

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

ESTRATEGIAS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA EL

MUNICIPIO DE SIGUATEPEQUE

SUSTENTADO POR:

FABIOLA MILLY D'ELIA CRUZ

11441150

PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE:

ADMINISTRACION DE LA HOSPITALIDAD Y EL TURISMO

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C. A.

ENERO, 2021

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2021
FABIOLA MILLY D'ELIA CRUZ

Todos los derechos son reservados.

Contenido

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción	1
1.2 Antecedentes del problema	2
1.3 Definición Del Problema.....	3
1.3.1 Preguntas de Investigación?	3
1.4 Objetivos del Proyecto	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
1.5 Justificación.....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 Análisis de la Situación Actual.....	6
2.2 Microentorno.....	7
2.3 Macroentorno	8
2.4 Teorías que Sustentan la Investigación	10
2.5 Análisis de las herramientas metodológica	12
2.6 Antecedentes de metodología previas	14
CAPITULO III METODOLOGIA	16

3.1 Metodología	16
3.1.1 Tipo y nivel de investigación	16
3.1.2 Descripción del ámbito de la investigación.....	16
3.1.3 Población y muestra	16
3.1.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	17
3.1.5 Plan de recolección y procesamiento de datos	18
CAPITULO IV: RESULTADO Y ANALISIS	19
4.1 Método de Medición Aplicado	19
4.1.1 Justificación	19
4.1.2 Aplicación.....	20
4.1.3 Resultados.....	20
4.2 Propuesta de mejora.	33
4.4 Estrategia AIRBNB	36
4.5 Estrategia “Nuevos Socios”	37
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	39
Bibliografía.....	40

Tabla de Ilustraciones:

Tabla 1 Estrategia Integración.....	34
Tabla 2 Estrategia Diseño de producto.....	34
Tabla 3 Estrategia Recursos Financieros.....	34
Tabla 4 Estrategia Fuentes de Financiamiento.....	35
Tabla 5 Estrategia Identidad Cultural.....	35

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

Durante décadas el sistema salud, economía y educación no habían colapsado a un grado tan alto que paralizara toda una nación, todo esto debido al surgimiento del tan mencionado virus COVID-19. Afectando de manera directa a todos los sectores y entre ellos sin excepción alguna el sector turismo. Los impactos generados por toda esta pandemia han llevado a la bancarrota a muchos de los hoteles más prestigiosos con los que Honduras contaba y que atraía mucha inversión extranjera cuando se trataba de hospitalidad para negocios.

Los resultados son notorios y no pueden esconderse, sin embargo, la clave de toda gran empresa es como surge cuando se enfrenta a crisis como las que estamos viviendo en nuestro país y las que están sucediendo al rededor del mundo. Los diferentes sectores del turismo en el caso de Honduras esta dentro de lo mas afectado ya que financieramente hablando, es un país que le apuesta bastante al turismo y que al final viene siendo uno de sus principales activos de utilidad. La pandemia penetro de tal manera el mercado hondureño que llego a cerrar desde aeropuertos hasta las playas principales de turismo, pero no se detuvo ahí si no que arraso con miles de empleos directos e indirectos que estos generaban.

Actualmente los empresarios y dueños de negocio se enfrentan a quizás el reto mas grande de sus vidas. Hacer crecer económicamente sus actividades con la nueva normalidad que existe en el país y en el mundo. Con el objetivo de poder seguir operando sin ninguna interrupción. Y recuperar todo lo perdido durante los meses de cierre. La investigación que se realizara sostiene varias metas que esperamos cumplir. Dentro de esas metas es comparar el impacto que género y está generando la pandemia, crear hipótesis sobre opciones de mejora

para atracción de turismo y el cómo crear sostenimiento económico en cuanto a costos que aumentan por la pandemia.

1.2 Antecedentes del problema

Durante años el turismo en nuestro país ha sido uno de los centros de conexión de millones de personas que a través de los años quieren explorar sus encantadoras playas, tal como lo es el caso de Roatán o Tela mar. La vida de miles de personas cambio por completo desde el momento que el gobierno de Honduras anuncio el cierre total del país y nos dejo encerrados en nuestra casa tomando todas las medidas de bioseguridad para protegernos del virus, esto impacto de una manera tan grande que muchos de los negocios que dependen exclusivamente del turismo, se fueron a la quiebra y no encuentran un lugar solido en donde puedan anclarse para poder empezar de nuevo.

Esto y sumando los daños que han provocado la naturaleza como lo es el caso de los dos huracanes que perjudicaron una de las semanas donde el país absorbe mayor cantidad de dinero como lo es la semana del feriado morazánico.

El punto de todo el problema radica en cómo le podemos dar vida a todos los negocios y empresas que dependen exclusivamente del turismo. Considerando distintas variables como lo es la idea de poder operar con medidas de bioseguridad y como proporcionarle salidas que penetren en los negocios y los levante.

1.3 Definición Del Problema.

El sector turismo en Honduras actualmente carece de un método o tipo metodología de saber identificar los principales puntos de atracción de los clientes en la nueva realidad, sumándole el control de los múltiples costos que se deben incluir debido a las medidas de bioseguridad, e incluyendo el poco movimiento económico que se esta generando en el país, haciendo que las personas centren sus inversiones en cosas primordiales o de interés personal y no precisamente en unas vacaciones en la playa

1.3.1 Preguntas de Investigación?

1. ¿Qué variables considera que sean importantes para transmitir seguridad en las nuevas formas de operar bajo bioseguridad?
2. ¿Qué factor fundamental falta en los hoteles que se declararon en quiebra desde un inicio de la pandemia?
3. ¿Cuáles son las estrategias que el sector turismo en Honduras debe seguir para poder comenzar a operar con normalidad?
4. ¿De qué manera podría impactar las nuevas estrategias en las operaciones de los negocios y hoteles en la nueva realidad?

1.4 Objetivos del Proyecto

1.4.1 Objetivo General

Desarrollar en un periodo de 10 semanas un conjunto de estrategias de operatividad y comercialización para el sector turismo y así mismo analizar los diferentes impactos que ha generado la pandemia en la comunidad de Siguatepeque.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual que enfrenta el turismo en el municipio de Siguatepeque en el marco de la pandemia.
- Determinar costos de implementación de las estrategias que favorecen al crecimiento económico del sector turístico, quiere decir cuánto me cuesta implementar eso en Siguatepeque.
- Desarrollar una propuesta de mejora para proporcionar estrategias de crecimiento e implementar ideologías sobre las distintas variables a considerar para crecer como negocio durante pandemia.
- Plantear hipótesis y brindar diferentes soluciones estratégicas para el crecimiento económico de la comunidad de Siguatepeque.

