

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**  
**UNITEC**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**PROYECTO DE GRADUCION PLAN DE MANEJO DE CRISIS DURANTE LA  
PANDEMIA DEL COVID-19 Y ELABORACION DE UNA ESTRATEGIA DE  
COMUNICACIÓN PARA EMPRESA “HOTEL SANDOVAL”**

**SUSTENTADO POR:**

**DANIELA MICHELL VÁSQUEZ MENÉNDEZ**

**21611017**

**KATHERINE DAYANA SANDOVAL RAPALO**

**21541305**

**SAMANTA GEORGINA VELÁSQUEZ MANCIA**

**11611183**

**STEFANY JOSSELYN GIRÓN PINEDA**

**21411081**

**PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE**

**LICENCIADAS EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**SAN PEDRO SULA, CORTES**

**HONDURAS, C.A**

**JULIO DEL 2020**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

LICENCIATURA DE MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

DR. MARLON ANTONIO BREVE REYES

SECRETARIO GENERAL

LIC. ROGER MARTINEZ

VICEPRESIDENTE ACADÉMICA UNITEC

ING. CARLA PANTOJA

GERENTE DE MERCADEO

ING. LUIS MARADIAGA

SAN PEDRO SULA

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2020

**PROYECTO DE GRADUCION PLAN DE MANEJO DE CRISIS DURANTE LA  
PANDEMIA DEL COVID-19 Y ELABORACION DE UNA ESTRATEGIA DE  
COMUNICACIÓN PARA EMPRESA “HOTEL SANDOVAL”**

TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS  
EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESORA:

ELIA MARIA COTO

TERNA EXAMINADORA:

ALEJANDRA DANILOV

JOSUE REYES

RAFAEL CASTILLO

SAN PEDRO SULA

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2020

## **DERECHOS DE AUTOR**

© Copyright 2020

DANIELA MICHELL VASQUEZ MENENDEZ  
KATHERINE DAYANA SANDOVAL RAPALO  
SAMANTA GEORGINA VELASQUEZ MANCIA  
STEFANY JOSSELYN GIRON PINEDA

Todos los derechos son reservados

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS .....	III
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN EJECUTIVO .....	VII
INTRODUCCIÓN .....	IX
CAPITULO I.....	10
1.1 Objetivos de Proyecto de Graduación .....	11
1.1.1.    Objetivo General.....	11
1.1.2.    Objetivos Específicos.....	11
1.2. Datos generales de la empresa .....	12
1.2.1. Antecedentes .....	12
1.2.2. Misión.....	13
1.2.3. Visión.....	13
1.2.4 Valores .....	13
1.2.5 Organigrama.....	14
CAPITULO II.....	15
2.1 Análisis de Mercado.....	16
2.1.1. Análisis PEST .....	16
2.1.2 Análisis FODA .....	21
2.1.3 Mercado.....	22
2.1.4 Segmentación de Mercado .....	22
2.1.5 Posicionamiento Estratégico .....	23
2.1.6 Key performance Indicators .....	23
2.1.7 Competencia en el Mercado .....	24

2.2 Estrategias de la Empresa.....	25
2.2.1 Estrategias a Nivel Corporativo.....	25
2.2.2 Estrategia de Crecimiento: Penetración de mercado .....	25
2.2.3 Estrategias a Nivel Empresarial.....	25
2.2.4 Estrategia de Diferenciación: Diferenciación en Servicio .....	25
2.2.5 Estrategias a Nivel Funcional.....	26
2.2.6 Estrategia Comercial o de Marketing .....	26
2.2.7 Plan de Marketing.....	28
2.2.8 Objetivos de Marketing.....	28
2.3 Cuatro P's Mezcla de marketing .....	29
2.3.1 Mezcla de Medios .....	32
2.3.2 Publico Objetivo .....	32
2.3.4 Mensaje .....	32
2.3.5 Productos y servicios .....	32
2.3.6 Medios.....	33
2.3.7 Redes Sociales Propuesta de Publicidad.....	33
2.3.8 Manejo de Medios .....	34
2.3.9 Control de medios.....	34
CAPITULO III.....	36
CONCLUSIONES.....	37
BIBLIOGRAFÍA .....	39
GLOSARIO .....	41
ANEXOS .....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Organigrama Hotel Sandoval.....	14
Figura 2 Botón de Reserva.....	26
Figura 3 Reservas en Facebook.....	27
Figura 4 Ejemplo de publicidad.....	31
Figura 5 Publicidad.....	31
Tabla 1 Presupuesto de Facebook.....	33

## ÍNDICE DE ANEXO

Anexo A Rótulo .....	43
Anexo B Entrada.....	44
Anexo C Recepción .....	44
Anexo D Habitación.....	45
Anexo E Gel en habitación.....	45
Anexo F Encuesta .....	46
Anexo G Video .....	47



## AGRADECIMIENTO

### **Daniela Michell Vásquez Menéndez**

En primer lugar, me gustaría dar gracias a Dios por permitirme llegar a este punto de mi vida, me ayudo a darme cuenta de lo puedo llegar hacer capaz y lograr todas esas metas y sueños que me propongo.

A mis padres que con mucho sacrificio y trabajo me dieron la oportunidad de culminar mi carrera universitaria, por sus sabios consejos y lo más importante por su apoyo incondicional.

Finalmente, me gustaría agradecer a todos esos catedráticos que tuve la fortuna de recibir sus conocimientos, cada uno de ellos me enseñaron cosas valiosas, tanto personales como profesionales.

### **Samanta Georgina Velásquez Mancía**

*“No hay nada imposible si lo crees posible”*

Agradezco el esfuerzo arduo que mis padres han hecho para que yo pudiese completar con una pieza más el rompecabezas de mi vida, el cual estoy armando con cada paso que doy. Gracias por ayudarme a crecer como profesional, por nunca dejarme de la mano aun cuando las cosas no son fáciles, gracias por los consejos, por siempre animarme a salir adelante y por hacerme creer que en esta vida nada es imposible si tenemos metas fijas, si somos consistentes y disciplinados en lo que deseamos y para finalizar, gracias a mi papá por ser el ejemplo claro de dedicación, esfuerzo, trabajo y humildad.

*“La confianza en ti mismo es la clave del éxito”*

Gracias a cada licenciado con el que tuve la oportunidad de compartir mi carrera universitaria, sin ustedes no sería igual, sé que se esfuerzan mucho para transmitirnos sus conocimientos de una forma más fácil de entender, gracias por prepararme para la vida laboral y por todas sus correcciones que, sin ellas este árbol no podría haber dado frutos.

¡Gracias a todos!

**Stefany Josselyn Giron Pineda**

En primer lugar, me gustaría darle gracias a Dios por darme la oportunidad de llegar a este punto de mi vida. A mis padres por su enorme sacrificio en brindarme la mejor educación posible, su apoyo y ayuda incondicional.

A todos los licenciados que me brindaron cada uno de sus conocimientos para poder formarme como profesional y la coordinadora de proyectos.

Por ultimo. Todas las amistades que hice en la universidad donde compartimos tristezas, estrés y sobre todo alegrías juntos. A mis compañeras de proyecto por ser increíblemente profesionales y un gran apoyo en esta etapa final. ¡Muchas Gracias!

**Katherine Dayana Sandoval Rápalo**

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de culminar mi carrera es la razón principal por la cual pude cumplir uno de mis sueños y metas propuestas

A mis padres y Tía por brindarme la oportunidad de seguir con mi carrera quienes con mucho esfuerzo y sacrificio ayudaron a suplir y apoyarme brindándome la mejor educación y por creer en que soy capaz de lograr lo que me propongo.

Agradezco también a mis catedráticos quienes compartieron de sus conocimientos conmigo y poder capacitarme como un profesional en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

¡Muchas Gracias!

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de graduación tuvo la finalidad de elaborar un plan de manejo de crisis post pandemia covid-19 para el Hotel Sandoval y de esa manera pudiese sobrellevar el impacto que este provocó.

Los propietarios del Hotel Sandoval consideraron que necesitaban ayuda para lograr mejorar su servicio y generar confianza a sus clientes para que pudiesen utilizar sus instalaciones sin ningún problema y de la misma forma comunicar a sus consumidores que el Hotel estaría tomando todas las medidas de precaución necesarias.

