

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

HYATT PLACE SAN PEDRO SULA

SUSTENTADO POR:

OLGA MICHELLE CHIRINOS RUÍZ

21741124

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS HONDURAS, C. A.

FECHA: (JULIO, 2021)

Índice de Contenido

Índice de Contenido	I
Índice de Figuras	III
Índice de Tablas	IV
Dedicatoria	V
Agradecimientos	VI
Resumen Ejecutivo	VII
Introducción	IX
Capítulo I	1
1.1 Objetivos de la práctica profesional	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos específicos	1
1.2 Datos generales de la empresa	1
1.3 Reseña Histórica.....	2
1.3.1 Misión	2
1.3.2 Visión.....	3
1.3.3 Valores	3
1.3.4 Organigrama	4
Capítulo II.....	5
2.1 Actividades Realizadas en la Empresa.....	5
2.1.1. Actividad 1 Ingreso de Reservas	5
2.1.2. Actividad 2 Revisión de Cronoposts	9
2.1.3. Benchmarking en redes sociales	12
2.1.4. Shops	13
Capítulo III.....	15
3.1 Propuestas de mejora implementadas	15
3.1.1. Propuesta 1: Post de Stories con Anticipación	15
3.2 Propuestas de mejora.....	17
3.2.1 Propuesta 1: Ideas para redes sociales	17

3.2.2 Propuesta de Mejora: Actualización de página web inglés y español.....	22
Capítulo IV.....	31
4.1 Conclusiones	31
4.2 . Recomendaciones.....	31
4.2.1. Recomendaciones para la empresa	31
4.2.2. Recomendaciones para la institución	32
4.2.3. Recomendación para los estudiantes	32
Referencias.....	33
Glosario.....	35
Anexos	36

Índice de Figuras

Figura 1: Estructura Organizacional Pt.1	4
Figura 2.Estructura Organizacional Pt.2	4
Figura 3: Programa Hyatt Reserve.....	8
Figura 4: Izquierda: Trend Rough Sans One ; Derecha: Memphis.....	9
Figura 5: Logotipo Centrado y Horizontal.....	10
Figura 6: Paleta de Colores A y B	11
Figura 7: Logo de The Placery.....	11

Índice de Tablas

Tabla 1: Promociones en el periodo de práctica	15
Tabla 2: Amenidades de las habitaciones sencillas	24
Tabla 3: Amenidades de las habitaciones dobles.....	25
Tabla 4:Amenidades de las Suites	26
Tabla 5: Amenidades de las habitaciones sencillas accesibles	26
Tabla 6: Amenidades de las habitaciones dobles accesibles	27

Dedicatoria

Le dedico este éxito a mi Padre Celestial quien siempre estuvo y estará allí para mí.

Le dedico este trabajo a mi padre Juan Carlos Chirinos, que creyó en mí y fue un ejemplo de amor y esfuerzo inmensurable. Que en paz descanse.

A mi madre Indira Ruíz quien es un gran ejemplo, a quien amo con todo mi corazón y quien siempre está allí para mí.

A mi primo Odair Anderson por estar presente y cuidar de mi familia.

A mi abuelos, mi abuelo Edilberto Ruíz por apoyarme y animarme, especialmente en este último año. Mi abuela Eda por ser un ejemplo de trabajo duro y esfuerzo . A mi abuela Olga, que en paz descanse, quien me dio la dicha de tener un padre maravilloso.

A Guadalupe Mendez por su amor y cuidado por más de una década.

A la familia Escoto que son más que amigos, son familia y una muy especial.

Agradecimientos

Agradezco al equipo de Hyatt Place San Pedro Sula por darme la oportunidad de expandir mi conocimientos en su lugar de trabajo.

Resumen Ejecutivo

Hyatt Place San Pedro Sula es un hotel corporativo internacional manejado por GHL Hoteles. El funcionamiento del hotel se basa en los estándares de la marca internacional Hyatt y los estándares de GHL Hoteles, este último se encarga del manejo de 59 hoteles en Latinoamérica.

El departamento de mercadeo y ventas se encarga de diversas funciones, entre ellas, el establecimiento de precios para estadías tomando en consideración fechas, eventos especiales, días y precios de la competencia en fechas específicas. La marca de Hyatt Place es un hotel dirigido a un segmento corporativo de una edad entre 25 a 45 años. El logo tiene 9 círculos de color (ver anexo #4) y cada uno de ellos representa 1 característica que están presentes en todos los Hyatt Place a nivel mundial.

Es de suma importancia la revisión del cumplimiento de los estándares de la marca internacional Hyatt en todas las áreas, incluyendo las redes sociales. Estas son manejadas por la agencia “Estudio 3” que apoya en la creación de contenido, toma de fotografías, edición de fotografías, copywriting, y la programación de los posts en Instagram y Facebook. El desglose de los estándares de Hyatt Brand se verá en el presente documento.

Se realizan investigaciones de mercados en línea, investigando los precios de la competencia para días y fechas en específico. Esta actividad es de mucha utilidad al momento de la toma de decisiones de fijación de precios para días de semana (tarifa más cara), fines de semana (tarifa más barata) y el mes completo por cualquier feriado o celebración. Gracias al “reporte estrella” al final de mes se conoce la tarifa promedio, nivel de ocupación, ingreso por habitación disponible y otra información relevante. Compartir este informe es un requisito para todos los hoteles de cadena y al presentar el reporte no especifica el nombre del hotel por protección del mismo.

En el tiempo de trabajo se identificaron oportunidades de mejora las cuales están en el presente informe. Estas oportunidades de mejora se identificaron online, en la página web y redes sociales, para ofrecer a los huéspedes, huéspedes potenciales y clientes del restaurante un mejor servicio; e información de calidad. Se realizó una actualización de la información y una revisión del cumplimiento de los estándares.

Por medio de la página web internacional Hyatt.com, las personas pueden reservar. La actualización de la página se realizó en los idiomas más utilizados en Honduras, siendo el español (lengua nativa) y el inglés. Para muchas personas, la página web es la primera

impresión que obtienen de Hyatt Place San Pedro Sula, es por ende que la información que esta muestra debe de ser correcta y debe proyectar la imagen y los valores de la marca.

Las redes sociales son una manera diferente de proyectar la marca e informar a la comunidad de la red sobre eventos, promociones y las proposiciones de valor que ofrece Hyatt Place San Pedro, un lugar diferente. Hyatt Place, cómo una de las once marcas internacionales de Hyatt, tiene pautas específicas de cómo se debe proyectar en las redes en cuanto a imágenes, colores, diseños, tipografía, frecuencia de posteo y tono. Por ejemplo, para la publicidad del bar y restaurante existe una paleta de colores específica y si un anuncio es de desayuno, no lleva la misma combinación de colores si fuera un anuncio de la cena. Cada una de las actividades realizadas es fundamental para obtener los resultados esperados en cuanto a ventas, imagen corporativa y ventas.

Introducción

En el presente informe se describe el periodo de práctica a partir del martes 20 de abril del año 2021 hasta el miércoles 30 de junio del año 2021, realizada en Hyatt Place San Pedro Sula con un horario de lunes a viernes de 8:00am -5:00pm y sábados de 8:00am -11:00am. Tomando en cuenta los conocimientos y las habilidades obtenidas en el estudio de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales se verá el fruto de la aplicación de conocimientos, capacidad de análisis y el nivel de desempeño en un ambiente laboral que ha logrado permanecer en un momento difícil (Crisis mundial por Covid-19).

El puesto otorgado al practicante es de asistente de Marketing, quien realiza diversas actividades desde responder llamadas para hacer reservas hasta evaluar que el contenido de redes sociales cumpla con los estándares de Hyatt. Esta experiencia es una continuación del aprendizaje donde se obtiene la oportunidad de poner por obra los conocimientos, habilidades e ideas adquiridas en estos últimos años de estudio, en el ámbito profesional e incluso en el ámbito personal. Esta es una oportunidad donde no solamente se adquieren nuevos conocimientos específicos por el rubro/sector y se pone en práctica lo aprendido, sino también es una oportunidad para ampliar el networking como profesionales y crear relaciones que ayuden a crecer como profesionales y ser mejores personas. Al ser mejor persona, ésta realiza mejor su trabajo.

Al final del periodo se podrá analizar el desempeño y aportar del conocimiento brindando propuestas de mejora para el máximo beneficio del hotel.