1.5 Justificación

El sector turismo en Honduras se enfrenta a nivel de competitividad donde podríamos decir con seguridad que el único que sobreviva será el que tenga estrategias muy claras y con visión. Dado que la crisis que esta dejando por el tema de la pandemia es demasiado fuerte al grado que he visto muchos negocios cerrar y sin excepción alguna muchos hoteles de reconocimiento. Por lo que es necesario crear un vinculo que permita a los negocios y empresas poder operar con normalidad y permitiendo generar nuevamente los ingresos que tenían proyectados para cada año.

Hay que tomar muy en cuenta que se trata de uno de los retos mas grandes a los que el país se ha visto sometido, el país enfrenta los niveles mas altos de pobreza y desigualdad. Según las cifras nos enfrentamos a un 48.3% de las personas que viven en pobreza y los porcentajes de personas que actualmente están viviendo en pobreza en zonas urbanas es de un total de 38.4%. Lo que con claridad podría señalarse que se trata de una desigualdad (GINI 52.1 para el año 2018, indicador que se encuentra entre los mas altos de la región del mundo.

Conociendo estas cifras y los impactos que la pandemia ha dejado, es mas que necesario la creación de nuevas estrategias o bien estrategias ya utilizadas para el crecimiento económico de Siguatepeque. Cuando se conoce el punto de quiebre de los problemas podemos comenzar a crear relaciones estrechas entre las oportunidades de mejora que hay junto con las amenazas próximas. De esta manera crear ya sea metodologías y manera de operar, adaptándonos al nuevo entorno global con el tema del virus.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la Situación Actual

La reducción de la actividad económica se ha visto identificada desde principios de la pandemia, cuando se declaró los primeros casos de coronavirus en el país, esta decisión afectó en primera instancia a las y los trabajadores informales que pierden su fuente de sustento diario con efecto casi inmediato sin ninguna red de esperanza que los ayude a sustituir su ingreso diario en general. Sin ser la excepción una de las variables más fuertes que mueve la economía del país y que sus apuestas cada año es en hacerlo crecer es el turismo. Quien ha recibido uno de los golpes más fuertes de la historia de Honduras haciendo que franquicias millonarias tales como Marriott o el Hotel Honduras Maya (Capital Hondureño) cerraran y se declararan en quiebra.

Para la zona de Siguatepeque no fue tan diferente dado que por motivos de la pandemia el hotel renacer cerro por completo, generando de esta forma un retraso para el desarrollo de Siguatepeque. Al tiempo cuando el país fue abriendo poco a poco lograron operar con las medidas de bioseguridad, pero el detalle está en que no vendían ni venden todas las habitaciones factor costo que influye de manera directa al hotel y en sus utilidades.

Para que la comunidad no se estanque en los diversos obstáculos que presenta la situación actual en la que operamos por la pandemia, es necesario crear estrategias de crecimiento para poder impulsar todas sus ventas y así crear un círculo de consumo que permita hacer crecer la economía y sus integrantes. Por lo que es de estricta prioridad el hecho de continuar el enfoque para poder potencializar la competitividad en el desarrollo económico rural, dentro

de los indicadores necesarios para el desarrollo esta el invertir en el capital humano y crear una estrecha relación en la protección social de Honduras para poder crear una dirección de recuperación en cuanto a la fomentación de oportunidades laborales y las mas afectadas del país en este caso.

2.2 Microentorno

Cuando nos referimos al microentorno también lo conocemos como entorno específico o entorno inmediato se identifica mas de una manera que esta constituida por elementos ajenos que influyen directa o indirectamente en los cumplimientos de sus objetivos. Para entender de una manera clara los puntos de vista y en como afecto la pandemia a la comunidad de Siguatepeque, podemos comenzar diciendo que los clientes constituyen la variable mas importante en cuanto a las empresas. Podemos plantear que se trata de la influencia en las organizaciones desde los cambios que estos producen en sus consumos o preferencias, hasta en los algoritmos de compra.

Por lo que las empresas, en este caso los hoteles o negocios se vieron afectados directamente desde el momento en que, por ordenes de la alcaldía tuvieron que cerrar hasta próximo aviso, para poder hacerle frente al control de la propagación del virus. El consumo de los clientes disminuyo de una manera tan grande y notoria que no hubo otra alternativa que declararse en quiebra como lo fue el caso a nivel nacional del Hotel Honduras Maya y Marriot, muchos de ellos sujetos a los códigos fiscales que de alguna manera favorecen el descenso de sus servicios.

Las variables sobresalientes en cuanto al microentorno en la zona de Siguatepeque comienzan desde los proveedores para los distintos productos de comercialización en la zona hasta a la recaudación de impuestos por parte de la alcaldía. Siguatepeque se caracteriza por ser uno de los lugares mas atractivos para eventos ya sea bodas, conferencias, eventos gubernamentales y turístico, se estimo que al menos 10% de los negocios o empresas en la zona por causa de la crisis económica causada por la pandemia, según los indicadores de Francisca Portillo quien es presidenta de la Cámara de Comercios e Industrias de Siguatepeque.

Es aquí donde analizamos el panorama y podemos crear estrategias de crecimiento para la pequeña, mediana empresa. Metiendo dentro del circulo estratégico las variables importantes del microentorno de una empresa en el caso de siguatepeque representaría: Proveedores, Distribuidores, Clientes, Competencia y, por último, pero no menos importante el publico en general.

2.3 Macroentorno

Para la definición del macroentorno lo entenderemos como el conjunto de factores que existen en la economía considerada esta como un todo. Dentro de los factores que encierran la definición del macroentorno se encuentra: Economía, Demografía, Mercado Internacional, Ambiente, Política, Tecnología, Sociedad. Variables que son esenciales para el crecimiento de una comunidad en desarrollo. Para el caso de siguatepeque, el turismo, es uno de sus aliados favorables dado que atrae muchas personas por las actividades anteriormente mencionadas, el turismo en un enfoque macro logra diversos beneficios donde sea que esta

asentada, en el caso de Siguatepeque genera o produce inversiones a corto y largo plazo, desarrollo de empresas locales y, por último, pero no menos importantes la creación de empleos.

Los Factores mencionados en el párrafo anterior señalan la importancia que cumplen cada uno de ellos a la hora de tomar decisiones ya sean estratégicas o no, el punto nace cuando el gerente o el tomador de decisión se apega a una ideología de crecimiento que no va de acuerdo con las tendencias en el mercado. En panorama general y tomando en cuenta Siguatepeque se puede decir que Honduras había registrado las segundas tasas de crecimiento económico más altas de Centroamérica, superadas solo por las de Panamá. El crecimiento del PIB del país alcanzó el 4,8 por ciento en 2017, el 3,7 por ciento en 2018 y el 2,7 por ciento en 2019, por encima del promedio en Centroamérica y muy por encima del promedio en América Latina y el Caribe (ALC).

