles de su marca Luxury Collection en Asia-Pacífico

**12 Junio, 2012 | Dentro del plan de expansión de la marca**

[Starwood Hotels & Resorts Worldwide](#) ha anunciado que inaugurará ocho nuevos establecimientos en Asia-Pacífico bajo su marca **Luxury Collection** dentro del plan de expansión y crecimiento de esta insignia destinada al segmento de más lujo.

En China, la cadena abrirá en agosto de este año el [The Royal Begonia](#), situado en la isla de Hainan, que contará con 142 habitaciones mientras que en septiembre lo hará el [Twelve at Hengshan](#) de Shanghai con 171 dormitorios. Ambos establecimientos se suman al **The Hongta Hotel** inaugurado a principios de año en el que se invertirán 20 millones de dólares (16 millones de euros) en su remodelación.

De cara al futuro, el hotel **The Castle** tiene previsto abrirse en 2014 en la bahía de Xinghai ubicada el norte de China y el **The 1958** lo hará en julio de 2015.

En India, el [ITC Grand Chola](#), situado en Chennai, será el décimo hotel de la compañía en el país y estará a disposición de los clientes a partir de agosto. Por otro lado, en Indonesia, el hotel **The Sarasvati** comenzará a operar en 2014 y estará dotado de 64 habitaciones con vistas al Océano Índico.

Sumándose a los dos establecimientos que ya posee en Tailandia, Starwood abrirá el **Vana Belle Resort & Spa** en diciembre de este año con un total de 80 habitaciones.

\* ¿QUÉ ESTRATEGIA ESTÁ SIGUIENDO STARWOOD DESDE EL ENFOQUE DE PORTER CON SU MARCA "LUXURY COLLECTION"?

\* ¿QUÉ ESTRATEGIA ESTÁ SIGUIENDO STARWOOD EN TAILANDIA DESDE EL ENFOQUE DE ANSOFF? ¿Y EN INDIA?

### 2. Los hoteles españoles podrían ahorrar 287 M € controlando su consumo energético

**12 Junio, 2012 | El ITH y Euroconsult han puesto en marcha un proyecto piloto**

Los hoteles españoles podrían **ahorrar unos 287 millones de euros al año** con un seguimiento y control en tiempo real del consumo energético en el interior de los edificios.

Esto supondría una rebaja de al menos el 25% en la factura energética de los hoteles que, según datos del [Instituto Tecnológico Hotelero \(ITH\)](#) y el grupo consultor de ingeniería y servicios energéticos [Euroconsult](#), alcanza los 1.146 millones de euros anuales.

Esto representaría en concreto un ahorro de un euro por cada pernoctación, y se conseguirían con una ocupación media del 55% de las plazas hoteleras totales de España, que al cierre de 2011 superaron las 1,4 millones en cerca de 15.000 establecimientos. De esta cantidad global, los hoteles de cuatro estrellas son los que ofertaron más habitaciones y también los que registraron un mayor número de pernoctaciones (129,5 millones).

Según el informe, los hoteles de cuatro y cinco estrellas son los que reúnen las mejores condiciones para la implantación de sistemas de control de la demanda en tiempo real por el carácter de sus instalaciones, **el uso intensivo que hacen de ellas y los servicios asociados a éstas.**

\* ¿DE QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER SE ESTÁ HABLANDO EN ESTE TEXTO?

## EJERCICIOS (PORTER)

---

### 3. [Girona, 'todo incluido' a 10 euros](#)

**04 Enero, 2012 | Oferta disponible para 1.000 plazas de alojamiento en una veintena de hoteles**

[Girona](#) prepara para el fin de semana del 14 y 15 de enero una **campaña de promoción, Girona10**, con la que ofrecerá alojamiento y gastronomía a 10 euros, entrada gratuita a museos, la catedral y los baños árabes y descuentos del 10% en tiendas que estarán abiertas hasta las 10 de la noche.

La **Asociación de Hostelería de Girona**, con la colaboración del Ayuntamiento y el Patronato de Turismo Costa Brava Girona, han creado este proyecto que aúna el doble propósito de **promocionar la ciudad y adaptarse al nuevo contexto económico**.

Se trata de una iniciativa que ofrece alojamiento y gastronomía a 10 euros por persona en **1.000 plazas de alojamiento en una veintena de hoteles** de 1 a 5 estrellas y en 40 restaurantes gerundenses y otros diez de localidades de los alrededores. [Erisofi](#) adelantaba ayer las líneas generales de esta promoción en la [Comunidad Hosteltur](#) en su post '[Girona10](#) [emociona!](#)'.