A continuación, se presenta la estructura del contenido en el presente informe.

Capítulo I – Objetivos y datos generales de Hyatt Place San Pedro Sula.

Capítulo II – Descripción de las actividades realizadas en el puesto de Asistente de Marketing.

Capítulo III – Propuestas de mejora y propuestas de mejora implementadas con base en las observaciones realizadas en periodo de práctica profesional.

Capítulo IV – Conclusiones y Recomendaciones realizada a la empresa, cómo a la institución académica y los estudiantes.

Capítulo I

1.1 Objetivos de la práctica profesional

1.1.1 Objetivo General

Aplicar los conocimientos y habilidades aprendidas durante los años de estudio en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, identificando oportunidades de mejora para el beneficio de Hyatt Place San Pedro Sula.

1.1.2 Objetivos específicos

- Comprender la importancia del mercadeo en Hyatt Place San Pedro Sula.
- Evaluar los precios de la competencia para la toma de decisiones de tarifas de Hyatt Place San Pedro Sula.
- Evaluar el cumplimiento de los estándares de los artes de Hyatt Place San Pedro Sula para sus redes sociales.
- Evaluar la página web de Hyatt Place San Pedro Sula en inglés y español para ofrecer un mejor servicio al usuario con información relevante.
- Identificar las oportunidades de mejora en base a un análisis realizado en el periodo de la práctica profesional para ofrecer recomendaciones relevantes.

1.2 Datos generales de la empresa

Hyatt es una marca de hoteles internacional, actualmente tiene 11 submarcas: Park Hyatt, Andaz, Grand Hyatt, Hyatt, Hyatt Centric, Hyatt Regency, Hyatt Place, Hyatt House, Hyatt Ziva, Hyatt Zilara y The Unbound Collection by Hyatt.

Hyatt Place es característico por una estancia fresca, útil y agradable con una gama selecta de servicios. Es un hotel corporativo por lo tanto su segmento de mercado son las empresas a quienes se les ofrece una tarifa corporativa.

En su logo hay 9 colores y cada uno representa un beneficio de la marca Hyatt Place a nivel internacional.

- The Gallery ¹(amarillo). Donde las personas pueden reunirse 24/7, hay muebles y sillones cómodos donde los huéspedes pueden compartir.

¹ Ver en glosario: “The Gallery”.

- Desayuno incluido (gris oscuro). Todos los huéspedes tienen desayuno buffet incluido con su estadía.
- Wifi gratis (naranja). Disponible en todas las áreas del hotel incluyendo la habitación de los huéspedes.
- “Hyatt Grand Bed” (azul). Es un colchón diseñado exclusivamente para Hyatt. Es una cama lujosa que brinda un excelente apoyo para la espalda.
- Gallery 24/7 Menú & Market² (crema). EL restaurante tiene un horario de 8:00am-10:00pm y el Gallery Market está disponible 24/7.
- Verde limón: Habitaciones espaciosas.
- Pantalla 50” (celeste). En cada habitación hay una Pantalla HDTV de 50 pulgadas y esta se puede rotar conforme al deseo del huésped.
- Café y Bar (negro): Si el cliente no le gusta las bebidas alcohólicas está la opción de café y viceversa.
- Cozy Corner (verde): En cada habitación con cama King está el Cozy Corner, una esquina con sofá, alfombra y una mesa. (Hyatt Place San Pedro Sula, 2021)

1.3 Reseña Histórica

Hyatt Place San Pedro Sula abrió en septiembre del año 2018. Su construcción comenzó en el año 2015 cuando un grupo de inversionistas latinoamericanos llamado LATAM decidió invertir en un hotel y no tenían experiencia en el rubro por lo tanto acudieron a GHL hoteles. GHL Hoteles ofrece servicios completos e integrales sobre el manejo de hoteles. GHL Hoteles opera en 11 países de Latinoamérica con 64 hoteles. Los inversionistas son los mismos dueños del centro comercial Ágora. Hyatt Place cerró temporalmente sus operaciones en el año 2020 debido a la pandemia y opera al público nuevamente desde marzo del año 2021. (Hyatt Place San Pedro Sula, 2021)

1.3.1 Misión

La alta concepción que sentimos del noble ejercicio de la hospitalidad nos compromete a buscar la eficiencia en el servicio brindando las más apropiadas soluciones. (Hyatt Place San Pedro Sula, 2021)

² Ver en glosario: “Market”.

1.3.2 Visión

Deleitar y cautivar a nuestros colaboradores y clientes trabajando con pasión creando experiencias inolvidables. (Hyatt Corporation, 2021)

1.3.3 Valores

“Nuestros valores. Parte importante de nuestra cultura, guían nuestras conductas, y ayudamos a crear individual y colectivamente a crear un ambiente entre nuestros colegas a que ellos puedan ser la mejor versión de ellos mismos en su trabajo y a que todos lo sean. Esto es posible porque cada individuo mantiene el mismo conjunto de valores.”- Hyatt Place

- Respeto: Ser incluyente. Valorar los distintos puntos de vista. Preocuparse por las personas y su entorno.
- Integridad: Decir y aceptar la verdad. Respetar los compromisos. Ser responsables y actuar con orgullo.
- Humildad: Dejar que las acciones hablen por sí mismas. Compartir el crédito. Ponerse a los otros primero.
- Empatía: Escuchar realmente. Responder con compasión. Ponerse en los zapatos de otro.
- Creatividad: Ver las cosas de nuevo. Fallar a menudo para tener éxito antes. Ser curiosos: aprender y volver a aprender.
- Diversión: No tomarse a uno mismo demasiado en serio. Reírse en voz alta. Fomentar la alegría en el trabajo. (Hyatt Place San Pedro Sula, 2021)

1.3.4 Organigrama

Figura 1: Estructura Organizacional Pt.1



Fuente: Hyatt Place San Pedro Sula

Figura 2. Estructura Organizacional Pt.2



Fuente: Hyatt Place San Pedro Sula

Capítulo II

El departamento de ventas y mercadeo en Hyatt Place San Pedro Sula es de suma importancia en la cadena de valor. Este departamento se encarga del cumplimiento de los requisitos de los estándares de marca en las redes sociales. Hyatt Place es un hotel corporativo, por lo tanto, los coordinadores comerciales son los encargados de contactarse con las empresas y ofrecerles una tarifa corporativa. Los coordinadores comerciales trabajan de la mano con la coordinadora de reservas, ya que, si uno de sus clientes desea reservar, le transmiten la información necesaria a la coordinadora de reservas para ingresar la reservación. Este departamento realiza un análisis cada semana para el establecimiento de precios.

2.1 Actividades Realizadas en la Empresa

2.1.1. Actividad 1 Ingreso de Reservas

En esta actividad se aprendió a manejar los programas de Hyatt Reserve y Opera³, por medio de ellos se ingresan las reservas. El objetivo de reservas es proveerle al cliente la información solicitada y que ellos pidan reservar ya que cómo hotel esta es su función principal. Para ingresar una reserva debe de haber una llamada ya sea nacional o internacional (Al llamar a Hyatt Place San Pedro Sula la opción 3 es de reservas). Se ingresan reservas también por medio de correo electrónico, los coordinadores comerciales envían la información de sus reservas por correo. La información necesaria para realizar una reserva es la siguiente:

Fechas de llegada y salida, cantidad de habitaciones, número de personas por habitación, edad de los niños si hay niños en la habitación, tipo de habitación, tarifa rack o corporativa, garantía válida, correo electrónico del huésped, comentarios adicionales, nombre y apellido.

-Fechas de llegada y salida. La fecha en que llega y sale. El check-in es a las 3:00pm y el checkout es a las 12:00pm. Algunos huéspedes solicitan el early / late checkout por un costo adicional de \$50 + 19% de impuestos (el 15% del ISV y el 4% del turismo).

-Cantidad de habitaciones. El sistema permite ingresar las reservas de hasta 4 habitaciones al nombre de una persona, si estas tienen la misma cantidad de personas y el mismo tipo de

³ Ver en glosario: “Opera”.

habitación (doble, sencilla, suite⁴, sencilla accesible o doble accesible) si la cantidad de personas o el tipo de habitación es diferente se ingresan por separado.

Existen 5 tipos de habitaciones y un total de 139 habitaciones en Hyatt Place San Pedro Sula. Las habitaciones son espaciosa. Todas las habitaciones son espaciosa y tienen piso (no es alfombrado).