Honduras posee múltiples fortalezas con el potencial para un crecimiento más rápido y una mayor prosperidad compartida, con su ubicación estratégica, una creciente base industrial, esfuerzos continuos para diversificar sus exportaciones y una población joven y en crecimiento.

Variables que a largo plazo son de mucha utilidad debido a la cantidad de renovaciones que pueden hacerse en las estrategias de crecimiento y así mismo ser aceptadas sin muchos preámbulos. Para el caso del 2020 que se esperaba fuera uno de los peores años para la economía se puede decir que “la pandemia de la COVID-19 está afectando significativamente la economía de Honduras. Se espera que el PIB del país se contraiga un 7,1 por ciento en 2020 debido a una caída más pronunciada de lo esperado en el comercio, la

inversión y el consumo en medio de la desaceleración mundial y las prolongadas medidas de contención. Una contracción del PIB más profunda de lo esperado y un alto desempleo en Estados Unidos, el socio clave comercial y de inversión de Honduras y la mayor fuente de remesas, amplificaron esta contracción. Se espera que las pérdidas de empleo e ingresos afecten a los pobres, los vulnerables y la clase media.” (Banco Mundial,2020)

2.4 Teorías que Sustentan la Investigación

Sin duda alguna que las teorías y estrategias de crecimiento económico tendrán siempre su relevancia en la historia de la humanidad, en otros términos, sería la rama de mayor importancia y en la que los enfoques y sus objetos de mayor atención entre los investigadores económicos deberán estar enfocados. No es nada de otro mundo entender o darse cuenta de que las pequeñas estrategias o diferencias en su forma de operar puede crear tasas de crecimiento sostenidas durante largos periodos de tiempos y en si generar diferencias a niveles de renta per cápita.

En la concepción de Smith, quien analizo por años los distintos movimientos que suceden en una economía y de que manera se ven influenciadas así como el desarrollo o el progreso económico aparece caracterizado como un proceso endógeno, circular y acumulativo de cambio y transformación estructural que resulta de las relaciones de interdependencia existentes entre el proceso de acumulación de capital, la expansión de los mercados y el crecimiento de la producción, de la productividad y del empleo. (Adam Smith,2005) El núcleo del análisis de Smith del progreso económico está compuesto por:

- a) Su concepción de la acumulación de capital y de la división del trabajo.
- b) La proposición de que la “división del trabajo está limitada por el alcance o la extensión del mercado”, la cual está basada en la relación de dependencia reciproca existente entre la extensión y generalización de la división social del trabajo del proceso de subdivisión y especialización de industrias y la intensidad y el desarrollo del proceso de intercambio.
- c) El argumento de que todo acto de ahorro supone siempre, si bien no necesariamente de forma totalmente simultanea, una decisión o un acto correlativo de inversión, es decir, de acumulación de capital; nótese que este ultimo argumento es equivalente a (y antecedente de) la ley de Say.

En la concepción de Smith, la dinámica de la productividad es el resultado de los cambios en la estructura y en la organización de las actividades industriales, de las economías de la especialización y del aprendizaje por medio de la practica y del progreso técnico contemplado como un fenómeno esencial- mente endógeno. Dada la dependencia que, a través de la división del trabajo, Smith establece entre dicha dinámica y la expansión del mercado, nos podemos referir a la noción de rendimientos crecientes de naturaleza dinámica y macroeconómica estructural. (Economía y Desarrollo, 2005)

Según Myriam Quiroa. (Estrategia de crecimiento,2020). En consecuencia, el crecimiento externo se logra con la participación financiera o la compra de otras empresas. Se ha vuelto una estrategia muy común dado que el mercado cada vez se vuelve más competitivo y la competencia se vuelve un proceso global.

Características del crecimiento externo

Algunas de las características más importantes que genera el crecimiento externo son:

- Podría ser la única manera de poder competir contra empresas que son muy grandes y fuertes en el mercado.
- El crecimiento externo se produce de forma más rápida que el interno, porque las ventajas ya se encuentran desarrolladas por las otras empresas con las que se asocia.
- La inversión es menos arriesgada porque por lo general se obtienen los resultados estimados.

2.5 Análisis de las herramientas metodológica

Para poder desarrollar el proyecto y tener como sustento o base las herramientas metodológicas es necesario citar a varios autores y sus estrategias junto con la importancia de la planeación estratégica de crecimientos. Parte de las estrategias que se deben de tomar en cuenta para el crecimiento de la comunidad son:

Penetración del mercado, Ciertamente, el objetivo de esta estrategia es aumentar la participación de mercado de los bienes y servicios que ofrece la empresa al mercado, en este caso los diferentes hoteles o lugares que ofrecen turismo y consumo masivo. Esto se puede lograr haciendo que los clientes actuales compren más productos, ganando clientes de los competidores y captando clientes potenciales ya sea de otras ciudades cercanos o dentro de la misma. Tomando en cuenta que la comunidad aun cuenta con un mercado bastante abierto, ya sea para nuevos distribuidores o inversiones, por lo que es una de las bases claves para poder llevar a cabo las teorías de Adam en cuanto a los crecimientos económicos.

También esta: la Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el que hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier organización. Así, la Planeación Estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a alcanzar estos objetivos. (Gabriel, Roncancio,2018)

La Planeación estratégica siempre ha presentado un impacto positivo en la creación de nuevas metodologías de crecimiento económico en las empresas y comunidades por lo que cuenta con beneficios diversificados, dentro de ellos esta que permite que su organización actúe de forma proactiva y no reactiva por lo que definen puntos clave como lo es el hecho que:

- Da a todo el equipo un sentido de dirección
- Incrementa la rentabilidad y la cuota de mercado del negocio
- Aumenta la longevidad del negocio
- Aumenta la satisfacción laboral al dar sentido y propósito
- Establece una diferenciación y evita la convergencia competitiva
- Permite tomar mejores decisiones
- Incrementa la eficiencia operacional
- Identifica y establece prioridades para la organización.

Para el caso del enfoque macro que se le desea dar a las estrategias se deben también tomar en cuenta este tipo de variables ya que potencializa la dirección que se le quiere dar a los negocios y empresas y así producir resultados positivos.

Las herramientas son extensas cuando se refiere al planteamiento de nuevas estrategias a considerar en un mercado donde esta considerado demasiado dañado por los impactos de la pandemia, pero dicha situación toma un giro cuando se le hace un análisis puntual con referencia a las nuevas estrategias que se desean desarrollar y que tiene que ver con inversiones a futuro.