El presidente de la Asociación de Hostelería de Girona, **Xavier Nicolazzi**, ha explicado que "cuando una persona haga una reserva en el hotel se le entregará una pulsera azul, como en el 'todo incluido', y, aparte del hotel, podrá acceder a más de 50 restaurantes con menú a 10 euros; el sábado las tiendas estarán abiertas 12 horas y podrá dar una vuelta gratuita por Girona en el Tren Geriò, además todos los museos ofrecerán la entrada gratis".

A esta iniciativa se suman las rebajas en los comercios, que también se han adherido al proyecto con descuentos del 10%, y la primera **Shopping Night**, ya que el sábado 14 las tiendas estarán abiertas hasta las 22.00 horas.

Los organizadores de esta campaña no descartan **darle continuidad** con próximas ediciones y consolidar así un acontecimiento festivo, tanto para el turismo que desee aprovechar esta oportunidad, como para los propios gerundenses. Además se ha creado una aplicación Girona10 para móviles **iPhone y Android**, con la que se podrá hacer un seguimiento de la iniciativa, según recoge Efe.

\* ¿DE QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER SE ESTÁ HABLANDO EN ESTE TEXTO?

### 4. [Nace whala!hotels, una nueva marca para el segmento de 3 estrellas](#)

**05 Noviembre, 2012 | Estará conformada por siete hoteles**

La propiedad de la cadena [HM Hotels](#) ha creado la nueva marca independiente de hoteles de 3 estrellas **whala!hotels** bajo la que gestionará las últimas incorporaciones a su porfolio.

La nueva insignia pasará a designar a siete hoteles que tienen en común varias características, como su categoría, su búsqueda ubicación y su oferta de todo incluido.

El primero de ellos es el **whala!balmes**, situado en la zona de Can Pastilla, en Mallorca, con 120 habitaciones. El establecimiento fue comprado por la compañía hace un año aproximadamente.

Más recientemente, al final del verano de 2012, la hotelera compró el **whala!ambos mundos**, un establecimiento de 98 habitaciones ubicado en Playa de Palma, operación de la que informó [HOSTELTUR](#) [noticias de turismo](#) en [HM Hotels compra el Ambos Mundos en Playa de Palma](#). Durante el año anterior lo había tenido alquilado a la propiedad y al verse satisfecha con el resultado de la gestión ha decidido adquirirlo.

## EJERCICIOS (PORTER)

Posteriormente la cadena ha comprado el **whala!sandiego** y **whala!solimar**, como informó [HM Hotels compra el San Diego y el Solimar en Mallorca](#) que como los anteriores formarán parte de la nueva marca. Éstos cuentan en conjunto con 300 habitaciones y 600 plazas y serán explotados como un solo establecimiento.

También formarán parte de la nueva marca los tres hoteles que componen el complejo **Alisios Tropical Bávaro**, situado en Punta Cana, en República Dominicana. Está formado por los hoteles **whala!alisiosbávaro**, **whala!tropicalbávaro** y **whala!sueño bávaro**, que cuentan en conjunto con 147 habitaciones. En este caso se trata de hoteles gestionado para los que ha firmado una opción de compra con los propietarios, como informó este diario en [HM Hotels incorpora tres establecimientos en República Dominicana](#).

“La nueva marca ha surgido circunstancialmente, no como una segunda marca sino como algo independiente de HM”, asegura el director general de la compañía, [Toni Horrach](#). “Así como respecto a HM nos hemos dado cuenta de que su propia evolución es la de 4 estrellas y un estándar determinado, las circunstancias del mercado han hecho que se vayan incorporando también a nuestro porfolio hoteles que ahora mismo no tienen el estándar que nosotros tenemos pensado para la marca HM Hotels”.

\* ¿ QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER ESTÁ SIGUIENDO WHALA!HOTELS?

### 5. [Bahía Príncipe Hotels & Resorts reorganiza sus marcas](#)

**17 Octubre, 2012 | Variedad cromática en los nuevos logotipos**

[Bahía Príncipe Hotels & Resorts](#), cadena del [Grupo Piñero](#), ha realizado una reorganización y reordenación de sus tres marcas: **Bahía Príncipe Hotels & Resorts**, **Gran Bahía Príncipe** y **Bahía Príncipe [Don Pablo Collection](#)**.