Para comenzar se realizaron los objetivos del proyecto ajustándolo a las peticiones de los propietarios, se hizo una evaluación de la situación en la que el Hotel Sandoval se encontraba, se analizaron las posibles soluciones que podrían beneficiar y ser de gran ayuda para el hotel, asimismo se comparó la competencia con los precios que estos ofrecen a sus consumidores.

El plan de manejo de crisis incluía dar posibles soluciones para que el Hotel Sandoval pudiese operar sin ningún problema al momento de reabrir sus puertas, transmitir a sus consumidores el mensaje de que en el Hotel Sandoval se están tomando las medidas de bioseguridad necesarias para el cuidado de colaboradores y consumidores.

Se elaboraron banners con las medidas de prevención que se debían de tomar al momento de entrar al hotel y se implementaron en la entrada, recepción y escaleras, para que así el huésped pudiese tenerlas en mente y no olvidar ninguna de ellas. Además, se realizaron posibles posts que el hotel podría publicar en su red social de Facebook, al igual que un corto de video donde se muestra el proceso de entrada al hotel y como se implementan las medidas de seguridad. Se incluyeron posibles métodos de pagos que el hotel podría incluir, esto para reducir el tráfico de efectivo y darle un sentimiento de seguridad al consumidor, cuidando así la salud de los huéspedes y la de los colaboradores. Mediante estas formas de pago los consumidores podrían realizar sus pagos a través de transferencias bancarias, con tarjetas de crédito o débito, y por compra click que consiste en enviarle un enlace al consumidor para que este pueda llenar los datos requeridos de su tarjeta de crédito o débito sin necesidad de enviar su información al Hotel Sandoval. Asimismo, se le hicieron algunas recomendaciones al Hotel como darles a sus clientes un frasco personal de gel

antibacterial, mascarilla, toallas desechables y que esto se incluyera en las habitaciones dándole un valor agregado al Hotel.

Este proyecto es de gran importancia ya que los estudiantes pudieron colaborar con el Hotel Sandoval para que se pudiese prepararse tomando todas las medidas necesarias y así poder reabrir sus puertas a sus consumidores, generando confianza y el sentimiento de seguridad en sus consumidores. Al momento de la elaboración de este proyecto los estudiantes se encontraron con bastantes dificultades ya que la información a la que podían acceder era bastante reducida, los lugares que necesitaban visitar permanecían cerrados, se tuvo que acceder a otros medios para poder obtener información valiosa y así poder llevar a cabo el proyecto.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como finalidad describir las diferentes propuestas planteadas en el proyecto de graduación realizado durante el periodo del 27 de abril al 16 de Julio del año 2020, para la investidura al título de Mercadotecnia y Negocios Internacionales. El proyecto se realizó para el Hotel Sandoval con el fin de apoyar a la empresa para implementar un plan de manejo de crisis el impacto negativo del COVID-19 ante sus operaciones y la creación de una estrategia de comunicación Pos-cuarentena.

El trabajo está conformado por el desarrollo de un plan de manejo de crisis ante la pandemia del COVID-19 y una estrategia de comunicación que le permitirá al hotel aplicar medidas que le ayuden a seguir operando ante dicha pandemia y posicionarse como un hotel que ofrece precios competitivos en el centro de San Pedro Sula, Cortes. Dentro de las actividades que se realizaron estuvo la recolección de información dada por el Hotel Sandoval, investigación secundaria, investigación sobre la competencia e investigación acerca del rubro a nivel nacional e internacional para poder iniciar el desarrollo de las propuestas.

La estructura del documento se divide en cuatro capítulos, en el cual el capítulo I está conformado por la información general de la empresa, la historia de cómo comenzó y su organigrama. Originalmente la empresa no contaba con una misión, visión y valores por el cual se decidió hacer una propuesta de cada uno de estos basándose en la filosofía e intereses del cliente.

En el capítulo II se plantea el mercado, la competencia y se analiza el entorno externo e interno del hotel y como este podría tener un impacto en la empresa. También se desarrolla elementos claves y el posicionamiento por el cual se basa la estrategia de comunicación y la creación de algunos indicadores de desempeño que ayuden a medir el rendimiento de dicha estrategia. Asimismo, se incluye información de todas las medidas que se van a implementar para seguir operando y así minimizar el impacto del COVID-19 ante la empresa. También se especifica el desarrollo del plan de marketing por el cual la empresa pretende darse a conocer como un hotel que ofrece un servicio de calidad a precios competitivos.

Finalmente, en el capítulo III se desarrollan las conclusiones y recomendaciones brindadas al Hotel Sandoval para mejorar su servicio.

# **CAPITULO I**

## **1.1 Objetivos de Proyecto de Graduación**

### **1.1.1. Objetivo General**

Aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en el desarrollo de un plan de manejo de crisis durante la pandemia del covid-19, y elaborar una estrategia de comunicación para el “Hotel Sandoval” en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.

### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Desarrollar estrategias de marketing que permitan actuar ante la crisis de la pandemia covid-19.
- ✓ Crear una estrategia de comunicación digital que utilizara el Hotel Sandoval al inicio de las operaciones Pos-cuarentena.
- ✓ Sugerir Key performance Indicators al Hotel Sandoval para que pueda sintetizar la información sobre la eficacia y productividad del Hotel.

## **1.2. Datos generales de la empresa**

### **1.2.1. Antecedentes**

Hotel Sandoval inició operaciones en el año 1997. Su diseño fue realizado por un ingeniero civil que trabajó en todos los detalles de la construcción.

El diseño y la forma en como han sido distribuidos los espacios del hotel, son un reflejo de la visión que el dueño tenía para el edificio.

Desde sus inicios el inmueble fue construido exclusivamente para servicios de hospedaje. Su distribución es la siguiente, cuenta con tres plantas, la primera consta del área de recepción, la segunda y tercera planta es donde están ubicadas las habitaciones. La instalación cuenta con veintitrés habitaciones debidamente equipadas con aire acondicionado, ventilador y un espacio óptimo para el descanso.

Las tarifas de hospedaje se mantienen en un rango desde Lps.180.00 hasta Lps.410.00 por noche, brindando así tarifas accesibles a los visitantes.

Parte de su fortaleza como proveedor de hospedajes es su trayectoria, ubicación, accesibilidad 24/7 y marketing de boca a boca.

Como parte de su mejoramiento continuo, Hotel Sandoval recientemente renovó su imagen. Alguna de las innovaciones incluyó la construcción de una sala de estar que permite a los visitantes disfrutar de un tiempo de tranquilidad mientras esperan realizar el proceso de check-in o check-out. Adicionalmente fue creado un cubículo que tiene la capacidad de dos a cuatro personas para que los huéspedes puedan contar con un espacio para poder fumar si así lo desean. Aprovechando el hotel su buena ubicación, instaló un rótulo de luz para brindar mayor visibilidad y referencia a futuros visitantes.



### 1.2.2. Misión

Brindar un servicio de calidad y confort a precios accesibles, a través de una atención personalizada para la satisfacción total de nuestros clientes, ofreciendo un ambiente seguro y cómodo bajo un modelo de negocio 100% familiar, rentable y sólido.