2.6 Antecedentes de metodología previas.

Los análisis y estrategias que se presentan en esta investigación están basadas en experiencias de grandes autores de la economía, que pasaron la mayor parte de su vida dedicándole su energía a soluciones económicas y de crecimiento. Por lo que dentro de los planteamientos que podríamos realizar sobre las estrategias de crecimiento están incluidas variables macros que son fundamentales para hacerle frente a la crisis que la comunidad de Siguatepeque esta realizando.

Los impactos económicos que la pandemia ha generado no son círculos que simplemente se pueden llenar con estrategias sencillas, se necesita de planteamientos a largo plazo que incluya innovación y fácil adaptación a cada una de ellas, ya que nadie puede definir el fin de la pandemia. Los constantes cambios que muchos de las empresas y negocios están haciendo incluye la diversificación y bastante tecnología, ya que la mayoría de sus menús o servicios hay que escanearlos mediante códigos QR.

En la concepción de Smith, la riqueza de toda sociedad, el conjunto de bienes o valores de uso que satisfacen las necesidades y deseos de los individuos que la componen, tiene su origen en la producción; en otras palabras, la riqueza social se genera y se amplía a través de la actividad productiva. Así, el análisis de Smith se centra en el flujo anual de producción, es decir, en el producto social anual y en especial, en la dinámica de este. A este respecto, en el primer párrafo de *La Riqueza de las Naciones*, Smith describe de forma clara y concisa la naturaleza y el origen del producto anual de toda sociedad. (Economíaydesarrollo,2005)

El trabajo anual de cualquier nación es el fondo que originalmente le provee con todos los bienes necesarios y comodidades de la vida que esta consume anualmente, y que, en todo momento, consiste en el producto inmediato de dicho trabajo, o bien de lo que con tal producto se compra a otras naciones. (Smith 1776: 1)

CAPITULO III METODOLOGIA

3.1 Metodología

3.1.1 Tipo y nivel de investigación

El diseño de la investigación del proyecto esta basada en la entrevista de investigación estructurada que se rige por un formato de preguntas estandarizadas ya que este tipo de preguntas se plantean de la misma manera y exactamente en el mismo orden a cada uno de los objetos de estudio. La cual se considera la mas adecuado para la investigación de crecimiento económica ya que influye en una precisa de elaboración de un formulario, donde están descritas todas las preguntas relevantes para la investigación. La entrevista se muestra un poco descriptiva ya que hace señalamiento a variables puntuales que están calculadas con precisión y no estimado.

3.1.2 Descripción del ámbito de la investigación

La investigación hace referencia al estudio de los factores mas relevantes que afectaron la economía en la región de Siguatepeque por causa del covid. Por lo que nuestra muestra y población a tomar en cuenta son todos aquellos hoteles y restaurantes que sufrieron impacto directo. Tomando en cuenta una evaluación sobre las estrategias que tomaron para poder resurgir y seguir operando.

3.1.3 Población y muestra

La población utilizada o tomada en cuenta para esta investigación son como se detalla anteriormente aquellos negocios que según la Cámara de Comercio de Siguatepeque se

vieron afectados y donde describen desde las variables mas relevantes que causaron dicho impacto al grado que tuvieron que cerrar o reinventarse a la nueva normalidad para operar.

Para esta investigación el método que se utilizo para cubrir esa población a estudiar fue mediante una entrevista estructurada la cual tiene como objetivo analizar lugares de bastante movimiento económico como lo es el caso de los hoteles, restaurantes o negocios de diferentes rubros. Una de las mayores ventajas dentro de esta herramienta es que podemos comparar las respuestas que cada uno nos brinda y así hacer un esquema de puntos clave que se deberán tomar en cuenta a la hora de proponer estrategias de crecimiento económico para los diferentes rubros.

Basado en el tema de muestreo se tomaron en cuenta la cantidad de 7 negocios incluidos hoteles para analizar los impactos que se generaron en hasta el día de hoy por razones de pandemia y la crisis que viene trayendo.

3.1.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

La técnica utilizada para la recolección de datos esta basado en informes anteriores de desarrollo económicos tales como los informes anuales que el BCH realiza analizando el crecimiento del PIB y desarrollo de factores exteriores a Honduras, esto es solamente para lograr identificar que variables ellos toman en cuenta en la sociedad para elaborar los reportes y de las razones por lo que se inicia la técnica identificando el principal problema de cada uno de estos negocios por lo cual podemos asegurar que la mayoría de ellos señalan que es debido a la situación de la pandemia y su falta de demanda por parte de los clientes.

Con las variables que se dedujeron de los informes se creo una entrevista que se enviara a los distintos negocios que forman parte de nuestra muestra para así conocer el patrón que se repite en cuanto a las funciones y lazos operacionales de los distintos rubros, la ventaja de dicha función es el poder profundizar en preguntas puntuales que saquen bastante información.

Por tal motivo, el investigador tiene menos libertad para plantear las preguntas al sujeto de estudio. Esta condición limita la interacción personal entre los participantes de la entrevista.

3.1.5 Plan de recolección y procesamiento de datos

El plan para seguir para el proceso de la recolección de datos es aplicar la entrevista y luego proceder a enviarla a cada uno de los integrantes de la muestra, en este caso las recolecciones de datos esta mas enfocada en poder conocer los distintos puntos de vista de como ha afectado la pandemia al negocio. Al realizar dicha entrevista se tocarán elementos puntuales para ser medidos dado que con esta estructura se desea asegurar que se planteen las mismas preguntas a todas las entidades que se están tomando en cuenta dentro de la muestra. Por lo que el motivo es resultante puede ser manipulada de forma estandarizada bastante sencilla y objetiva.

El plan debe situarse con la idea de que el entrevistador requiera de una etapa de capacitación menor sobre el tema en el que se esta realizando la entrevista ya que se debe conocer a profundidad si las respuestas dadas tienen lógica según lo que se busca investigar o la información que se desea extraer. Ya que muchos de los negocios no detallaran sus respuestas debido a las funciones que demanda su trabajo

CAPITULO IV: RESULTADO Y ANALISIS

Total, Población	Entrevistas	
7	Agencia de Viajes Thania	Cada uno de los que entreviste representa variables importantes a considerar en el mercado económico.
	Granja D'Elia	
	Agencias de Viajes	
	Restaurante Arroz chino	

Tabla 7 Población

4.1 Método de Medición Aplicado

El método de aplicación para recolectar la información requerida es un método directo que es específicamente la entrevista estructurada que se envió a la muestra que para nuestro caso fueron los restaurantes, hoteles o comercios en general de la comunidad de Siguatepeque, dado la información que se brinda y tomando en cuenta que se trata de una investigación sobre crecimiento económico, podemos decir que se trata de estadística descriptiva ya que menciona a detalle cada una de las mediciones que se pretende saber.