Por motivos de seguridad, el ascensor para los pisos del hotel funciona solamente con la tarjeta del huésped y solo lo lleva al piso donde se hospeda. Para que haya energía en la habitación se necesita colocar la tarjeta en el lugar indicado a la par de la puerta, de lo contrario no hay energía en la habitación, esto es por seguridad. Todas las habitaciones tienen señal de humo, en caso de un incendio cuando aumenta bastante la temperatura las regaderas se activan automáticamente.

Las habitaciones accesibles son para personas con discapacidad. Existen 2 habitaciones de cada tipo. Estas habitaciones tienen características especiales como ser puertas anchas incluyendo la del baño, luz de emergencia y conectores en un nivel más bajo.

- King- Los cozy corners de las habitaciones con cama King el mueble es sofá cama.
- Doble- Estas habitaciones tienen 2 camas queen. Los cozy corners de estas habitaciones tiene sofá pero no son sofá cama.
- Suite- Los cozy corners de las habitaciones suites tiene sofá, pero no son sofá cama. Estas tienen un área de cocina donde hay un lavamanos y se pueden almacenar alimentos junto con un mueble de comedor para cuatro personas. Hay 2 habitaciones de este tipo en el sexto y séptimo piso.
- King Accesible- Los cozy corners de las habitaciones con cama King el mueble es sofá cama. Hay 2 de 139 habitaciones en el hotel de este tipo.
- Doble Accesible - Los cozy corners de las habitaciones dobles accesibles tiene sofá, pero no son sofá cama. Hay 2 de 139 habitaciones en el hotel de este tipo.

— Número de personas por habitación: El sistema acepta máximo 4 personas por habitación, por lo tanto, si es una familia de cinco, dos adultos y tres niños, se escribe como comentario adicional.

⁴ Ver en glosario: “Suite”.

- Niños: Son considerados niños hasta la edad de 12 años. Los niños se hospedan y su desayuno es gratis.
- Tarifa rack o corporativa: La tarifa rack es la tarifa estipulada, esta no es la misma siempre, todos los viernes se reúne el equipo de mercadeo con el gerente general y con base en la investigación de precios de la competencia se decide si se mantiene o este cambia.
- Garantía válida: Esta puede ser una tarjeta de crédito, se le pide a quien está reservando. Se solicitan todos los números una tarjeta de débito o crédito y la fecha en la que expira. No se realiza el cobro, esto es solamente para garantizar la reservación. La política del hotel establece que pueden cancelar la reserva si es con anticipación, si la cancela en el tiempo de 24 horas o menos se le cobra la primera noche de estadía. Otro tipo de garantía válida son las órdenes de compra, éstas son más utilizadas por las empresas. La empresa envía la orden de compra, se guarda y la empresa realiza el pago en el tiempo que establecieron.
Otro tipo de garantía es el comprobante de transferencia bancaria. Esto significa que ya cancelaron y solo se debe confirmar el ingreso del pago con el contralor.
- Correo electrónico: Se solicita el correo electrónico ya que después de ingresar la reserva a los minutos le cae la confirmación al correo de quien realizó la reserva con la información importante.
- Comentarios adicionales: Se escribe “Huesped paga su cuenta”, si ellos tienen la tarjeta en garantía y realizarán el pago al llegar al hotel. Se pueden incluir comentarios extras, si agendan un transporte (dirección, hora y cantidad de personas), si tendrá un early check-in o un late check-out, algún gusto específico del huésped, si llega por cumpleaños o aniversario se escribe para que el gallery host ⁵lo felicite.
- Nombre y apellido: A nombre de quien está la reserva, es el nombre que se dice al llegar a hacer check-in.
- Información básica de quien llamó o envió el correo electrónico: Se llena el cuadro de información con el nombre, apellido, correo electrónico de la persona que llamó o escribió un correo electrónico para reservar. La misma persona que reserva no siempre es la misma persona que se hospeda, por lo tanto, se le hace la consulta si desea la confirmación al correo de quien se hospedará o al propio correo de quien llamó para

⁵ Ver en glosario: “Gallery Host”

ingresar la reserva. En esta sección se selecciona el idioma de la confirmación de la reserva, los idiomas utilizados con más frecuencia son el inglés y el español.

- Transporte: Este es solicitado por algunos huéspedes. El hotel ofrece el servicio de transporte por un costo adicional (dependiendo la cantidad de personas) para ir a recogerlos o dejarlos al aeropuerto y también transporte dentro y fuera de la ciudad. Si el huésped solicita transporte para recogerlo en el aeropuerto se le solicita la hora de llegada y el número de vuelo. Al ingresar la reserva se ingresa al programa de Opera para ingresar la información del transporte y se pone una alerta (cómo un Recordatorio) para que el gallery host esté al tanto. Si el transporte es de último minuto, siempre se ingresa en Reserve y Opera, pero también se llama a la persona dueña de los transportes.

Figura 3: Programa Hyatt Reserve

The screenshot displays the Hyatt Reserve program interface. At the top, there is a header with the text "Ejemplo" and "Reservations - HYATT - HERNANDEZ/ANDREA". Below this is a menu bar with options like "File", "Edit", "Multi Page", "Lookup", "Messages", and "Help". The main area shows reservation details for a guest named KARLA PINEDA, including the property "SAN PEDRO HP", arrival and departure dates (10DEC20 to 11DEC20), and a rate of 159.00 USD. The interface is divided into several sections: "Guest" information (Name, BSN, Address, City, State, Country, Phone, Mobile, Fax, Email), "Requests", "Other" (POV, ETA, Air FR, Dep FR, VIP, Comp?, R/L), "Programs", and "Written Confirmation" (To: Guest Email, Language: SPANISH, Res: 24HRS PRIOR TO CHECKIN TO AVOID 1NT FEE). There are also tabs for "1 Guest", "2 Comments", "3 Travel Agent", "4 Add Ons", "5 Hotel Info", "6 Revenue", "7 History", "8 Billing", and "9 Group".

Fuente: Hyatt Place San Pedro Sula

Junto al manejo de este programa hay otras tareas como la revisión y almacenamiento de órdenes de compra, el hacer cotizaciones, revisar las llegadas del día y hacer un reporte final con las llegadas y los ingresos del día. Algunas llamadas son sobre información general del hotel, hora de check-in y check-out, uso de la piscina, medidas de bioseguridad, restaurante y temas similares a los mencionados anteriormente.

2.1.2. Actividad 2 Revisión de Cronoposts⁶

Hyatt Place San Pedro Sula contrata a una agencia digital llamada “Estudio 3” para el manejo y la creación de contenido en sus redes sociales. La agencia de publicidad se encarga de la toma de fotografías (algunas veces utilizan fotografías generalizadas), la edición y de subirlas a las redes sociales de Instagram y Facebook. Hyatt Place tiene una lista de estándares de marca y estos se revisaron en la publicidad. Primeramente, la agencia envía el cronopost con las fotografías, fechas y horarios y se revisa que todo este acorde a la imagen que proyecta el hotel. Después se piden las correcciones y la agencia lo envía nuevamente para revisarlo. Por ejemplo, en una imagen la modelo estaba utilizando jeans bastante rotos (Ver anexo #5) y esa no es la imagen que proyecta Hyatt Place, por lo tanto, se le pidió a la agencia editar la fotografía y ellos la enviaron nuevamente con los cambios solicitados. Al dar la aprobación por parte de la jefatura de mercadeo y ventas ya la agencia puede comenzar a subir el contenido. Se realiza una revisión diariamente para verificar el cumplimiento con las fechas y horas establecidas en el cronopost (Ver anexos #6 , #7 y #8). En la revisión final se envían las fotografías sin el logo/decoración, por ende, al ellos subirlos conforme al cronopost se debe revisar. El objetivo es el cumplimiento de los estándares de Hyatt Place, no solamente en la imagen sino también en el copy⁷.

Hyatt Place tiene estándares específicos de cómo debe de ser su publicidad en redes sociales. A continuación, veremos sus características.

- Se utilizan solamente dos tipografías.
 - Trend Rough Sans One: Es utilizada para Títulos y subtítulos. Las letras no deben de utilizarse en mayúscula ya que cambia el estilo de esta.
 - Memphis: Esta es utilizada para el cuerpo de un texto y puede utilizarse en mayúscula y minúscula.