### 1.2.3. Visión

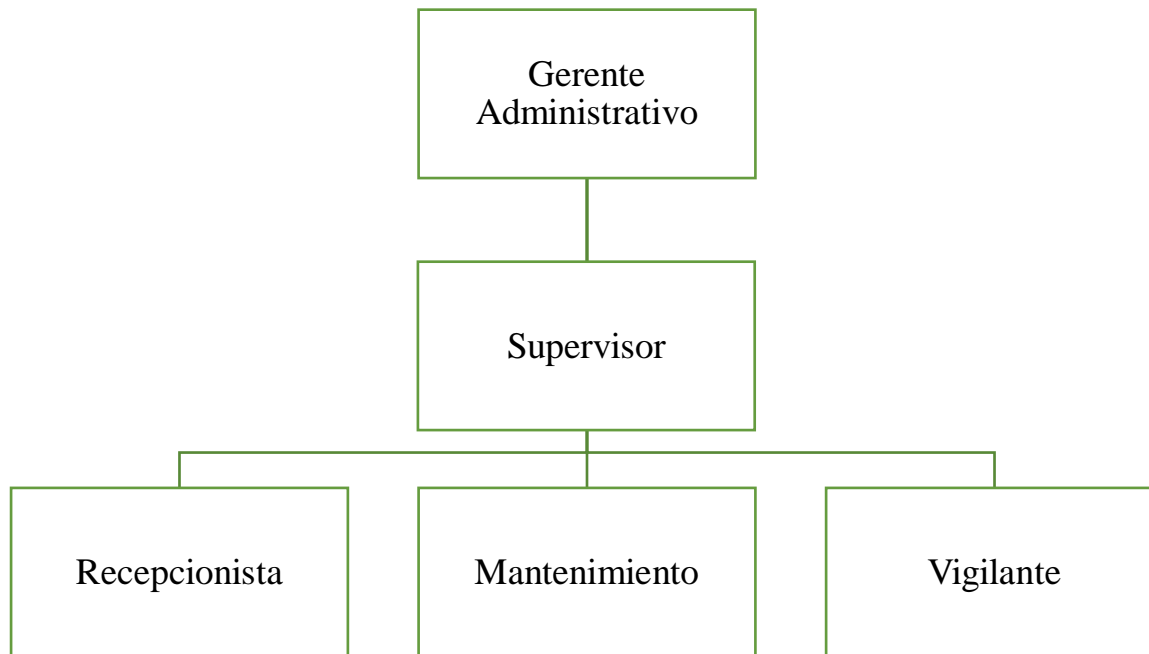
Para el 2025 aspiramos a ser la primera opción de hospedaje con los precios más accesibles en el área del centro de San Pedro Sula.

### 1.2.4 Valores

- ✓ **Compromiso:** En siempre brindar un servicio de calidad hacia nuestros huéspedes.
- ✓ **Respeto:** A todos nuestros huéspedes, clientes, accionistas y colaboradores.
- ✓ **Integridad:** En cada una de nuestras acciones, manejando todas las situaciones con honestidad, honradez y rectitud.
- ✓ **Vocación de servicio:** Para poder satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes y servirles con proactividad, respeto y dedicación.

### 1.2.5 Organigrama

**Figura 1 Organigrama Hotel Sandoval**



Fuente: Elaboración propia

# CAPITULO II

## **2.1 Análisis de Mercado**

### **2.1.1. Análisis PEST**

#### **Entorno Político**

En Honduras se ha venido incentivando cada vez más la creación de nuevas empresas por medio del desarrollo de leyes que favorezcan y protejan a las mismas. Sin embargo, para los mismos emprendedores no ha sido una tarea fácil, ya que siempre su necesidad y esfuerzo ha venido chocando con los altos costos de energía, burocracia, altas tasas de interés, inseguridad y extorsiones que les impide seguir operando.

Desde el año 2012, el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), La Secretaria de Desarrollo Económico y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) han creado diferentes alianzas para fortalecer las MiPymes que buscan hacer crecer sus negocios brindándoles herramientas y diferentes capacitaciones para que sus productos y/o servicios cumplan con los estándares de calidad global.

A nivel nacional, las MiPymes reciben apoyo financiero y capacitaciones a través de diferentes instituciones del gobierno con el propósito de no solo crear más empresas para enfrentar el desempleo, sino de fortalecerlas y desarrollarlas para reducir el subempleo.

En el año 2018 se publicó la nueva Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa donde establece que es obligación del Estado garantizar el desarrollo equilibrado de todos los sectores de la producción y crear oportunidades en igualdad de condiciones para la mejoría económica de los ciudadanos. Es por esto mismo que el Estado reconoce la actividad de la Micro y Pequeña Empresa como de interés público para promover el empleo, bienestar social y económico de todos los participantes en estas unidades económicas.

Esta ley impacta positivamente al “Hotel Sandoval” porque por medio de esta se obtienen beneficios fiscales como exención del pago de impuesto sobre la renta, impuesto al activo neto y aportación solidaria temporal. También la exención de cobros por cargos para la emisión de actos administrativos, licencias y otros conceptos necesarios para la operación durante un periodo de tres años.

Actualmente el país está pasando por una pandemia que ha obligado a todas las personas a permanecer en confinamiento y por ende los negocios no han estado operando de manera normal desde marzo 13, teniendo periodos de cierre absoluto. Esto sin duda afecta al hotel porque sin huéspedes no podría cubrir con los gastos operativos y administrativos.

Es por esto mismo que el presidente de la República de Honduras anuncio un conjunto de normas fiscales y medidas tributarias que a continuación, se especifican

- Conceder una prórroga a los obligados tributarios categorizados como pequeños y medianos contribuyentes y a las personas naturales en la obligación de presentación y pago (sin multas e intereses) de las declaraciones siguientes:
  - Obligación de declaración y pago del Impuesto Sobre la Renta, Aportación solidaria y Activo Neto.
  - Contribución del Sector Social a la Economía.
  - Contribución social del Sector Cooperativo.
- Los obligados tributarios categorizados como pequeños y medianos contribuyentes podrán gozar de un descuento del 8.5% en el Impuesto Sobre la Renta a pagar del periodo fiscal 2019 si realizan la presentación de sus declaraciones y el pago de este a más tardar el treinta de abril de 2020.
- A los obligados tributarios que conserven a todos sus empleados dentro del plazo iniciado desde la declaración de estado de emergencia surgido por el COVID-19 hasta diciembre del año 2020, respetando el pago de salarios y derechos laborales, y que no hubieren realizado suspensión ni terminación de contratos de trabajo, les será reconocido una deducción especial adicional de su renta bruta equivalente a un **10 %** calculado sobre el pago de sueldos y salarios realizado en los meses que dure el estado de emergencia decretado, misma que podrá ser contabilizada como gasto deducible adicional para efectos del Impuesto Sobre la Renta en el periodo fiscal 2020.

Todas estas medidas tributarias tienen el fin de salvar los empleos y minimizar el impacto negativo de la pandemia sobre las MiPymes hondureñas incluyendo al “Hotel Sandoval”.

## **Entorno Económico**

La OMT estimó que la propagación geográfica del covid-19 y su potencial impacto económico, reducirá las llegadas de turistas internacionales entre un 1% y un 3% en 2020 a escala mundial, frente al crecimiento registrado en enero anterior de entre el 3% y el 4%.

La consecuencia de esto sería una pérdida estimada de entre 30,000 y 50,000 billones de dólares, en gastos de visitantes internacionales en los diferentes destinos (ingresos por turismo nacional)

Este año, Honduras proyectaba ingresos por el orden de los 1,000 millones de dólares por concepto de llegada de turistas internacionales, pero debido al covid-19 las entradas de divisas se reducirán significativamente.

Los empresarios y microempresarios del rubro temían la confirmación de nuevos casos del covid-19 en el país ya que debido a esto la aplicación de mayores y drásticas medidas preventivas y de contención de la pandemia, el gobierno se vio obligado a cancelar la movilización de miles de personas durante las vacaciones de semana santa, lo que se tradujo en millonarias pérdidas para los hoteles, restaurantes y negocios, cuyos propietarios invirtieron sus ahorros o sacaron préstamos para ésta temporada.

Debido a la situación del covid-19, la demanda de servicio se ve afectada y por ende surge la disminución, forzando a la empresa a reducir sus precios de hospedaje para poder subsistir. Las empresas hoteleras están comprometidas a proveer a sus clientes las medidas de higiene y precaución necesaria, por lo tanto, se verá un aumento significativo en los costos de la empresa. En la actualidad, la publicidad en redes sociales es de mucha importancia ya que a través de ella podemos tener un mayor alcance y generar posibles consumidores de nuestro servicio. Tomando en cuenta la pandemia en estos momentos, se necesita incrementar la publicidad en las redes sociales, ya que es la forma más directa de poder llegar a los consumidores y lograr estar en la mente de ellos.

## **Entorno Social**

La Administración de Recursos y Servicios de Salud de los Estados Unidos advierte que la soledad puede ser tan perjudicial para la salud como fumar 15 cigarrillos al día. Los sentimientos de aislamiento y soledad pueden aumentar la probabilidad de depresión, presión arterial alta y muerte

por enfermedad cardíaca. También pueden afectar la capacidad del sistema inmune para combatir infecciones, un hecho que es especialmente relevante durante una pandemia.