4.1.1 Justificación

Para el proceso de medición implementado en esta investigación se definió como objetivo único la obtención directa de las variables más importantes de las distintas causas y justificaciones sobre el retraso económico que sufrieron todos estos comercios en la comunidad de Siguatepeque. Para la recolección de dicha información se considero como la opción mas viable la entrevista estructurada ya que recolecta distintos puntos de vista y experiencias basados en las mismas preguntas.

4.1.2 Aplicación

Dicho instrumento fue implementado en las fechas del 22 al 27 de febrero en la comunidad de Siguatepeque, el método utilizado fue una entrevista estructurada mediante la aplicación Word y que se gestiono vida correo a cada a los diferentes comercios de la comunidad, el total de comercios entrevistados fueron 7, entre ellos, rubros tales como restaurantes, hoteles entre otros

4.1.3 Resultados

Dado que el resultado de mis entrevistas en su mayoría no es medible o no son el tipo de respuesta numérico si no mas bien explicados sobre la pregunta que se puntúa atreves la entrevista:

Según el restaurante Chan Liu.

1. ¿Según El Panorama General En Cuanto Considera Las Pérdidas Económica Para El Sector Turismo De Siguatepeque Por El Impacto Ha Generado La Situación De La Pandemia?

Las pérdidas o mejor dicho la estadística reconocida en siguatepeque, puede verse afectada en un 5%. Si bien tenemos fechas especiales como festival de las flores, como atracción turística, siguatepeque no es un sector turístico, más sin embargo si hay un alto flujo de personas ya que es una ciudad centro, que conecta a 2 ciudades industriales como lo es San Pedro Sula y Tegucigalpa.

El confinamiento y las cuarentenas implico una reducción, cuando no, una parada total, de las actividades de producción y consumo por un periodo de tiempo incierto sus primeros

meses, comenzando en marzo 2020 hasta julio 2020, que desploma los mercados y llevo al Cierre De empresas, llevando al desempleo a muchos hondureños, sin embargo Siguatepeque, como ciudad, se ha mantenido a flote por sus mismos habitantes, ya que han surgido proyectos en casa, reinversiones a nivel personal en cuanto a emprendimientos locales, y el cual hasta la fecha considero ha tenido un equilibrio en el sistema económico de Siguatepeque específicamente, muy positivo.

2. ¿Que variables puede mencionar que han llevado a la pérdida del negocio? (ejemplo: costos más altos, cierre, reducción de personal)

Considero estas son las principales variables de cierre de un negocio, en tiempo de crisis o no.

No adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos.

Ninguno solo eje tirar otra

Uno reinventarse para aplicar gestionar con mas precisión para la espera de masiva

La suma de desastres naturales y crisis económicas en un mismo año, como fueron los huracanes ETA, OTA y hasta la fecha el virus covid-19, se vio interrumpida en gran parte las cadenas de suministros, de materia prima, exportaciones, etc. Ya que las ciudades industriales fueron las más afectadas. Por lo tanto, los impactos negativos afectaron a muchas empresas a nivel nacional, tuvieron problemas para cumplir expectativas de un gran porcentaje de clientes, en donde todos estos problemas se ven reflejados en cierre de negocios, poca o nula disposición de materia prima, suministros, para distribuir a empresas que dependen directamente de los proveedores de las ciudades industriales.

La suma de estos efectos sobre los precios de las materias primas, las exportaciones, las cadenas de suministro, el turismo y las remesas repercuten la balanza de economía del país, ya hacen mayor su demanda por su escasez, subiendo así sus costos.

Por lo tanto, lleva al cierre de negocios, y la inestabilidad de este, por lo mismo repito la importancia de reinventarse, y más en tiempos de crisis.

3. ¿Que plan estratégico económico ha considerado para hacerle frente a la crisis?

Los planes estratégicos van de la mano con la evolución de cada empresa

Hacer uso del marketing.

Adaptarse a nuevos cambios tecnológicos.

Ser competitivo en el rubro que se desempeñe cada empresa.

Reinventarse en las nuevas tendencias de la población

Mantener la calidad de los productos.

Medidas de bioseguridad, indispensables para la confianza de nuestros clientes.

4 ¿Cuál es a su criterio el sector más afectado?

Los viajes y las actividades turísticas son los más afectados en honduras y se verán afectados debido a la rápida reducción de desplazamientos en todo el mundo.

Honduras recibe un importante número de cruceros en las islas de la bahía, cuya frecuencia es muy probable que se vea afectada durante la próxima temporada de verano.

Los ingresos procedentes de viajes y actividades turísticas representan un porcentaje alto ya que, en temporadas de verano y navidad, el descenso de los viajes internacionales afectará

estos pronósticos y perjudicará a un sector que aporta una gran parte de los ingresos de muchos hogares Hondureños.

Los viajes nacionales también se verán afectados por los toques de queda.

Además, Honduras Depende En Gran Medida De Las Remesas Internacionales. Se Calcula Que Aproximadamente Un Millón De Hondureños Viven Fuera Del País Y Muchos De Ellos Envían Transferencias A Sus Familias. Con El Tiempo, Estas Transferencias Se Han Convertido En Una Importante Fuente De Divisas Para El País

5. ¿Que acción inmediata ha tomado la cc para evitar pérdidas?

Desconozco.

6. ¿Existe algún plan de parte del gobierno para aliviar pérdidas y facilitar créditos a la mi pyme?

El gobierno de Honduras aparentemente ha adoptado medidas fiscales encaminadas a reducir la presión sobre las empresas, en particular las pymes. Sin embargo, las políticas se dirigen a las pequeñas y medianas empresas del sector formal, que pagan impuestos. La proporción de estas pequeñas empresas que son formales es modesta, y lo mismo ocurre con las cifras de empleados que se muestran. En ese caso, si bien algunas empresas se beneficiarán y seguirán teniendo actividad, muchas otras no recibirán apoyo. Debido a la reducción de la demanda interna causada por las medidas de cuarentena, muchas empresas no están operando ni generando ingresos. Las medidas propuestas de estímulo fiscal y flexibilidad beneficiarán actualmente a las empresas formales. Garantizar la supervivencia de las empresas a través de

estas políticas resulta esencial a mediano y largo plazo, pero excluye a gran parte de firmas en un contexto de alta informalidad como el de honduras.

Algunas de las medidas únicamente alcanzarán a una pequeña proporción de la población.