Figura 4: Izquierda: Trend Rough Sans One ; Derecha: Memphis

<p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0</p>	<p>A B C D E F G H I J K L N O P Q R S T U V W X Y Z abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</p>
---	--

Fuente: Hyatt Connect

⁶ Ver en glosario: “Cronopost”

⁷ Ver en glosario: “Copy”.

- En cada publicación debe ir el logo de Hyatt Place San Pedro Sula o el logo de GHL Hoteles. En la publicidad, es preferible que el logo de Hyatt Place sea el original (la versión centrada sin alteración alguna) sin embargo, dependiendo el diseño y del color de fondo, puede ir en color blanco, negro u otros de la paleta de colores (Ver anexo #9). Existen 2 estilos de logo: El centrado (el que se utiliza con mayor frecuencia) y el horizontal que se utiliza en casos cuando el diseño no permite utilizar el logo centrado.
- El logo se debe de respetar, no se permiten alteraciones de ningún tipo. (Ver anexo #10)
- No deben de aparecer marcas, por ejemplo, el logo de Apple en un celular.

Figura 5: Logotipo Centrado y Horizontal



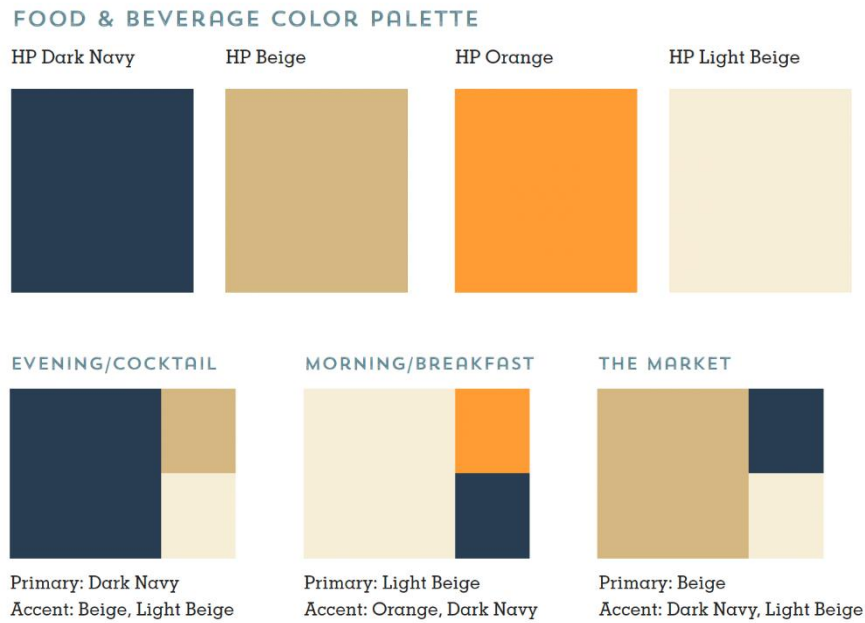
Fuente: Hyatt Connect

- En cada publicación del hotel, a excepción de los posts de comida o restaurante, debe de ir el logo de una de las dos certificaciones de bioseguridad. (Ver Anexo #14)
- Existen elementos decorativos específicos que pueden ir en la publicidad
 - Círculos: Los círculos no deben ir enteros sino cómo a las orillas. No se deben sobrelapar, no deben de ir alineados a la tangente. (Ver anexos #15 y #16)
 - Líneas onduladas, estas pueden servir para separar títulos y secciones. (Ver anexo #17)
 - Etiquetas de encabezado: Puede contener títulos de encabezado. Esta limitado a solamente 5 colores de la paleta, la letra siempre debe de ir en color blanco tipografía Trend Rough Sans de manera centrada. (Ver anexo #18)
 - Bandas de colores: Sirven para crear contraste y separar contenido. (Ver anexo #19)
- En la publicidad de alimentos y bebidas (A y B) solo se puede utilizar 4 colores de la paleta. Debe de ir el logo de “The Placery⁸”, este está disponible en fondo azul con letras beige, fondo beige con letras blancas y fondo blanco con letras negras (Ver anexo #16). Existen estampillas específicas que deben de ser utilizadas solamente en color blanco, beige o azul navy. Es de suma importancia tomar en consideración si la

⁸ Ver en glosario: “The Placery”.

publicación de alimentos es de desayuno, cena, cocktail o del market 24/7 ya que cada uno tiene una combinación de 3 colores de la paleta. (Hyatt Corporation, 2021)

Figura 6: Paleta de Colores A y B



Fuente: Hyatt Connect

Figura 7: Logo de The Placery



Fuente: Hyatt Connect

Hyatt Corporation (2021) tiene su tono y estilo de escritura específico especialmente para la franquicia de Hyatt Place (Ver anexo #21). A continuación, unos consejos prácticos de parte de Hyatt Place:

- Ingenio sofisticado, lo opuesto a comedia directa. Hyatt Place toma enserio lo que hace, por lo tanto, no debe de ser muy cómico cuando se habla de la marca. Se desea ser amigable y accesible, con algo de ingenio en el tono.
 - Debe sonar como si lo dijera un amigo, no una identidad corporativa. Cuando se escribe el mensaje no se debe referir a ellos cómo huéspedes, se debe asumir que todos los lectores son huéspedes y se debe referir a ellos cómo “Tu” cuando el contexto es apropiado.
 - Utiliza la Forma Positiva, las declaraciones deben ser afirmaciones positivas y debe evitar ser evasivo. Por ejemplo, en lugar de “las bebidas generalmente no se sirven después de las 10pm” utiliza “Las bebidas se sirven hasta las 10pm”
 - Evita lo elaborado o pretencioso, no se debe sobre explicar, se debe llegar al punto principal sin muchas flores.
 - Se le debe de hablar a los huéspedes en su idioma, utilizando un tono ambicioso con determinación, este no debe sonar urgente o agresivo sino positivo y motivado.
 - Debe ser informativo, decirles a las personas lo que necesitan saber sin editorializar.
 - Se empoderador, Utiliza lenguaje activo y lenguaje empoderador para transmitir que los huéspedes están en control de su estadía.
 - Complementa las imágenes, Se debe tener en mente que el contexto del mensaje estará dentro y en lugar de decir lo que el lector está viendo añade un comentario adicional.
- (Hyatt Corporation, 2021)

2.1.3. Benchmarking en redes sociales

Se realizó un análisis del contenido en las redes sociales de Instagram y Facebook de los competidores directos, El Hilton Princess, El Intercontinental y el Copantl e incluso Hyatt Place Tegucigalpa. Los hoteles mencionados anteriormente, a excepción de Hyatt Place Tegucigalpa, son los hoteles en la ciudad de San Pedro Sula.

Hyatt Place San Pedro Sula, en cuanto a las historias, se suben las mismas imágenes que en los posts (en el formato adecuado ya que el tamaño es diferente y es una imagen rectangular en lugar de una cuadrada cómo en los posts). El Benchmarking se realizó revisando diariamente los posts y las historias de la competencia analizando las imágenes, temas y tipo de contenido que suben.

El conocer las actividades de la competencia en las redes sociales nos permite poder aplicar el benchmarking si vemos alguna idea convincente y tiene la posibilidad de mejora. Se puede analizar si las actividades/promociones que tiene la competencia y examinar cuales han tenido éxito.

2.1.4. Shops

Le llamamos a Shops a la investigación de los precios de nuestra competencia directa en las diferentes páginas web. Se toman en consideración los siguientes hoteles:

- Hyatt Place San Pedro Sula
- Intercontinental
- Hilton Princess
- Copantl
- IntercityHotels (no se tomó en cuenta este periodo ya que antes se llamaban Holiday Inn Express y no estaban los cambios en las páginas web).

Se realizó shops para el mes de mayo, junio y julio en un documento de Excel, donde se nombra las hojas con el mes que corresponde. Se realiza seleccionando días específicos del mes y entrando a las diferentes páginas donde se puede reservar para ver los precios y ofertas disponibles.

En el caso de Hyatt Place San Pedro Sula, siempre encontrará la mejor oferta en Hyatt.com, se utilizan otras páginas donde también se puede reservar y se le paga la comisión que exige la página. La comisión puede ser entre el 15%-25% de la tarifa. En las otras páginas encontrará la misma tarifa o una tarifa más cara pero nunca una tarifa más barata que la que Hyatt ofrece en su página.