“El aislamiento social, y más particularmente en los grupos de riesgo por edad tiene graves consecuencias en relación con la salud psíquica. En personas mayores, tiende a generar no solamente depresión, sino además una retracción libidinal psíquica, es decir un distanciamiento o desconexión de los objetos y las personas que puede elevar el nivel de daño de las enfermedades neurológicas o acelerarlas”, explicó el psicoanalista Jorge Eduardo Catelli (MN 19868).

Los estudios también han demostrado que la soledad puede activar nuestra función de lucha o huida, causando inflamación crónica y reduciendo la capacidad del cuerpo para defenderse de los virus. Aunque el aislamiento es la respuesta correcta a la pandemia de coronavirus, necesitamos exactamente lo contrario en respuesta a la epidemia de soledad.

El aumento de inseguridad de los consumidores es inevitable y es esa la razón por la cual muchos optarían no dormir fuera de casa. En estos momentos, el consumidor se puede ver un tanto desconfiado al quedarse en un hotel ya que no tiene la certeza de que se están cumpliendo con las medidas de higiene necesaria. Tomando en cuenta que la demanda del turismo está siendo impactada debido a la pandemia covid-19 el mercado laboral y familiar se han adaptado a la situación actual y han optado por medidas alternativas para poder llevar acabo las tareas diarias, tales como; reuniones a través de video conferencias familiares y de negocios, trabajos remotos y distribución de cortas distancias. Tomando esto en cuenta podemos observar que hay reducciones de viajes familiares y viajes de trabajo.

### **Entorno Tecnológico**

A nivel de Centroamérica, Honduras es el tercer país de la región en términos de adaptación del uso de tecnología en cuanto a micro, pequeña y mediana empresa. En un mundo tan globalizado es importante que las empresas, sin importar su rubro o tamaño, opten por la transformación digital, ya que esta les permite ser más eficientes en sus operaciones y optimizar ganancias. Sin embargo, la implementación de la tecnología en las empresas sigue siendo un tema difícil para algunos sectores de las MiPymes hondureñas. Según un informe de Diagnostico sectorial de las MiPymes en Honduras en el año 2015 el 20% de las micro, 45% de las pequeñas y el 65% de las grandes empresas tienen acceso al internet y el 26% de las micro, 53% de las pequeñas y 75% de

las medianas empresas hacen uso de equipos que les ayuda al manejo de programas de facturación, inventario y contabilidad.

Hoy en día, para que un negocio pueda entrar en la etapa de transición este debe invertir en sistemas eficientes que le permita un mejor control de inventario y simplificar su administración.

En los últimos años el comercio electrónico ha crecido tanto debido a la facilidad con la que se puede realizar una compra sin necesidad de tener que salir de la casa o del lugar en donde uno se encuentra. Esto es importante porque últimamente las empresas hondureñas han ido adoptando esta modalidad debido por la pandemia que está afectando al país las personas no pueden ir físicamente a comprar el producto o servicio, pero pueden hacerlo desde la comodidad y seguridad de sus casas. Para el “Hotel Sandoval” este concepto ha sido de mucho provecho, ya que ellos están presentes en páginas como Booking.com donde cualquier persona puede ver sus diferentes habitaciones, precio, reseñas de otras personas y crear una experiencia de reserva online óptima.

También las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para las empresas porque esta les permite captar e interactuar con los usuarios. El hotel, desde noviembre del año 2019, dispone de una cuenta en Facebook en donde poco a poco se ha dado a conocer y muchos de sus clientes habituales comparten experiencias positivas que han tenido cuando visitan el lugar. Todo esto ayuda al hotel a crear una buena reputación y estar más cerca de los usuarios. Sabemos que el consumidor se ha vuelto más inteligente porque primero se informa y luego toma una decisión, es por esto mismo que la gestión de las redes sociales juegan un papel importante en la reputación online de una empresa.



## 2.1.2 Análisis FODA

### Fortalezas

- Hotel Sandoval cuenta con precios altamente competitivos en la zona centro de San Pedro Sula.
- Se encuentra en un lugar estratégico por la zona en la que está ubicado.
- Es el Hotel con mejor infraestructura de la zona comparado con su competencia.

### Debilidades

- Tiene deficiencia en capacitaciones de servicio al cliente, lo cual es importante para atacar el servicio general.
- No se está generando nuevos clientes, únicamente se mantiene la base de clientes y cuentas tradicionales.

### Oportunidades

- La apertura de un nuevo Centro Comercial en las inmediaciones al lado del Hotel puede permitir una alianza estratégica con el equipo del Centro Comercial para publicitar los servicios del Hotel.

### Amenazas

- Desastres naturales.
- La pandemia del covid-19 la cual ha intervenido en actividades que se desarrollan en la ciudad como la Feria Juniana que es cuando el hotel genera gran cantidad de ingresos.
- Estabilidad Política, Social y Económica del País como por ejemplo inflación, ajustes del gobierno, nuevas leyes, más impuestos al turismo.

### **2.1.3 Mercado**

El Hotel Sandoval está ubicado en el centro de la ciudad de San Pedro Sula. No se enfoca en el rubro turístico sino en el rubro comercial, sus clientes son proveedores, comerciantes, que viajan a la ciudad de San Pedro Sula. Normalmente, el movimiento está focalizado en las operaciones de comercio diario de San Pedro Sula y cuenta con algunos picos en determinadas épocas del año, dentro de esas fechas están: la Feria Juniana y Fiestas navideñas, durante estas fiestas se cuenta con un gran número de comerciantes que participan en diferentes eventos y utilizan el hotel durante algunas semanas.

Dentro de los comerciantes que visitan el hotel se pueden mencionar mayoristas y minoristas de artículos plásticos para el hogar, transportistas que surten bodegas de productos alimenticios desde sal hasta pequeños productores de Frutas y Verduras dentro y fuera de la ciudad de San Pedro Sula con el fin de vender su producto, asimismo pequeños comerciantes que compran productos para abastecer sus mini súper y tiendas de conveniencia.

Hotel Sandoval Se conoce por su marketing de boca a boca que ha venido posicionándose en el mercado con una trayectoria bastante larga por su buena administración y servicio al cliente.

Balseiro (2008) define “El marketing boca a boca se basa en darle a la gente una historia interesante para contar”

### **2.1.4 Segmentación de Mercado**

Hotel Sandoval desde sus inicios ha estado enfocado en hospedajes de corto plazo.

Dirigidos a pequeños productores que vienen de afuera de la ciudad, principalmente del sector agroalimentario, asimismo, a personas que realizan actividades de albañilería, transportistas, construcción o pintura con contratos de corto plazo que provienen de ciudades aledañas. Debido a su enfoque "low cost" Hotel Sandoval, se ha convertido en una excelente alternativa para los mochileros que se ven beneficiados por su ubicación, accesibilidad y necesitan alojarse por un corto tiempo, siendo así una alternativa a los hostales.

## 2.1.5 Posicionamiento Estratégico

Hoy en día para una empresa no basta con solo ofrecer el producto o servicio, esta tiene que esforzarse para crear una diferenciación contra sus competidores, ofrecer un valor agregado y responder a todas las necesidades de los compradores dando como resultado no solo a la satisfacción del mismo sino también logrando una percepción favorable del consumidor. Todos estos factores ayudan a establecer un posicionamiento estratégico adecuado para cada empresa.

Para poder establecer una estrategia de posicionamiento para el “Hotel Sandoval” se basó en las estrategias de marca que propone Philip Kotler, más conocido como el padre del marketing.

- Por medio de atributos: El hotel cuenta con ciertos atributos excepcionales, por ejemplo, perfecto estado de mantenimiento, buen gusto en cuanto a la decoración y cantidad de servicios que ofrece (habitaciones con servicio VIP, servicio de entrega de comestibles, cambio de moneda entre otros). Es importante definir muy bien los atributos principales ya que por medio de estos se puede fortalecer la imagen del hotel en la mente del consumidor.
- Por medio calidad-precio: Se sabe que el segmento de mercado al que está dirigido el hotel son personas que solo buscan un lugar para dormir por lo cual el hotel no solo ofrece precios competitivos en el mercado, sino que también calidad en cada uno de sus servicios. Para las personas que llegan en carro está el servicio de aparcamiento privado, ya sea en la calle, en un garaje o vigilado en el establecimiento y todo esto gratis. La estrategia se basará en ofrecer una experiencia agradable a un precio competitivo para los huéspedes.