7. ¿Cuántos empleos directos e indirectos se han perdido?

Desconozco.

8. ¿Según su experiencia, ¿cuál sería una estrategia para atraer e incentivar más al consumo en la zona de Siguatepeque, específicamente en los pequeños negocios?

Ser una empresa con un valor agregado, ya sea por su calidad, atención, responsabilidad o exclusividad de este.

En cualquier sector de actividad, el hecho de ser promocionados de las formas más variadas posibles, independientemente si se trabaja online o no.

La competencia es alta y los potenciales clientes buscan soluciones que se puedan encontrar con facilidad.

Además, como el mercado digital está en constante expansión, hoy por hoy no resulta suficiente tener un buen producto o servicio y esperar que tu trabajo hable por sí mismo, hay que realizar un trabajo constante, en cuanto a la mejora del servicio en todos sus aspectos, y realizar campañas específicas en momentos puntuales o cuando las necesidades del negocio así lo requieran.

Estando a su disposición.

Chan liu, restaurante.

Por lo que con este concepto tenemos una idea mucho mas clara sobre lo que deseamos desarrollar en cuanto a la propuesta de mejora y lograr el fin del crecimiento económico en la zona de Siguatepeque, otra entrevista es la del complejo turístico Granja Delia.

Nombre de empresa: Complejo Turístico Granja Delia

Ciudad: Siguatepeque Comayagua Teléfono: 2773 0414

Rubro: Turístico

1. ¿Según el panorama general en cuanto considera las pérdidas económicas para el sector turismo de Siguatepeque por el impacto que ha generado la situación de la pandemia?

R/= El sector turístico registra una severa disminución en sus ingresos por cancelación del 100 % de las reservas y la ausencia total de clientes durante el asueto de la Semana Santa del año pasado y demás meses festivos en los que se proyectaban recibir ingresos superiores a los años anteriores, empresa como Granja D'Elia ha registrado una disminución en sus ingresos en un 50% aproximadamente, lo que ha causado pérdidas millonarias y un impacto económico irreparable para la empresa y toda la industria turística.

De acuerdo con los datos de la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (Canaturh), el COVID19 provocó en 2020 pérdidas por "más de 30.000 millones de lempiras" (US\$ 1.239 millones)

2. ¿Qué variables puede mencionar que han llevado a la pérdida del negocio? (Ejemplo: Costos más altos, cierre, reducción de personal)

R/= Los costos más altos y la reducción de personal han influido en las pérdidas económicas para las empresas del sector turismo. El 60% de las ventas de los empresarios se van en gastos de logística, gastos públicos, pago de cuotas de préstamos y eso pone en riesgo la competitividad de la empresa.

La reducción de personal fue una alternativa que las empresas turísticas tomaron para bajarla carga por concepto de planilla, sin embargo, eso afecta el servicio al cliente en las empresas turísticas ya que no se ofrece una personalización en atención al cliente.

3. ¿Que plan estratégico económico ha considerado para hacerle frente a la crisis?

R/= Generar Liquidez para la empresa. Una de las decisiones que se tomaron fue la búsqueda de líneas de crédito con el fin de mantener la liquidez en las operaciones.

4. ¿Cuál es a su criterio el sector más afectado?

R/= El grupo productivo más afectado es: Turismo (hoteles y restaurantes), comercio y transporte.

5. ¿Qué acciones inmediatas toma la Cámara de Comercio para evitar pérdidas?**R/=** Asesoría técnica de bioseguridad de acuerdo con los protocolos específicos. Entrega de Plan de acción correctiva para mejorar la implementación del protocolo. Entrega de kit señalización de bioseguridad.

Gestionando Kit de Bioseguridad, Gel, mascarillas y caretas plásticas.

6. ¿Existe algún plan de parte del gobierno para aliviar pérdidas y facilitar créditos a las MiPymes?

R/= El Gobierno de la República y la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), han suscrito un acuerdo cuyo fin primordial es apoyar a este sector productivo, por medio de reestructuración de préstamos empresariales y de tarjetas de crédito, así como

con reducción de tasas de interés.

Estos beneficios se podrán recibir por medio de la institución financiera que actualmente les haya apoyado con los préstamos, siempre y cuando los deudores hayan mantenido categorías de riesgo I y II. Dentro de los beneficios de los que pueden gozar estos empresarios y emprendedores se encuentra la reducción de hasta un 2% de la tasa de interés, la eliminación del cobro de intereses moratorios, y la no capitalización de intereses.

De igual manera, los solicitantes podrán solicitar el congelamiento de la categoría de riesgo en la Central de Información Crediticia, la que se estará manteniendo hasta el 31 de diciembre del 2020, en la categoría de riesgo que tenía al 29 de febrero del presente año.

Con la implementación de acuerdos de alivio financiero a los sectores más vulnerables durante la pandemia, se espera que todos aquellos micros, pequeños y medianos negocios que no podían reabrir y continuar aportando al movimiento de la economía nacional, debido a que sostienen deudas con el sector financiero nacional, puedan tener un respiro económico y destinar estos recursos al mantenimiento de sus negocios.

Los empresarios deben acudir a su institución financiera a fin de solicitar acogerse a estos beneficios antes de fin de año, ya que posteriormente tendrán acceso a nuevas facilidades de crédito, en conjunto con el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI). Estas son las medidas creadas por el gobierno sin embargo la dificultad radica en la cobertura y distribución de dichos beneficios de forma equitativa para todas las pymes.

7. ¿Cuántos empleos directos e indirectos se han perdido?

R/= En granja D'Elia Siguatepeque, se suspendió a un total de 100 empleados

aproximadamente entre directos e indirectos. Retornando al trabajo paulatinamente a mediados del año pasado.

8. ¿Según su experiencia, cual sería una estrategia para atraer e incentivar más al consumo en la zona de Siguatepeque, específicamente en los pequeños negocios?

R/= A través de campañas que promuevan el consumo local y recalquen los beneficios de consumir los productos de la zona central. Podemos mencionar los siguientes:

Precios más justos: Cuando un producto requiere ser importado para venderse, su costo aumenta. En cambio, el consumo local tiene precios más justos pues su distribución es local.

Trato directo con el productor: El trato es más directo con los productores, por lo que mejora su economía directamente, sin intermediarios que puedan reducir la ganancia final del productor.

Productos más frescos: Es muy probable que se consuma alimentos más frescos cuando se prefiere productos locales y no productos de importación.

LESLY

Yaneth

Edad:44

años

Entrevista Agencia de Viajes y tour operadora Thania Tours

1.El estimado según la asociación de pequeños hoteles de Honduras, USAID y Canaturh, las pérdidas han sido consideradas en más de 15 millones de Lempiras.