Para “Shops” Se utilizan las siguientes páginas:

- ◆ Página del hotel (Ej. www.Hyatt.com ; www.hilton.com etc...)
- ◆ Página del hotel (precio especial para miembros, ofrecido solamente por Hyatt, El Intercontinental y El Hilton Princess que son hoteles internacionales)
- ◆ Expedia.com
- ◆ Booking.com
- ◆ Hotels.com
- ◆ Orbitz.com
- ◆ Travelocity.com
- ◆ Agoda.com

Se utilizaron los siguientes días para la investigación (fechas dependen del mes):

- Ingresando martes y saliendo el jueves.
- Ingresando el lunes y saliendo el jueves.
- Ingresando el lunes y saliendo el próximo lunes.
- Ingresando el sábado y saliendo el domingo.

- Ingresando el viernes y saliendo el domingo.

En Hyatt Place San Pedro Sula, Hilton Princess y el Intercontinental la tarifa es más barata los fines de semana. Esto tiene sentido ya que Hyatt es un hotel corporativo y el mercado meta se hospeda la mayor parte del tiempo los días de semana.

Shops es una investigación de mercados sobre precios de la competencia directa. Conocer esta información es necesario para el establecimiento de precios en los meses investigados.

Figura 8: Ejemplo de uno de los cuadros del mes de julio

Lunes a Jueves	Hotel	Brand.Com	Member Rate	Expedia.com	Booking.com	Hotels.com	Orbitz	Travelocity	Agoda
12 - 15 de julio	Hyatt Place	\$ 477.00	\$ 396.00	\$ 453.00	\$ 477.00	\$ 453.00	\$ 453.00	\$ 453.00	\$ 453.00
	Intercontinental	\$ 507.00	\$ 481.65	\$ 456.00	\$ 452.00	\$ 456.00	\$ 456.00	\$ 456.00	\$ 456.00
	Hilton Princess	\$ 357.00	\$ 345.00	\$ 333.00	\$ 357.00	\$ 333.00	\$ 333.00	\$ 333.00	\$ 357.00
	Intercity Hotels	No Aparece Honduras en su página todavía. El cambio se realizó la semana pasada.							
	Copantl	\$ 353.43	No aplica	\$ 312.00	\$ 313.00	\$ 312.00	\$ 312.00	\$ 312.00	\$ 312.00

Elaboración Propia

Capítulo III

3.1 Propuestas de mejora implementadas

3.1.1. Propuesta 1: Post de Stories con Anticipación

3.1.1.1. Antecedentes

El hotel tiene diferentes promociones en días específicos. Las promociones disponibles en el periodo de práctica son las siguientes:

Tabla 1: Promociones en el periodo de práctica

Detalles de Promoción	Mes y días Disponibles	Hora
Lunes de Pizza acompañado de una Pepsi (Black o Light)	Mes: abril y mayo Días: lunes	12:00pm-20:00pm
Miércoles de Hyatt Burger + La Jefa	Mes: abril y mayo Días: miércoles	12:00pm-20:00pm
Jueves y Viernes de Vodka, segundo trago a mitad de precio (Stoli). Cardamo y menta Wild berries Vodka Tonic	Mes: abril, mayo y junio Días: jueves y viernes	Todo el día
Sábados de Sangría Roja y Blanca, compra tu sangría y te incluimos un tasting de jamones y quesos.	Mes: abril, mayo y junio Días: sábados	Todo el día
Desayunos Buffet 2x1 al pagar con tarjeta de crédito/débito BAC Credomatic	Mes: 20 abril - veinte Días: lunes a viernes	8:00am-10:00am
Bloody Sunday Stoli, la cura para la cruda, por la compra de tu Bloody Mary recibe una orden de Chicken Pancakes.	Mes: abril, mayo y junio Días: domingos	Todo el día

Salad for Lunch con Agua Azul y Zen L.235 ISV + servicio incluido	Mes: junio Días: lunes a domingo	12:00pm-14:00pm
Alójese más, ahorre más, obtenga el 15% de descuento en su estadía.	Mes: abril Días: lunes a domingo	Todo el día. Check-in 15:00pm
Alójese más, ahorre más, reserve tres noches y obtenga la cuarta gratis.	Mes: abril Días: lunes a domingo	Todo el día. Check-in 15:00pm
Junio de Feria (promoción fin de semana \$79 la noche para un máximo de 2 personas). 2x1 en cerveza Draft La20.	Mes: junio Días: viernes, sábados, domingos y lunes.	Todo el día. Check-in 15:00pm
Office for a day \$69 + impuestos. Uso de habitación por 8 horas, wifi, cupón de \$10 consumibles en alimentos, agua, té o café y estacionamiento gratuito.	Mes: abril, mayo y junio Días: lunes a domingo	8 horas, depende de la selección del cliente.

Fuente: Elaboración Propia

La agencia de publicidad “Estudio 3” es la encargada de crear el contenido y subir los posts a las redes sociales de Facebook e Instagram (Ver anexo #22). Las promociones que son de un día en específico, (ejemplo, lunes de Pizza y Pepsi) estaban programadas para subirse en las historias el mismo día, en este ejemplo, los días lunes. Aparte de subirlas el mismo día generalmente se subían algo tarde, horas después de la hora de inicio de la promoción en ese día. Generalmente las personas planean con anticipación una salida, por lo tanto, subir el post el mismo día de la promoción y tarde, no produce los resultados esperados.

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

Los posts se deberían de subir 1 días antes (para las publicaciones del bar y restaurante) ya que la mayoría de las personas hacen sus planes con anticipación y pocos son los que hacen planes de último minuto para salir a comer. ¿Por qué 1 día y no más? Porque cuando se suben las historias, estas se suben todas las semanas y al tener promociones lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo no se respetaría el espacio de promoción de las demás promociones.

“Una vez que tengamos en cuenta en qué redes sociales queremos estar, qué ritmo de actualizaciones queremos seguir qué tipo de contenido publicar, debemos plasmarlo en un calendario” (Ungría, 2017).

Hyatt Place San Pedro Sula utiliza las redes de Facebook e Instagram. La agencia Estudio 3 envía el cronopost en forma de calendario en un documento de Excel con la imagen, el copy y la hora de publicación. Solamente se debe de cambiar la fecha de publicaciones para 1 día antes de la promoción estipulada en las publicaciones de restaurante y bar. En cuanto las ofertas disponibles todos los días del mes como “Alójese más, ahorre más, reserve tres noches y obtenga la cuarta gratis” el día no tiene tanta relevancia como en las ofertas que solo son una vez a la semana. La agencia escoge el día y la hora con base en la interacción en las redes.

3.1.1.3. Impacto de la propuesta

Más personas llegan a consumir al restaurante o el bar. Es una ventaja que el post se suba todas las semanas a la historia porque crea conciencia en la mente del consumidor. Al tener conciencia ellos deciden accionar.

3.2 Propuestas de mejora

3.2.1 Propuesta 1: Ideas para redes sociales

3.2.1.1. Antecedentes.

El hotel tiene muchos beneficios que no todos conocen. Mostrarlos en las redes sociales es una oportunidad para aumentar la percepción de valor de los huéspedes y futuros huéspedes en Hyatt Place San Pedro Sula.

“En enero de 2021 Facebook contó con cerca de 2.740 millones de usuarios activos en un mes”(Llano, 2021).

“Honduras reporta hasta el primero de febrero del presente año, 4 millones de usuarios de un total de 9.3 millones de habitantes” (López, 2021)

Millones de personas utilizan las redes y se deben aprovechar al máximo para beneficiarse de ellas. Dar a conocer todos los beneficios generará interés y al tomar interés las

personas deciden actuar. Actualmente el hotel cuenta con una buena estrategia en las redes sociales, sin embargo, no muestran todos sus beneficios y esta es una oportunidad para hacerlo.

Por medio de las historias se puede humanizar la marca. Todos los posts que se suben a las historias son las mismas imágenes que la de los posts.

“Humanizar tu marca es darle ese toque de personaliza, cercanía o familiaridad, que inicia desde la forma de conectarse con los seguidores hasta la manera de comunicarse o expresarse con ellos, generando un ambiente de confianza y credibilidad” (Machorro, 2019).