Ambas son muy importantes, pero se ha elegido posicionarse por medio de calidad-precio ya que través de esta estrategia el hotel se puede posicionar de una manera en la que se destaque sobre su competencia, sobre todo en ámbitos en donde hay hoteles que ofrezcan características parecidas.

## 2.1.6 Key performance Indicators

### Encuesta ver Anexo F

Debido a la pandemia de covid-19 la industria del turismo se ha visto afectada a nivel mundial, los subsectores más afectados son los pequeños y medianos hoteles. Debido a las incertidumbres que se aproximan en los meses siguientes es necesario realizar cambios que se adapten a los nuevos

parámetros de las necesidades emergentes, se le recomienda al hotel Sandoval el siguiente indicador de rendimiento clave post covid-19 siguiendo las medidas de bioseguridad.

- Índice satisfacción del cliente: Se le recomienda al Hotel Sandoval programar una encuesta específica que les permita obtener los resultados por medio digital o en físico donde plasme si el hotel está siguiendo las normas de bioseguridad mostrando un interés real a la importancia de la situación vivida y lo que se está realizando al respecto y si el servicio cumplió con sus estándares. La puntuación es el promedio de todas las respuestas de los clientes.

### **2.1.7 Competencia en el Mercado**

Definir y conocer la competencia en el mercado es un factor clave para una empresa ya que por medio de esta se evalúan ciertos aspectos de los competidores que hay en el mercado con el objetivo de crear una ventaja competitiva frente a ellos.

El “Hotel Sandoval” cuenta con la siguiente competencia en el mercado:

- **Hotel Cuscatlán:** Hotel declarado en bancarrota, despidió a todo su personal y ha cerrado definitivamente como consecuencia del covid-19.
  - Cuenta con un máximo de 12 habitaciones
- **Hotel La Confianza:** Cuenta con un máximo de 6 habitaciones las cuales están distribuidas de la siguiente forma:
  - Habitación sencilla L 305.00
  - Habitación doble L 355.00
  - Habitación triple L 405.00
  - Habitación cuádruple L 505.00
- **Hotel Concepción:** Cuenta con un máximo de 5 habitaciones las cuales están distribuidas de la siguiente forma:
  - Habitación sencilla L 310.00
  - Habitación doble L 350.00
  - Habitación triple L 415.00
  - Habitación cuádruple L 510.00
  - Opción más cómoda, tienen habitación con ventilador de techo a un precio de L 250.00.

## **2.2 Estrategias de la Empresa**

### **2.2.1 Estrategias a Nivel Corporativo**

#### **2.2.2 Estrategia de Crecimiento: Penetración de mercado**

Una de las expectativas del “Hotel Sandoval” es perdurar competitivamente en el mercado para seguir creciendo y siempre brindar un servicio de calidad, por lo tanto, por medio de esta estrategia se pretende incrementar la participación del hotel en los mercados que ya opera y con los servicios que ofrece. Se sabe que el mercado al que va dirigido el hotel y su competencia es bien sensible en cuanto a los precios, por lo cual, se estaría estableciendo precios competitivos, implementar procesos de reserva más sencillos y brindar una primera impresión de seguridad hacia los huéspedes donde el hotel cumpla con todas las medidas de higiene. Todas estas estrategias se aplican con la intención de mantener a los clientes actuales, y atraer clientes potenciales.

### **2.2.3 Estrategias a Nivel Empresarial**

#### **2.2.4 Estrategia de Diferenciación: Diferenciación en Servicio**

Hotel Sandoval está en constante cambio, su objetivo es mantener a sus clientes satisfechos con el servicio ofrecido.

Actualmente los hoteles se ven comprometidos a seguir todas las medidas de seguridad durante su reapertura. Sin embargo, Hotel Sandoval ofrecerá desinfectar tanto el área de aparcamiento como el interior del hotel, proporcionar guantes y mascarillas como cortesía del hotel. Asimismo, seguirá con las medidas de seguridad necesarias tales como ser: toma de temperatura al momento de ingresar, gel antibacterial en zonas estratégicas, alfombras pediluvio entre otros. Además de esto, se estarán haciendo cancelaciones sin ningún costo como también los clientes podrán realizar sus pagos en línea y los costos de las habitaciones se mantendrán.

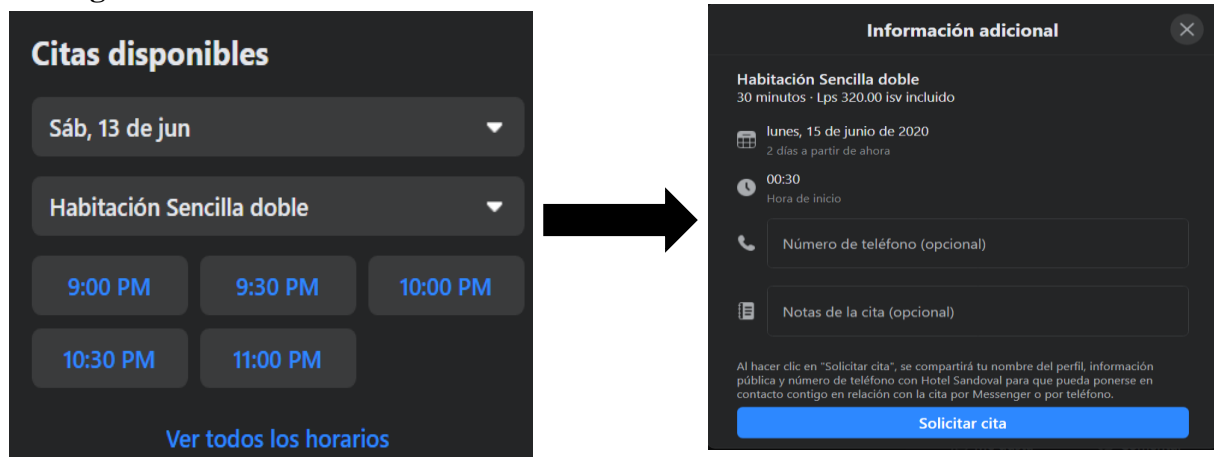
## 2.2.5 Estrategias a Nivel Funcional

### 2.2.6 Estrategia Comercial o de Marketing

Para comunicar de forma efectiva todos los servicios que ofrece el "Hotel Sandoval" se haría mediante Facebook, el cual permitirá facilitar la comunicación con los usuarios a través de las opciones de mensajería, brindar contenido atractivo, comunicar las estrategias promocionales para atraer nuevos clientes, además de que dicha red social da la opción de ventas directas de servicios, las ventas pueden producirse por medio de un botón de compra u opción de reserva. Sabemos que hoy en día las personas investigan antes de realizar una compra, de manera que aprovechar la confianza generan los contenidos de valor puede resultar muy ventajoso. También el hotel contaría con presencia en las principales plataformas de reserva de hoteles como ser Booking.com, Trivago y entre otras, esto con el objetivo de contar con diferentes canales en el cual el cliente tenga más facilidad de hacer una reserva directa y brindar una atención digital al cliente. A continuación, se muestran algunas imágenes de como sería cada una de las opciones anteriormente mencionadas.