2.a) Poca afluencia de clientes

b) Liquidación forzosa de personal.

c) Inversión en prácticas permanentes de medidas de bioseguridad

3.Reinversión de productos turísticos locales

Creación de paquetes que incluyan hotel, aventura y descanso

Brindar seguridad al cliente de las medidas de bioseguridad se toman permanente, para que esté tenga la seguridad y prefiera nuestra empresa

4.En Siguatepeque el rubro más afectado es el turismo de convenciones

5._ A nivel de Cámara, lo que se ha hecho es mantener un constante entrenamiento en prácticas de bioseguridad para hoteles, restaurantes para que todos los socios estén en un mismo nivel y puedan ofrecer certificación de su personal. Insistiendo en la participación de todos los socios en estos seminarios virtuales de formación.

6._ Existe un plan de reactivación a través de Banprovih y la banca privada, para financiamiento hasta de 30 millones de Lempiras, pero no ha funcionado como se esperaba, pues la mayor parte de empresas turísticas son pequeñas y no cuentan con activos fijos que

sirvan de garantía o están en la central de riesgo por los cierres o bajas ventas producto de la pandemia.

7. El estimado es que cada una de las 38 empresas afiliadas a Canaturh Siguatepeque hizo una reducción del 50% de su personal.

8._Crear paquetes turísticos entre operadores, turismo de aventura, hoteles y restaurantes, para incentivar al turista nacional a que venga a disfrutar de la naturaleza en Siguatepeque.

Nombre: Thania Toledo

Edad: 47 años

Sexo: Femenino

Rubro: Agencia de Viajes y tour operadora

Entrevista a Centro de Eventos Siguatepeque.

Mi nombre es Fabiola D'Elia soy estudiante de la carrera de Hospitalidad y Turismo, por este medio me dirijo hacia usted para poder realizar una pequeña entrevista en donde se evaluará puntos necesarios para el desarrollo de mi proyecto de graduación. Agradezco de antemano el privilegio de su tiempo.

1.¿Según el panorama general en cuanto considera las pérdidas económica para el sector turismo de Siguatepeque por el impacto ha generado la situación de la pandemia?

En un 75%

2.¿Que variables puede mencionar que han llevado a la pérdida del negocio? (Ejemplo: costos más altos, cierre, reducción de personal)

Menos afluencia de clientes y reducción de personal

3.¿Que plan estratégico económico ha considerado para hacerle frente a la crisis?

Reinventarnos y solicitar crédito para capital de trabajo

4 ¿Cuál es a su criterio el sector más afectado?

Turismo

5.¿Que acciones inmediata ha tomado la CC para evitar pérdidas?

Ninguna

6.¿Existe algún Plan de parte del gobierno para aliviar pérdidas y facilitar créditos a las mipymes?

Si

7.¿Cuantos empleos directos e indirectos se han perdido?

10

8.¿Según su experiencia, cuál sería una estrategia para atraer e incentivar más al consumo en la zona de Siguatepeque, específicamente en los pequeños negocios?

Que el gobierno invierta en atracciones para la zona central

Nombre:

Patricia Pacheco

Edad:

52 años

Sexo:

Femenino

Rubro:

Turismo

Gracias

4.2 Propuesta de mejora.

Como se menciona en el capítulo 1 donde se detalla el objetivo general y específico de lo que se espera desarrollar una vez realizada la investigación en cuanto a los planteamientos de estrategias de crecimiento, en el que se resalta la importancia de la planeación estratégica como uno de los tantos esfuerzos para obtener como resultado decisiones fundamentales y acciones que promuevan una forma de conducir a lo que se hace y el porque se hace, de forma que se pueda orientar a la micro y mediana empresa a tomar acciones a largo plazo. Se presenta las siguientes propuestas para el sector turismo que contienen diferentes puntos, elementos y análisis necesarios para lograr la medida de crecimiento en los diferentes negocios de la comunidad de Siguatepeque.

Para entender el panorama completo de la propuesta de mejora es necesario entender todas las variables que esto incluyen, por lo que se toman en cuenta de la siguiente manera:

¿Quiénes son nuestros clientes?

R// Los turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona.

¿A quien consideramos como mercado?

R// A toda la actividad turística que se desarrolla dentro del municipio de Siguatepeque

¿Qué tipos de servicio y productos ofrecen?

R// Se ofrecen productos tales como hospedaje, restaurante, bar lounge, centro de eventos, coffee shops entre otros.

Conociendo el tipo de enfoque que tiene la investigación entonces podemos proponer las estrategias que consideremos adecuadas para el crecimiento del sector turismo.

Estrategias de crecimiento:

<p style="text-align: center;">Estrategia General:</p> <p>Promover la integración entre el micro y pequeños empresarios para crear una visión conjunta del desarrollo económico del municipio.</p>	<p>Estrategia Específica: Fomentar el trabajo en equipos para enfrentar las amenazas e entorno cambiante.</p>
	<p>Estrategia Específica: Promover programas de concientización para el desarrollo de una visión de grupal</p>

Tabla 1 Estrategia Integración

<p style="text-align: center;">Estrategia General:</p> <p>Incrementar el atractivo del municipio mediante la ejecución constante de productos turísticos como ferias artesanales y gastronómicas, rutas turísticas y festivales culturales que integren las diferentes actividades económicas.</p>	<p>Estrategia Específica: Diseñar productos turísticos que integren las diferentes actividades económicas.</p>
	<p>Estrategia Específica: Promover iniciativas para potenciar el turismo de la zona.</p>

Tabla 2 Estrategia Diseño de producto

<p style="text-align: center;">Estrategia General:</p> <p>Impulsar las modalidades de asociatividad mediante asistencia técnica para lograr una mayor organización del sector MYPE.</p>	<p>Estrategia Específica: Buscar nuevas fuentes de recursos financieros</p>
	<p>Estrategia Específica: Establecer alianzas con entidades de apoyo al sector turismo para fomentar las características naturales y culturales del municipio</p>

Tabla 3 Estrategia Recursos Financieros

<p style="text-align: center;">Estrategia General:</p> <p>Identificar fuentes de financiamiento y de apoyo institucional que beneficien al sector MYPE.</p>	<p>Estrategia Especifica: Fomentar las modalidades de asociatividad.</p>
	<p>Estrategia Especifica: Fomentar el trabajo en equipo para enfrentar las amenazas de entorno cambiante.</p>