3.2.1.2. Descripción de la propuesta

Dentro de esta propuesta está el subir historias de las áreas del hotel 2 a 3 veces por semana (preferiblemente videos) para que las personas en las redes sociales puedan ver que se ofrece un ambiente agradable y que es lo que está sucediendo en las instalaciones. Mostrar el día a día en ambiente real, fresco, agradable puede ayudar a motivar a las personas a visitar el lugar.

Esta actividad la puede realizar la jefa de mercadeo y ventas o algunos de los coordinadores comerciales para ahorrar costos o pueden decidir pedirle a la agencia Estudio 3 que cuando lleguen ellos graben algunos pequeños videos. Pueden contemplar la idea de reels y IGTV para ampliar el tipo de contenido.

Un reel es un clip de 15 segundos (máximo) el cual consiste en pequeños videos y puede incluir texto, música y efectos. Si el reel es de calidad aumenta las posibilidades de ser descubierto ya que se lo muestra no solo a los seguidores de la cuenta sino también a otros usuarios de Instagram.(Girón, 2020)

Madrid (Madrid, 2018) afirma “IGTV permite a los usuarios publicar videos de hasta 1 hora en la red social”.

Lo ideal es que lo haga alguien que esté dentro del hotel ya que ellos llegan de lunes a sábado y en unos minutos pueden grabar para captar un momento único en un día específico en el hotel.

Ejemplos de fotos y reels para las historias

- ◆ Personas en el bar
- ◆ Personas en el restaurante

- ◆ El desayuno Buffet
- ◆ Un huésped haciendo check-in
- ◆ Piscina
- ◆ Gimnasio
- ◆ Terraza
- ◆ Pasillos

Mensajes claves a destacar en redes sociales

- ◆ Medidas de bioseguridad

Ahora más que nunca las personas quieren estar seguros de que cuidan de su salud donde estén, aún más en un hotel que puede ser un segundo hogar. Hay diferentes ideas de imágenes, entre ellas: Una persona aplicándose gel en las manos al mismo tiempo que está parado en el pediluvio portando su mascarilla, unas manos aplicándose gel, una persona viendo a la cámara con el pulgar hacia arriba con su mascarilla etc... El propósito de este tipo de publicaciones es informar a los huéspedes y huéspedes potenciales que estarán seguros en Hyatt Place San Pedro Sula. Por ejemplo, el practicante al estar en reservas conoció sobre algunas medidas de bioseguridad, cómo el rocío de las habitaciones con un químico desinfectante 24 horas antes de su estadía, el poder de decisión del huésped que si se hospeda más de 1 día él/ella puede decidir si gustan que limpien su habitación o que nadie entre en ella, el gel disponible en todos los pisos frente al elevador, el aforo en los lugares públicos cómo en la piscina, gimnasio y restaurante.

El hotel cuenta con dos certificaciones de Bioseguridad: GBAC (Global Biorisk Advisory Council) y Bureau Veritas.

- ◆ Contamos con productos de primera necesidad

Hyatt Place ofrece este servicio a sus huéspedes llamado ¿Se te olvidó algo?, donde el hotel cuenta con productos de primera necesidad que se pueden tomar prestados, comprar u obtener gratis en The Gallery.

- ◆ World of Hyatt

Es la membresía de Hyatt, cualquiera puede convertirse miembro, al hospedarse y realizar su reserva puede solicitar ser parte de este programa. Con este programa se acumulan puntos y puede obtener descuentos especiales para miembros y al acumular 5,000 puntos puede obtener una noche gratis. El miembro puede canjear sus puntos en cualquier Hyatt a nivel mundial.

- ◆ Pet-Friendly

El hotel acepta mascotas, si el huésped lleva una mascota esta debe de pesar menos de 50 libras y si se llevan 2 mascotas, estas deben pesar un total de 75 lbs. Si se hospeda un máximo de 6 noches paga un costo adicional de \$75.00 por limpieza y si se hospeda entre 7-30 noches es un cargo adicional de \$100.00

- ◆ Tardes de café

Idea donde las personas pueden reunirse y compartir a tomar un café y a comer un postre No se sienten obligados a comer un plato fuerte.

- ◆ Mini-Market 24/7

Es un excelente servicio. El restaurante cierra a las 10:00pm y es una excelente opción que ofrece postres, galletas, sándwiches por si un huésped tiene hambre en la madrugada, ellos pueden comprar en el Market 24/7.

- ◆ Eventos

Hyatt Place San Pedro Sula tiene la capacidad para realizar varios eventos desde un baby shower, hasta una boda. Esta sección de eventos puede promocionarse de varias maneras, los salones (Hyatt I, Hyatt II y Hyatt III), se pueden realizar eventos en la terraza, al aire libre e incluso en el restaurante (para reuniones más pequeñas con un máximo de 16 personas). Puede tomar fotografías de las áreas listas e incluso incluir personas en las fotografías. Existen diferentes maneras de colocar las sillas y mesas, dependiendo del evento, por lo tanto, hay mucho potencial para este tipo de posts. En estos posts podrían mencionar las capacidades e incluso paquetes. Podrían ser imágenes de:

- Cada salón (Hyatt I, Hyatt II y Hyatt III)

- Sala de juntas

- Salón de restaurante

- Terraza al aire libre

- Salón privado en el restaurante

- ◆ Restaurante

Algunas ideas son las siguientes:

- Ambiente con las mesas dentro de The Gallery

- Platos de desayuno, almuerzo y cena

- Área al aire libre donde se puede comer

- ♦ Área de las computadoras, esta área está en el lobby. Podría ser una fotografía de las computadoras con o sin personas. Demostrando que el hotel tiene esta área de trabajo para personas que la necesiten.
- ♦ Impresión remota. Los huéspedes no necesitan salir si deben imprimir algo, tienen la opción de imprimir información sin necesidad de salir del hotel.

La agencia Estudio 3 es la encargada de la creación de contenido, al compartir con ellos la lista de mensajes claves a destacar junto con Hyatt Place San Pedro Sula pueden decidir cuáles son las que aplicarán en el mes para hacer el cronopost. Todos estos temas deben de ser organizadas de la manera correcta y no repetirlas muy seguido o hacer diferentes versiones para que haya una diferenciación en el contenido y este no sea muy repetitivo.

Los mensajes claves a destacar anteriormente pueden ser mostrados a través de reels de Instagram y de historias para variar en el tipo de contenido.

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Las personas obtendrán más conocimiento sobre lo que el hotel ofrece en diversas áreas cómo en comida. El hotel ofrece un minimarket 24/7, es petfriendly y probablemente muchas personas no saben eso. Esa información está en su página web y sería bueno compartirlo en redes sociales para que haya una consistencia con la página web y las redes, en general cómo está presente el hotel de manera online.

Gonzalo (2020) afirma: “La identidad visual que transmiten debe ser la misma a través de todos los canales de comunicación”

El conocer beneficios específicos puede ser un agregado y aumentar su percepción de valor para que las personas decidan hospedarse en Hyatt Place San Pedro Sula. Un ejemplo es, el tener una mascota no es un impedimento para que no se hospeden. Los beneficios son una motivación y demuestra que vale la pena lo que se está pagando, un beneficio específico puede ser la razón por la cual se decidan hospedar.

En la creación de contenido debe de hacer una relación costo-beneficio ya que hacer un video es más costoso de solo una fotografía.

3.2.2 Propuesta de Mejora: Actualización de página web inglés y español

3.2.2.1. Antecedentes.

La página web de Hyatt Place San Pedro Sula, puede ser la primera impresión de los huéspedes antes de llegar, es por lo que debe tener una excelente presentación. La información debe estar actualizada ya que los huéspedes pueden tomar decisiones con base en ella. Por ejemplo, en la página web en español muestra que el bar y el restaurante están cerrados. Un huésped puede pensar “mejor me hospedo en un hotel donde el restaurante esté abierto para no salir” cuando en realidad el restaurante y el bar de Hyatt Place San Pedro Sula si están abiertos y solamente hay un aforo debido a la pandemia del Covid-19. El practicante resaltó la necesidad de actualizar el sitio web a la jefatura de mercadeo y ventas quienes hicieron revisión de la propuesta planteada. Ahora el equipo de Hyatt Internacional debe de aplicar los cambios, este proceso puede durar hasta 2 meses.