Como novedad, los Bahia Principe Don Pablo Collection introducen el concepto **Luxury** como expresión clara y actualizada de máxima distinción en el sector hotelero vacacional, denominándose a partir de ahora **Luxury Bahía Príncipe Don Pablo Collection**. Por su parte, Gran Bahía Príncipe se convierte en **Grand Bahía Príncipe**, añadiendo la “d” a su enseña “Gran” como tributo a la internacionalización de la línea de alta. .

La oferta se completa con el desarrollo de los segmentos de atención y servicios VIP Club Golden y Club Hacienda.

El objetivo de este cambio es, según indica la compañía, “facilitar el acceso de los viajeros a cada singularidad de las diferentes opciones que ofrece la gama de su exclusiva oferta vacacional”.



## EJERCICIOS (PORTER)

---

Paralelamente, la cadena ha sometido los logotipos que conforman la imagen de estas marcas a una remodelación gráfica (restyling) "para dotarlos de mayor precisión, coherencia y profundidad y que puedan trasladar al viajero sensaciones más claras y sugerentes sobre cada destino y producto a su alcance", optando por dotarles de una variedad cromática natural.

Para la línea de productos de Bahía Príncipe se ha escogido el azul (representando el color de los cielos caribeños) combinado con el blanco de la tipografía (pureza) y tonos dorados (aludiendo a las playas). Por su parte, el negro (como expresión de la elegancia), con caracteres grafiados de color blanco con un detalle en burdeos representará a la marca Luxury Don Pablo Collection.

\* ¿ QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER ESTÁ SIGUIENDO LA CADENA DEL GRUPO PIÑEIRO?

### **6. Arabia Saudita acoge el primer hotel sólo para mujeres de Oriente Medio**

#### **24 de Marzo del 2008**

En Riad, la capital de Arabia Saudita, ha abierto sus puertas el Luthan Hotel & Spa, dirigido exclusivamente al género femenino. Desde el establecimiento afirman que se trata del primero de este tipo en Oriente Medio y que ha sido creado por y para mujeres. Cuenta con 25 suites, cada una con un diseño propio.

"Luthan significa "escape" y en el spa creamos un mundo para refugiarse de las presiones de la vida diaria", afirman desde este hotel boutique. Explican que las habitaciones son una extensión de dicho spa y que los tratamientos pueden aplicarse en las suites si las huéspedes lo solicitan. El establecimiento también ofrece un programa de actividades, con clases en las que se imparte desde aeróbic a yoga. Sus responsables resaltan que su principal objetivo es dar un trato personalizado a las clientas. La princesa Madawi Bint Mohammad ben Abdalá preside el Consejo de Administración del hotel y, según recoge la agencia France-Presse, ha asegurado que su apertura representa un importante paso hacia adelante para las sauditas.

\* ¿ QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER ESTÁ SIGUIENDO EL HOTEL LUTHAN HOTEL & SPA?

### **7. Evadium: Primera agencia de viajes especializada en escapadas temáticas**

Una nueva apuesta en el mercado turístico ha salido a la luz. Se trata de [Evadium](#), que basa su propuesta en proporcionar **variadas actividades** a sus clientes durante sus vacaciones y en especial **finés de semana**. Desde relajación oriental, hasta cursos de fotografía pasando por la cocina y la sala de baile con profesionales de cada una de las actividades.

Basados en la idea de **turismo rural** ya un poco sobrecargada, le dan una nueva tuerca al asunto y ofrecen a su vez la posibilidad de disfrutar de nuestros hobbies en bonitos y campestres parajes.

\* ¿ QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER ESTÁ SIGUIENDO EVADIUM?

### 8. Hoteles Sidorme

Nuestra misión es hacerte Sentir como en casa. Sidorme Quality Low Cost Hotels nace como una nueva cadena de **hoteles confortables, nuevos y económicos**, que ofrece habitaciones y servicios a un precio muy ajustado con unas prestaciones de calidad.

Es un proyecto joven e innovador, que cuenta con un equipo humano eficiente y comprometido, volcado al servicio de nuestros huéspedes.

Se encuentra en permanente crecimiento para ofrecer a sus clientes el mayor número de **hoteles** posibles en toda **España**. Actualmente dispone de 7 **hoteles**, a nivel nacional ubicados en destinos como **Barcelona, Girona, Valencia, Albacete y Granada**.

\* ¿QUÉ ESTRATEGIA DESDE EL ENFOQUE DE PORTER ESTÁ SIGUIENDO LA CADENA DE HOTELES SIDORME?

\* ¿CON QUÉ ELEMENTO DEL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO VINCULARÍAS ESTE TEXTO?