#### Botón de reserva en la página oficial de Facebook

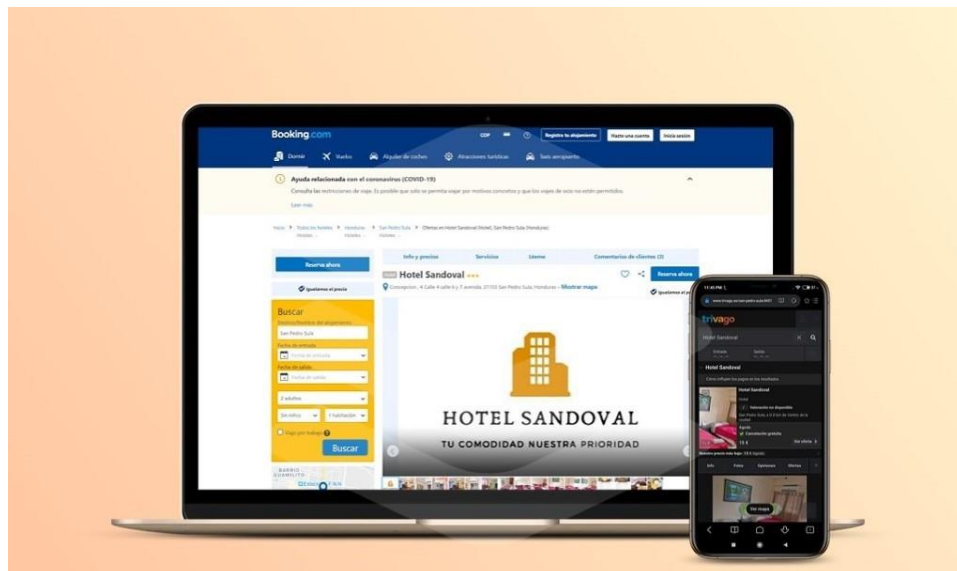
Figura 2 Botón de reserva



The image displays two screenshots of a booking interface. The left screenshot, titled "Citas disponibles", shows a date selector set to "Sáb, 13 de jun", a room type selector set to "Habitación Sencilla doble", and five time slot buttons: "9:00 PM", "9:30 PM", "10:00 PM", "10:30 PM", and "11:00 PM". A link "Ver todos los horarios" is at the bottom. A large black arrow points from this screen to the right screenshot. The right screenshot, titled "Información adicional", shows details for a "Habitación Sencilla doble" (30 minutos - Lps 320.00 isv incluido) on "Lunes, 15 de junio de 2020" (2 días a partir de ahora) starting at "00:30". It includes optional fields for "Número de teléfono" and "Notas de la cita", a privacy notice, and a blue "Solicitar cita" button.

## Plataformas de reserva

Figura 3 Reservas en Facebook



### **2.2.7 Plan de Marketing**

El plan de marketing se desarrolla para cumplir los objetivos de la empresa, así poder proporcionar la nueva dirección que generará una mejora post covid19 para el Hotel Sandoval. A continuación, se plantean los objetivos para lograrlos a través de tácticas específicas utilizando la información del segmento de mercado y entorno actual.

### **2.2.8 Objetivos de Marketing**

- ✓ Incorporar las diferentes estrategias de comunicación digital.
- ✓ Lograr el conocimiento por parte de los clientes y clientes potenciales acerca de las regulaciones de bioseguridad que el Hotel Sandoval estará tomando, se llevaran a cabo a través de los medios y publicidad.



## **2.3 Cuatro P's Mezcla de marketing**

### **Producto**

El Hotel Sandoval está comprometido a satisfacer a sus consumidores mediante la aplicación de las medidas preventivas a causa del covid-19. Se tomará en cuenta la seguridad del cliente desde la entrada, utilizando alfombras pediluvio para desinfectar los zapatos, aplicando gel antibacterial en las manos, y tomando la temperatura del huésped.

Asimismo, se le recomienda al Hotel Sandoval la aplicación de dispensadores de gel antibacterial en zonas estratégicas del hotel. El ofrecimiento de artículos como, pañuelos desechables, mascarillas, y un frasco personal de gel antibacterial por habitación. Así como también que se implemente el lavado de sábanas diario para crear un sentimiento de seguridad y confianza en el cliente, desinfectar el área de aparcamiento y por último la implementación de una pantalla de acrílico en forma de L (conocido como escudo protector) para cubrir el área de recepción, con esto se pretende evitar el contacto cliente-colaborador

### **Precio**

El Hotel Sandoval ha contado por mucho tiempo como única forma de pago, pago en efectivo. Debido a la situación que se está viviendo con respecto al postcovid-19, le proponemos al Hotel Sandoval la apertura nuevas formas de pago para sus clientes y así evitar el contacto con efectivo y minimizar los riesgos de contagios de covid-19 tanto para sus clientes como para sus colaboradores.

Se le sugiere al Hotel Sandoval implementar las siguientes formas de pago ya que son más efectivas y le darán un valor agregado en esta situación actual:

El Hotel Sandoval incluirá en sus medios de pago, pagos a través de transferencias bancarias como medida de precaución ante la pandemia del covid-19. Asimismo, incluirá un POS para que los consumidores que cuenten con tarjetas de crédito y débito puedan realizar su pago. Como última opción tomada en cuenta es Compra Clic, esta es una herramienta la cual permite hacer cobros en línea por servicios ofrecidos, el enlace es enviado por WhatsApp, Facebook o correo electrónico, según la preferencia del cliente, así los consumidores podrán hacer sus pagos con tarjetas de crédito o débito con solo incluir sus datos de la tarjeta y así evitar contacto con terceros.

## **Precios del Hotel Sandoval**

- Habitación de 1 cama con ventilador: 280
- Habitación de 2 camas: 320
- Habitación 2 camas con aire: 380
- Habitación de 1 cama con aire: 330
- Habitación 3 camas con aire: 400

## **Plaza**

La ubicación del Hotel Sandoval es Barrio concepción, cuarta calle, 6 y 7 avenida, 211003 San Pedro Sula, Cortes, Honduras.

Debido a la pandemia del covid-19, Hotel Sandoval tomará en cuenta las siguientes medidas de prevención:

- Rociador desinfectante en la entrada del hotel al igual que alfombras desinfectantes.
- Termómetro para toma de temperatura al ingresar al hotel.
- Gel antimaterial en zonas estratégicas dentro del hotel.
- Barrera Acrílica para cuidado de Huésped-Cliente
- Fumigaciones mensuales o semanales dentro del hotel.
- Medidas de Prevención como carteles al momento de entrar al Hotel. **(Ver anexo A)**
- Personal deberá utilizar mascarilla en todo Momento.
- Medidas de distanciamiento en pisos de entrada para evitar aglomeración.
- Desinfección de Llaves y Control Remoto al momento de entregar al cliente.
- Pruebas Rápidas cada quince días para el personal.

## **Promoción y Publicidad**

Hotel Sandoval se ve comprometido a realizar lo siguiente:

- Descuento en temporada baja

Los huéspedes podrían recibir descuentos al reservar su estadía en temporadas bajas mediante Booking y realizando su pago a través de la misma, en los meses siguientes: febrero, marzo, septiembre, octubre y noviembre.

- **Sorteos**  
Hotel Sandoval podría Realizar Giveaways, en la cual podrán obtener un 50% de descuento en su hospedaje u Hospedaje gratis al compartir una publicación e invitar a amigos a que le den “me gusta” a la página de Facebook.
- Publicaciones semanalmente en Facebook mostrando la disponibilidad de las habitaciones y precios. **(Ver anexo C, D)**
- Videos de cómo se están tomando las de medidas de seguridad necesarias.
- Publicación de imágenes en la red social Facebook y La Prensa mostrando como son atendidos los huéspedes del Hotel Sandoval.

**Figura 4 Ejemplo de publicidad**



**Figura 5 Publicidad**



### **2.3.1 Mezcla de Medios**

### **2.3.2 Publico Objetivo**

El Hotel Sandoval está dirigido a consumidores de género femenino y masculino: jóvenes adultos, comerciantes, transportistas, empresarios, pequeños productores de clase media, que requiera utilizar los servicios del Hotel Sandoval.

### **2.3.4 Mensaje**

Se propone crear mensajes efectivos por medios de comunicación digitales para captar y atraer la atención de los clientes potenciales dando a conocer los servicios que ofrecerá al público el Hotel Sandoval, haciendo un énfasis en los cambios tomados debido al covid19 y las regulaciones de bioseguridad que se llevaran a cabo. Se propone elaborar un video donde se muestre las medidas de seguridad que el Hotel Sandoval estará tomando, mediante esto se busca la forma de transmitir que la empresa está comprometida con sus clientes y su seguridad realizando esfuerzos y dedicación por parte del hotel.