Otra razón de esta actualización es que la revisión del cumplimiento de los estándares de Hyatt es la siguiente. Hyatt, es una marca internacional que tiene estándares específicos para cada marca de hotel, ya que cada marca está dirigida a un segmento específico. El diseño de las páginas de Hyatt Place a nivel mundial deben mostrar congruencia de marca. Cada color del logo representa una característica y estas características se deben de ver reflejadas en la página web para que el huésped pueda ver la oferta completa de valor que ofrece Hyatt Place San Pedro Sula.

3.2.2.2. Descripción de la propuesta

La página web de Hyatt Place San Pedro Sula tiene 7 páginas internas. El practicante trabajó 2 documentos de Word sobre la actualización de la página web, uno en español y uno de la página web en inglés de 76 páginas cada uno, a continuación, un resumen de los cambios propuestos:

— Página de Inicio (1)

Cambios en la página de español e inglés

- Cambiar la imagen de inicio por 3 imágenes interactivas previamente seleccionadas.
- Nueva redacción del anuncio de Covid-19 (que debe de ir de manera obligatoria) actualizando la información. En la página de español indica que el

bar y el restaurante están cerrados y realmente están abiertos. En la página de inglés una oración está repetida y en “servicio limitado” se debe añadir el bar y el restaurante ya que hay un aforo de personas.

- En un segmento “Alójese cómodamente en Hyatt Place” se propone una corrección de errores ortográficos y el nombre del bar que ahora se llama “The Placery” anteriormente se llamaba “Café a Cócteles”.
- A la lista de comodidades se propone añadir (con su figura): estacionamiento gratuito, servicio a la habitación y restaurante. Se propone remover el servicio de conserje ya que este no lo ofrece el hotel.
- En la sección de características se propone añadir la categoría de: características de habitación, servicios y ADA (habitaciones accesibles para discapacitados).
- En la opción para ver las habitaciones y mapas + parqueadero + transporte. Se propone cambiar la imagen de “habitaciones” a dos imágenes propias del hotel.
- Se propone la eliminación de 2 imágenes no propias de Hyatt Place San Pedro Sula.
- En “Menú 24/7” se propone cambiar el título y el horario, el restaurante está abierto de 8:00am-10:00pm.
- Se propone añadir imágenes de la piscina y gimnasio propias de Hyatt Place San Pedro Sula.
- Se propone remover la sección de “noticias + eventos” ya que no hay ninguna noticia en caso de estar vacía Hyatt Hotels recomienda removerlo.
- Se propone añadir un cuadro de reuniones y otro cuadro de bodas con una imagen cada uno y un texto breve (1-2 oraciones).

Cambios solamente en la página de español

- Añadir botón de “Explora nuestro Hotel” que lo redirecciona a una página donde le muestra las amenidades.
- En la sección de características, se propone remover la información que está doble.
- En la opción para ver las habitaciones y mapas + parqueadero + transporte. Se propone cambiar la palabra “parqueadero por transporte”.
- El cuadro de políticas de mascotas está recortado por lo tanto se propone editarlo para mostrarlo completo.

Cambios solamente en la página de inglés

- Correcciones ortográficas en descripción de “outdoor pool”.
- Nueva redacción en “Map, Parking + Transportation”

— Habitaciones / Rooms (2)

Hyatt Place San Pedro Sula ofrece 5 tipos de habitación.

1. Habitación sencilla
2. Habitación Doble
3. Suite
4. Habitación sencilla accesible
5. Habitación doble accesible

La página en inglés y en español ya cumplían con algunos requisitos, entre ellos: el texto de descripción con un límite de 400 palabras, la hora de check-in y check-out, nombre de las habitaciones, descripción de cada habitación con un máximo de 230 caracteres incluyendo los espacios y un botón de llamada a la acción.

Cambios en la página de español e inglés

- Se propone correcciones ortográficas.
- Se propone el cambio en algunos títulos de las habitaciones.
- Se propone la adición de algunas amenidades para presentar el servicio completo. Entre las amenidades propuesta están las cortinas blackout, medidas de la habitación, aire acondicionado con control individual, luz de emergencia, detectores de humo y las amenidades adicionales de las habitaciones accesibles.
- Se propone un nuevo orden en el listado de las amenidades.

Estas son las tablas de las amenidades de cada habitación con las proposiciones:

Tabla 2: Amenidades de las habitaciones sencillas

Amenidades de las habitaciones sencilla en Hyatt Place San Pedro Sula	
1 Cama King Hyatt Grand Bed	Cafetera y café nacional de cortesía
Cozy Corner	Mini-refrigerador
Área de Trabajo	Plancha y tabla de planchar
Wi-Fi de cortesía en todas las áreas	Caja de seguridad

Amenidades de las habitaciones sencilla en Hyatt Place San Pedro Sula	
Pantalla HDTV giratoria de 50" con subtítulos	Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3
35.24m ² de espacio	Teléfono inalámbrico con buzón de voz
Aire acondicionado con control individual	Impresión remota
Cortinas "Blackout"	Luz de emergencia
Secadora de cabello de 1875 vatios	Detectores de humo
Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD™	Todas nuestras habitaciones son libres de humo

Fuente: Hyatt Connect

Tabla 3: Amenidades de las habitaciones dobles

Amenidades de las habitaciones dobles en Hyatt Place San Pedro Sula	
2 camas full Hyatt Grand Bed	Cafetera y café nacional de cortesía
Cozy Corner	Mini-refrigerador
Área de Trabajo	Plancha y tabla de planchar
Wi-Fi de cortesía en todas las áreas	Caja de seguridad
Pantalla HDTV giratoria de 50" con subtítulos	Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3
36.48m ² de espacio	Teléfono inalámbrico con buzón de voz
Aire acondicionado con control individual	Impresión remota
Cortinas "Blackout"	Luz de emergencia
Secadora de cabello de 1875 vatios	Detectores de humo
Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD™	Todas nuestras habitaciones son libres de humo

Fuente: Hyatt Connect

Tabla 4: Amenidades de las Suites

Amenidades de las habitaciones dobles en Hyatt Place San Pedro Sula	
1 cama King Hyatt Grand Bed	Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD
Cozy Corner	Encimera de cuarzo
Área de desayuno	Cafetera y café nacional de cortesía
Sala de estar	Mini-refrigerador
Sala de estar	Plancha y tabla de planchar
Área de trabajo	Caja de seguridad
Wi-fi de cortesía en todas las áreas	Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3
Pantalla HDTV giratoria de 50" con subtítulos	Teléfono inalámbrico con buzón de voz
67.15m ² de espacio	Impresión remota
Control de aire acondicionado y control individual	Luz de emergencia
Cortinas "Blackout"	Detectores de humo
Secadora de cabello de 1875 vatios	Todas nuestras habitaciones son libres de humo

Fuente: Hyatt Connect

Tabla 5: Amenidades de las habitaciones sencillas accesibles

Amenidades de las habitaciones sencillas accesibles en Hyatt Place San Pedro Sula	
Luz de emergencia	Aire acondicionado con control individual
Detectores de humo	Cortinas "Blackout"
Puertas anchas	Secadora de cabello de 1875 vatios
Mirilla y cerradura accesible	Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD™
Interruptores y termostato accesibles	Encimera de cuarzo

Amenidades de las habitaciones sencillas accesibles en Hyatt Place San Pedro Sula	
Baño Accesible	Cafetera y café nacional de cortesía
Pantalla HDTV giratoria de 50” con subtítulos	Mini-refrigerador
Amenidades de las habitaciones sencillas accesibles en Hyatt Place San Pedro Sula	
35.24m ² de espacio	Plancha y tabla de planchar
1 cama King Hyatt Grand Bed	Caja de seguridad
Cozy Corner	Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3
Wi-fi de cortesía en todas las áreas	Teléfono inalámbrico con buzón de voz
Área de trabajo	Todas nuestras habitaciones son libres de humo

Fuente: Hyatt Connect

Tabla 6: Amenidades de las habitaciones dobles accesibles

Amenidades de las habitaciones dobles accesibles en Hyatt Place San Pedro Sula	
Luz de emergencia	Aire acondicionado con control individual
Detectores de humo	Cortinas “Blackout”
Puertas anchas	Secadora de cabello de 1875 vatios
Mirilla y cerradura accesible	Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD™
Interruptores y termostato accesibles	Encimera de cuarzo
Baño Accesible	Cafetera y café nacional de cortesía
Pantalla HDTV giratoria de 50” con subtítulos	Mini-refrigerador
36.48m ² de espacio	Plancha y tabla de planchar
2 camas Full Hyatt Grand Bed	Caja de seguridad
Cozy Corner	Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3
Wi-fi de cortesía en todas las áreas	Teléfono inalámbrico con buzón de voz
Área de trabajo	Todas nuestras habitaciones son libres de humo

Fuente: Hyatt Connect

Las amenidades tienen términos específicos en inglés. (Ver anexo #24)

Cambios solamente en la página de español

- Cambio de la imagen principal
 - Atracciones Locales /Area Attractions (3)

Haciendo una revisión de los requisitos establecidos por Hyatt a nivel internacional se encontró que se cumple con la mayoría, sin embargo, no se cumplen con los siguientes: mínimo 4 actividades por categoría, un párrafo de descripción de las actividades con un máximo de 250 caracteres incluyendo los espacios y por último (opcional), 3 imágenes por categoría para hacerlo visualmente más atractivo.