Tabla 4 Estrategia Fuentes de Financiamiento

<p style="text-align: center;">Estrategia General:</p> <p>Promover la identidad cultural del municipio, así como los productos y servicios que ofrece para fomentar el turismo en la zona.</p>	<p>Estrategia Especifica: Lograr que el municipio sea reconocido por la hospitalidad que brindan a los turistas.</p>
	<p>Estrategia Especifica: Publicitar la exclusividad de los productos y la experiencia en las actividades económicas.</p>
	<p>Estrategia Especifica: Ofrecer nuevos productos de calidad que satisfagan las exigencias de los clientes manteniendo precios flexibles.</p>
	<p>Estrategia Especifica: Fortalecer la identidad cultural para lograr mayor reconocimiento del municipio como destino turístico.</p>
	<p>Estrategia Especifica: Promover iniciativas para potenciar el turismo de la zona.</p>

Tabla 5 Estrategia Identidad Cultural

4.4 Estrategia AIRBNB

Muchos hoteles alrededor del mundo se vieron encerrados en la misma situación que los diferentes hoteles en la comunidad de Siguatepeque por lo que tuvieron una idea que esta evolucionando mucho en Europa y otros continentes, se trata de poner a disposición sus cuartos en la plataforma AIRBNB, para que tenga mayor atracción de clientes. Recordemos que esta plataforma se trata de un sitio web y aplicación en donde podemos encontrar hospedaje cómodo combinado con un precio bastante accesible, al punto que incluso pueda dividirse este mismo y volverlo mas barato, para muchas personas el hospedarse en un hotel dejo de ser una opción y prefieren hostales, por lo que además de atraer la atención de turistas los vuelve un lugar seguro para recomendar.

Los costos que implica esta plataforma no son para nada molestos ya que los requisitos que tienen son fáciles de cumplir, dentro de ellos están el estar en un lugar seguro, que la habitación cuente con climatización y se mantenga nítida, entre otros aspectos. Por la parte de costos, el 15% del costo total de la renta de la habitación se quedará con la plataforma, mas una membresía anual que se debe pagar. Por lo que muchas personas incluyendo naturales se lanzan al proyecto y quedan satisfecho.

En resumen, se recomendaría a los hoteles de la comunidad de Siguatepeque como estrategia de crecimiento, el disponer varias de sus habitaciones para formar parte de la plataforma AIRBNB y así aumentar sus ingresos y atracción de clientes.

El tiempo de ejecución para esta estrategia es de forma inmediata y a largo plazo, ya que el único retraso que esta gestión de integración podría tomar es el cumplir con los requisitos que solicitan la plataforma AIRBNB

4.5 Estrategia “Nuevos Socios”

No es un tema nuevo el decir que una empresa tiene mas accionistas o que parte de ella pertenece a un nuevo grupo, ya sea de empresarios individuales o a una compañía en específico.

Dentro de las estrategias que podría sugerir para el crecimiento económico de los diferentes hoteles esta el vender parte de la empresa a accionistas o personas interesadas en inversiones del rubro hotelero, recordemos que cuando las acciones de la empresa se venden, se trata de aceptar el capital de un inversionista para poder formar parte de la sociedad que componen la empresa, desde ese momento las utilidades estarán divididas entre los socio propietarios, pero su nivel de impacto con el capital que ingreso les puede permitir poder situarse entre los mejores hoteles para hospedarse ya que dará la oportunidad de reinventarse y con esto valerse al punto que puedan aplicar la estrategia de diferenciación del producto, para este caso de servicio, junto con la potenciación de la imagen de la marca que representaran los usuarios perciban el valor diferencial en comparación a las competencias comunitarias.

Para lograr esta penetración de marca diferencial es necesario brindar una imagen de marca coherente y de confianza, ofreciéndole a ellos un trato de calidad garantizada.

CONCLUSIONES

*Las estrategias que los distintos hoteles pueden tomar para su desarrollo y crecimiento económico son diversas, todo se ve influenciado y direccionado al punto de permitir que nuevos accionistas e inversionistas puedan formar parte de la empresa e incrementar las posibilidades crecer económicamente dentro de la comunidad.

*Dentro de las estrategias que deberían de analizar todos los comercios esta la de poder prestar su espacio o habitación y hacerla parte de la plataforma AIRBNB ya que Siguatepeque es un lugar céntrico para muchos puntos de reunión y eventos formales.

*El hecho de que muchos hoteles se están reinventado es una buena noticia para poder aplicar la estrategia de diferenciación de producto, que resultaría para el caso de los hoteles, ya que una vez que se vive la experiencia solo queda el cliente junto con la experiencia vivida para contar o sugerir a otros clientes.

RECOMENDACIONES

*Crear un conjunto de estrategias entre los diferentes empresarios de la zona, para optar por una dirección paralela que permita el fortalecimiento unánime de todo el sector turismo del municipio de Siguatepeque.

*Hacer un análisis e investigación de cual de las estrategias conviene mas al hotel o comercio para evitar perdidas, para así determinar cual estrategia de crecimiento económico es mas viable a ejecutar para el usuario, y garantizar la seguridad que tenia antes de la pandemia.

*Realizar estudios de macroentorno y microentorno para direccionar el tipo de estrategia que se va a utilizar hasta la fidelización de consumidores y sin dejar a un lado el tema de la expansión hacia nuevos mercados.

*Darle seguimiento a las diferentes estrategias económicas que se apliquen, también tomar en cuenta generar datos ya que de ahí podemos partir una nueva estrategia, estableciendo indicadores sobre este y los resultados efectivos diarios.

Bibliografía

Datos Macros (s.f.) Recuperado el 2020:

<https://www.bancomundial.org/es/country/honduras>

Microentorno y macroentorno, (s.f.) Recuperado el 2014:

<https://retos-directivos.eae.es/microentorno-de-una-empresa-definicion-y-factores/>

Impacto de microentorno y como influye en las empresas, (s.f.) Recuperado el 2016:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las-empresas/>

Impacto económico en Comayagua y Siguatepeque, (s.f.) Recuperado el 2020:

<https://www.laprensa.hn/honduras/1375163-410/covid-19-golpea-economias-comayagua-siguatepeque-honduras>

Teorías de crecimiento económico, (s.f.) Recuperado el 2018:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2074-47062016000100004

Teorías de crecimiento y desarrollo, (s.f.) Recuperado el 2016:

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/14002996/helvia/aula/archivos/repositorio/250/271/html/economia/18/index.htm>

Planeación estratégica en comercios, (s.f.) :

<https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>

Método deductivo y entrevista estructurada, (s.f.) Recuperado el 2020:

<https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Teorías de crecimiento Adam Smith, (s.f) Recuperado el 2005:

<https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541308001.pdf>

Estrategias de crecimiento, informe, (S.f.) Recuperado el 2008:

<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/8884/1/T-658%20A367d.pdf>

Entrevista y aplicación:

Investigación y elaboración propia