### **2.3.5 Productos y servicios**

los servicios que se recomienda brindar están contemplados con las nuevas necesidades de bioseguridad para los clientes:

- Pediluvio en la entrada del hotel para que las personas que entren puedan desinfectar sus zapatos.
- Gel antibacterial en zonas estratégicas: recepción, baños y en la escalera.
- Mascarillas y guantes como cortesía del hotel.
- Desinfectantes especiales para rociar a los huéspedes

## 2.3.6 Medios

### 2.3.7 Redes Sociales Propuesta de Publicidad

La publicidad, ese elemento fascinante e irrenunciable de la vida moderna, ocupa un lugar importante en la estrategia que se establece dentro del marketing. B.F Erickson (2010)

Debido a los daños que ha causado el covid-19, el sector hotelero se ha visto afectado notoriamente. Como consecuencia de esto, los servicios que ofrece el Hotel Sandoval han estado inactivos por algunos meses. Con la reapertura del hotel, se quiere lograr incrementar el número de huéspedes y generar confianza y seguridad en el cliente. Para poder lograrlo el Hotel Sandoval debe acatar todas las medidas de seguridad propuestas y hacerlo saber a sus clientes y futuros clientes por medio de la publicidad en las redes sociales, en este caso se le propone al Hotel Sandoval hacer uso de Facebook y La Prensa Digital.

**Tabla 1 Presupuesto De Facebook tamaño**

Ciudad/Departamento	Plataformas	Inversión Anual	Meta de Fans	ER	Reach
Yoro	Facebook	\$ 100	200	3%	
Olancho	Facebook	\$ 150	300	3%	
Santa Bárbara	Facebook	\$100	200	3%	
Tegucigalpa	Facebook	\$200	400	3%	
Ocotepeque	Facebook	\$150	300	3%	
Gracias	Facebook	\$150	300	3%	
El Paraíso	Facebook	\$150	300	3%	
<b>Total</b>		<b>\$1,000</b>	<b>2,000</b>		<b>412,700</b>

Se le sugieren los siguientes Kpi's o Métricas de Medición al Hotel Sandoval, para llevar un mejor manejo de la publicidad y asimismo ver la efectividad de esta:

1. Número total de “me gusta” en página.
2. Nuevos “me gusta” (diarios, semanales, mensuales).
3. Tipo de “me gusta” (de pago, orgánico) en página.
4. Canales de “me gusta” (referral, on page...).
5. CTR enlaces/publicaciones.
6. Número total de me gusta, comentarios, compartir, en publicaciones.

Estos indicadores de medición serán una herramienta de gran ayuda para el Hotel Sandoval, a través de estos indicadores se podrá saber si la publicidad está siendo efectiva, a cuanto público ha llegado y si la publicidad es lo suficientemente buena o necesita mejorar. Se podrá saber que tan interesados están los consumidores con el servicio ofrecido, que mejoras sugieren entre otros. Al momento de que el Hotel tome decisiones como: remodelaciones, mejorar áreas, servicio etc., podrá guiarse de la respuesta de la publicidad en Facebook, ya que podrá observar las necesidades o peticiones de los consumidores y por medio de esto lograr más reservas y tener más clientes satisfechos.

### **2.3.8 Manejo de Medios**

Facebook es reconocida como una red social de mucho alcance con una gran cantidad de usuarios mensuales. Actualmente el aspecto de seguridad e higiene en los hoteles es lo primordial y es una característica que los usuarios están buscando debido a la situación que se está viviendo no solo en el país sino en el mundo. Como parte de la estrategia del Hotel Sandoval en redes sociales, será compartir constantemente las medidas de bioseguridad que se están tomando mediante el protocolo nacional de reapertura, desde las medidas de bioseguridad que se estarán implementando hasta un pequeño video en el cual se muestra el proceso de un huésped para poder ingresar a las instalaciones, esto con el fin de que sus clientes se puedan sentir cómodos y seguros al momento de visitar el hotel. En cuanto Publicaciones Hotel Sandoval tiene la oportunidad de poder entregar boletines informativos o banners en un nuevo centro comercial que se está construyendo a solo unos 100 metros de distancia todo dependerá del flujo de personas con el fin que personas que desconoce el Hotel pueda obtener un poco más de información.

### **2.3.9 Control de medios**

- Evaluación de Resultados mediante Kpi's.
  - Se aplicará una breve encuesta al Huésped físico o virtual con el fin de evaluar sobre el sistema de bioseguridad con el que el Hotel cuenta. Cuáles son los aspectos para mejorar, si se sienten cómodos y seguros con el nuevo sistema adaptado para esa forma poder obtener resultados que sirvan como retroalimentación y aspectos a mejorar.
- Administración y gestión en Redes Sociales por ejemplo Facebook:
  - Generación de Contenido: Publicación sobre las medidas de Bioseguridad implementadas en el Hotel, el cual se creó un video con el fin de demostrar al huésped sobre el proceso

para poder a ingresar a la instalación que es mediante desinfección de pies, toma de temperatura, desinfección de manos, artículos personales, artículos que el Hotel brinda y barrera acrílica para el cuidado del huésped y empelado.

- Interacción con el Huésped sobre consultas y reservaciones mediante el Perfil de Facebook y Pagina de Booking.

-

# CAPITULO III



## CONCLUSIONES

- Para desarrollar las estrategias de marketing adecuadas para el “Hotel Sandoval” se realizaron investigaciones y análisis exhaustivos, como aspectos económicos y políticos que afecten directamente a la empresa, para así tener un pleno conocimiento del mercado ante la crisis de la pandemia covid-19 y así aplicar dichas estrategias de manera eficaz.
- La estrategia de comunicación fue desarrollada una vez que se estableció el público objetivo a la cual va dirigido el hotel, el posicionamiento que desea lograr y los canales de comunicación más convenientes para así transmitir su mensaje de manera eficiente y lograr que los clientes se sientan seguros al momento de visitar el hotel.
- Se sugirió a la empresa trabajar bajo un indicador clave de desempeño, ya que por medio de estos se puede medir de mejor manera el nivel de consecución de los objetivos establecidos, tanto a tiempo real como a futuro. Por lo tanto, para medir el índice de satisfacción al cliente el hotel tendría que aplicar encuestas de satisfacción donde el huésped, al final de su estadía, expresa si se aplicaron de manera correcta las medidas de bioseguridad en el hotel.

## **RECOMENDACIONES**

### **Empresa**

- Se le recomienda al Hotel Sandoval mantenerse activo en redes sociales.
- Retroalimentar a los empleados los procesos de cada departamento con los que se involucran.
- Tomar decisiones mediante los Kpi's para lograr tener mejores resultados en el Hotel.
- Capacitar a sus empleados con las nuevas medidas de Bioseguridad antes y durante la apertura.

### **Universidad**

- Proveer cursos y adicionar más trabajos de campos en las clases de la carrera y llevarlo a la práctica.
- Hacer una previa revisión del expediente antes de comenzar la práctica profesional para confirmar que todos los documentos están al día.
- Capacitar a sus alumnos con las nuevas actualizaciones que hoy en día adquieren las empresas.

### **Estudiantes**

- A los estudiantes se les recomienda tener comunicación con los clientes para así saber qué es lo que desean.
- Estar en constante retroalimentación en cuanto a los temas vistos a lo largo de la carrera.
- Capacitaciones en su área ya que cada día hay innovaciones y debemos ser profesionales actualizados.
- Poder estudiar bien el mercado para así poder estar seguros a que nos enfrentamos y que estrategias se utilizaran

## BIBLIOGRAFÍA

- (2020). *Obtenido de Así serán los hoteles tras el coronavirus.* (2020). *Recuperado de* [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/asi-seran-hoteles-tras-coronavirus\\_15448](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/asi-seran-hoteles-tras-coronavirus_15448)
- (2016). *Obtenido de KPIs.* (2016). *Recuperado 16 de junio de 2020, de* <https://es.semrush.com/blog/elegir-kpis-estrategia-social-media/>
- (2020). *Obtenido de 3 Tips de Marketing para empresas de turismo durante el coronavirus.* (2020). *Recuperado de* <https://periodicoviaje.com/consejos/recomendaciones/3-tips-de-marketing-para-empresas-de-turismo-durante-el-covid-19/>
- (2020). *Obtenido de* <https://www.antevenio.com/blog/2020/03/acciones-de-marketing-en-tiempos-del-coronavirus/>
- (2020). *Obtenido de* <https://www.rtve.es/noticias/20200510/asi-se-preparan-hoteles-para-reabrir-coronavirus-menos-decoracion-mas-limpieza-distanciamiento/2013533.shtml>
- (2020). *Obtenido de* <https://imeanticipa.com/hoteles-en-el-post-covid-medidas-y-buenas-practicas/>
- (2019). *Obtenido de* <https://www.hotelminder.com/top-hospitality-key-performance-indicators>
- (2012). *Obtenido de* <https://www.hn.undp.org/content/honduras/es/home/presscenter/articles/2012/08/08/lanz-an-programa-para-que-pymes-provean-competitivamente-a-grandes-empresas-.html>
- (2018). *Obtenido de* <https://www.hn.undp.org/content/honduras/es/home/presscenter/pressreleases/2018/03/09/pnud-apoya-la-competitividad-de-las-mipymes.html>
- (2018). *Obtenido de* <https://www.laprensa.hn/honduras/1238875-410/ley-mipymes-beneficio-micro-peque%C3%B1a-empresa-emprendedores-honduras-fomento-apoyo-creditos-beneficios>
- (2020). *Obtenido de* <https://www.lavanguardia.com/vida/20200331/48205799618/honduras-anuncia-medidas-para-aliviar-el-impacto-del-coronavirus-en-mipymes.html>
- (2018). *Obtenido de* <https://www.elpais.hn/2018/10/08/honduras-ocupa-tercer-lugar-en-adaptacion-al-uso-de-tecnologia/>
- (s.f.). *Obtenido de* <https://www.ttandem.com/blog/los-kpis-mas-importantes-en-redes-sociales-segun-los-objetivos/>

(s.f.). *Obtenido de <https://www.laprensa.hn/institucionales/327289-97/publicidad>*

(s.f.). *Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263492>*

(s.f.). *Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/que-es-el-posicionamiento-estrategico/#:~:text=La%20esencia%20del%20pensamiento%20estrat%C3%A9gico,los%20competidores%20y%20la%20comunidad.>*

(s.f.). *Obtenido de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>*

(s.f.). *Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2015/01/16/estrategias-de-marketing-concepto-tipos#:~:text=Las%20principales%20estrategias%20de%20marketing%20sobre%20posicionamiento%20de%20marca%20son,altos%20o%20por%20precios%20bajos.>*

(s.f.). *Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/opinion/editorial/1084056-469/micro-peque%C3%B1a-y-mediana-empresa>*

(s.f.). *Obtenido de [http://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Fomento%20Competitividad%20Peque%C3%B1a%20y%20Mediana%20Empresa%20\(10,3mb\).PDF](http://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Fomento%20Competitividad%20Peque%C3%B1a%20y%20Mediana%20Empresa%20(10,3mb).PDF)*

## GLOSARIO

### A

#### **Análisis FODA**

Es la base de diagnóstico de un plan de negocios, ya que sistematiza la información de la empresa y su entorno, la cual se utiliza para definir objetivos realistas y diseñar estrategias competitivas para alcanzarlos. ....19

#### **Análisis PEST**

Es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.....14

### E

#### **Estrategias de marketing**

Definen como se van a conseguir los objetivos comerciales de nuestra empresa. Para ello es necesario identificar y priorizar aquellos productos que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix. ....10

### K

#### **Key performance Indicators**

Son indicadores clave de desempeño o medidor de desempeño, hace referencia a una serie de métricas que se utilizan para sintetizar la información sobre la eficacia y eficiencia de las acciones a cabo de un negocio. ....21

### M

#### **Mezcla de marketing**

Representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing

Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público. ....28

## O

### **Organigrama**

Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas. ....12

## P

### **Plan de Marketing**

Es un documento en formato texto o presentación donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación para llevarlo a cabo.....27

### **Posicionamiento**

Llamamos posicionamiento a la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia. .... VIII

### **Posicionamiento Estratégico**

La esencia del pensamiento estratégico es el posicionamiento, es decir, tomar posición frente al mercado, en especial sobre la competencia. Significa definir para nuestra empresa cómo quiero ser y cómo deseo que me perciban los clientes, los competidores y la comunidad. ....20

## V

### **Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva posibilita que una empresa adquiera una posición favorable con relación a la competencia dentro del mercado.....23

## ANEXOS

### Anexo A Rótulo

**MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD ANTES DE INGRESAR**

Hotel Sandoval

2 552-90 15  
3 391-62 10




#### DESINFECTA TU CALZADO

Antes de ingresar deberás desinfectar tu calzado en el pediluvio



#### TOMA DE TEMPERATURA

Para asegurar un ingreso seguro



#### USO DE MASCARILLAS

Uso obligatorio para cuidarte a ti y a las demás personas que nos acompañan

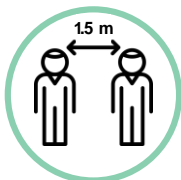


#### DESINFECTA TUS MANOS

El hotel cuenta con gel antibacterial para que desinfectes tus manos al ingresar

#### MANTEN TU DISTANCIA

Siempre procura mantener tu distancia con las demás personas que se encuentran dentro de nuestras instalaciones

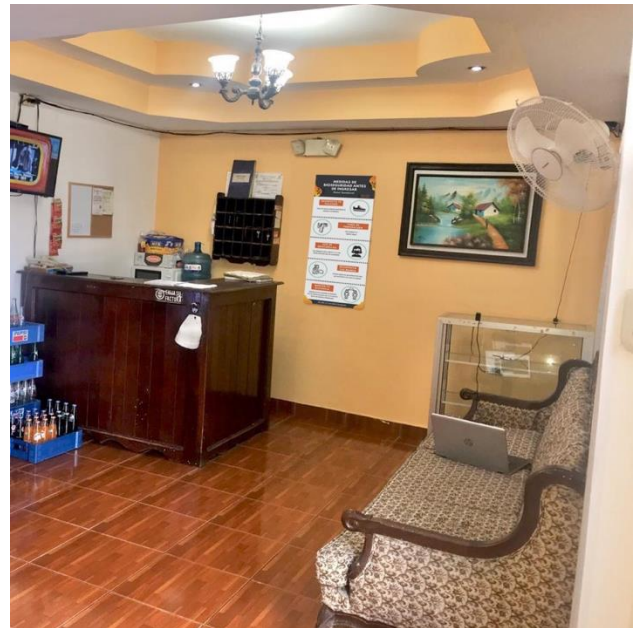


4ta calle, 6 y 7 ave, Barrio Concepción

## Anexo B Entrada



## Anexo C Recepción





## Anexo D Habitación



## Anexo E Gel en habitación



## Anexo F Encuesta

### Encuesta de índice satisfacción al cliente

Su opinión es importante para nosotros, con el fin de mejorar la calidad de nuestros servicios y asegurar la satisfacción de nuestros clientes en el Hotel Sandoval ayúdenos a hacerlo cada vez mejor.

1. ¿Como calificaría los siguientes elementos del hotel Sandoval?

	Muy satisfactorio	Satisfactorio	Normal	Poco satisfactorio	Nada satisfactorio
Instalaciones					
Atención de los empleados					
Servicio a la habitación					
Limpieza de la habitación					

2. ¿Cuál cree que son las características que tenía el personal del hotel Sandoval que lo atendió?

amabilidad  
 cortesía  
 paciencia  
 capacidad de respuesta  
 conocimiento del hotel  
 otros

3. ¿Cuáles son las razones por las que prefiere hospedarse en el hotel Sandoval

Calidad del servicio  
 Ubicación  
 Recomendaciones  
 Publicidad

\_\_\_\_\_ Otro (especifique)

4. ¿Cuáles son las cosas que te gustaría cambiar del hotel

\_\_\_\_\_

5. ¿Considera que los precios del hotel Sandoval van de acuerdo a la calidad del servicio que ofrece?

\_\_\_ Si

\_\_\_ No

\_\_\_ Tal vez

6. En general, ¿cómo calificaría su estancia en nuestro hotel?

\_\_\_ Excelente

\_\_\_ Buena

\_\_\_ Regular

\_\_\_ Mala

7. ¿Recomendarías el hotel Sandoval a tus familiares y amigos?

\_\_\_ Si

\_\_\_ No

\_\_\_ Tal vez

8. Lugar de donde nos visita

\_\_\_ Villanueva

\_\_\_ Puerto cortes

\_\_\_ Tela

\_\_\_ Progreso

\_\_\_\_\_ Otro (especifique)

## Anexo G Video