En esta categoría se propone:

- Correcciones ortográficas
- Actualización de la información de cada atracción (número de teléfono y página web)
- Adición de las ubicaciones desde el hotel (actualmente todas redireccionan a Las Filipinas).
- En Universidad, adición de UNITEC para cumplir con 4 actividades por categoría.
- Adición de texto a las actividades que no tenían descripción, cómo todas las universidades.

— Restaurantes / Dining (4)

Esta sección (en la página de inglés y español) cumple con algunos requisitos solicitados por Hyatt cómo ser el título adecuado, una imagen única, descripción con un máximo de 350 caracteres incluyendo los espacios. Las páginas deben tener las 5 categorías: Desayuno Buffet, Bar, Mercado, La Galería y Servicio a la Habitación y cada categoría una descripción con un máximo de 350 palabras incluyendo los espacios.

En esta sección se propone lo siguiente:

- Revisión de horarios (los de las páginas están incorrectos)
- Revisión de ortografía
- Adición de “La Galería” en la página web en español

- Cambio a las imágenes adecuadas
- Reuniones y Eventos / Special Events (5)

Esta sección cumple con la mayoría de los requisitos de Hyatt. En ambas páginas tiene el título adecuado, una descripción de máximo 300 caracteres incluyendo los espacios, el número de habitaciones disponibles, botón para llamar solicitando precios, las categorías de bodas, reuniones con una imagen y descripción menor a 230 caracteres incluyendo los espacios, medidas de los salones de eventos.

En esta sección se propone lo siguiente:

- Adición de 3 imágenes propias del hotel
- Nueva redacción del texto de “bodas”
- Corrección de las medidas de los salones de eventos
- Revisión ortográfica del texto de reuniones

En esta sección se propone lo siguiente:

- Adición de imágenes propias del hotel
- Actualización de las medidas correspondientes de los salones de eventos
- Cambiar redacción (solamente en la página de español)

- Fotos y Opiniones / Photos + Reviews (6)

Esta sección cumple con los siguientes requisitos solicitados por Hyatt: Nombre adecuado, imagen principal, el texto generalizado de la sección, la imagen de #compartetus historias / #shareyourstory, la sección de galería y opiniones.

En esta sección se propone lo siguiente:

- Cambio de la imagen principal a una propia del hotel
- Agregar la categoría de “Habitaciones y Piscina” con sus respectivas imágenes
- Corrección de ortografía en el texto
- Añadir más imágenes en la sección de “Hotel” y “Restaurantes”
- En la subpágina de opiniones no se realizó ningún cambio ya que esta se actualiza automáticamente con los comentarios de TripAdvisor.

- Promociones / Offers (7)

Esta sección en ambas páginas tiene el nombre correcto, una imagen principal, el texto generalizado con las ofertas adecuadas. En esta página no se realizó ningún cambio.

3.2.2.3 Impacto de la propuesta

Los huéspedes podrán ver la proposición de valor completa, al ver todos los beneficios que ofrece Hyatt Place San Pedro Sula es muy probable que decidan hospedarse en Hyatt Place San Pedro Sula.

Habrà congruencia entre la página ya que algunos detalles no estaban igual en ambas páginas y mostrarà una imagen íntegra y global. Al seleccionar un idioma, la página no se traduce, sino que lo direcciona a una landing page en ese idioma, por lo tanto, el contenido depende de cómo este estructurada la página en ese idioma. Las páginas en los diferentes idiomas están manejadas por el equipo de Hyatt en Estados Unidos, quienes realizan los cambios directamente. Ellos velan por el cumplimiento de los estándares de la franquicia en Honduras.

Capítulo IV

4.1 Conclusiones

- ♦ Hyatt Place San Pedro Sula tiene una buena estrategia en redes sociales, sin embargo, tiene oportunidad para presentar y realzar algunos de los muchos beneficios no tan conocidos que ofrecen a sus huéspedes. Las personas al estar informadas se sienten seguros de sus decisiones y esto proveerá una percepción más alta de valor para sus huéspedes.
- ♦ La actualización de las páginas web en español e inglés mostrará la información actual y relevante para los huéspedes y huéspedes potenciales. Esta actualización mostrará consistencia en ambas páginas, presentando la información necesaria solicitada por Hyatt y cumpliendo con sus estándares para ofrecer el mejor servicio posible. Las pautas de la actualización ya están establecidas, autorizadas por el equipo de Hyatt Place San Pedro Sula. Hyatt Corporation realizará los cambios en la página ya que ellos son los encargados y quienes tienen el acceso directo al manejo de la página.
- ♦ Al tomar decisiones sobre precios, es bien importante conocer que está ofreciendo la competencia. El entorno nos afecta indirectamente. Esto permite hacer un análisis interno de que propuestas se pueden aplicar y en qué áreas la empresa esta débil y necesita mejorar. Muchas personas se basan en el precio para escoger los hoteles, por lo tanto, en este rubro los precios de la competencia se llevan de cerca.
- ♦ El mercadeo dentro del hotel y las empresas en general es indispensable para tener éxito. Cómo se muestra la empresa hacia el público, que ofrecen, cómo agregan valor es un arte.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Recomendaciones para la empresa

En cuanto sea posible, recomendaría contratar a una persona encargada para el manejo y creación de contenido de redes sociales. Actualmente se trabaja con una agencia y hacen un buen trabajo, sin embargo, varias veces se han tardado en cumplir con pequeños detalles

cómo añadir el San Pedro Sula en el logo de las historias o no subir los posts a tiempo. No se compara el tener a alguien presente en el establecimiento. Algunas características importantes para el puesto son las siguientes: Conocimiento y experiencia en redes sociales, conocimiento de los programas Adobe Photoshop y Adobe Illustrator y posesión de una cámara fotográfica profesional junto con otras características importantes que solicite el hotel. La agencia también cobra por fotografía por lo tanto sería más económico contratar a una persona encargada de la creación de contenido, manejo de redes y creación de cronopost.

4.2.2. Recomendaciones para la institución

Estar pendiente el manejo de clases y lo que están haciendo los profesores. En experiencia personas del practicante, en dos ocasiones un catedrático puso un examen cuyo contenido se excedía de la hora y 20 minutos y en ambas ocasiones fue frustrante porque en una ocasión el practicante tenía presentación y en la otra ocasión el practicante estaba viendo el contenido del examen del día siguiente. Revisar que los contenidos de los exámenes no excedan el tiempo dispuesto de 1 hora 20 minutos, así como que los docentes impartan contenido de valor.

Al hacer cambio de pensum deberían de avisar con anticipación, para que los alumnos no tengan que atrasarse en su plan de estudios, es tiempo y dinero del alumno.

4.2.3. Recomendación para los estudiantes

Tener claro el enfoque y las prioridades en orden. Haciendo siempre lo justo, lo correcto, lo que se debe hacer. Todo al final tiene su recompensa. Las personas son el fruto de sus hábitos diarios, por lo tanto, es muy importante aprovechar el tiempo cada día y fomentar hábitos que produzcan buenos frutos en un futuro. El hacer siempre las cosas con excelencia. Hemos aprendido conocimientos a lo largo de la carrera y en el mundo laboral se continúa aprendiendo. La vida es un aprendizaje continuo y quien no continúa actualizando se queda atrás, así como las empresas.

Referencias

- ⇒ Qué es un COPY y por qué es Importante en el Marketing 🏆. (2018, octubre 11). *Blog Publisuites*. <https://www.publisuites.com/blog/copy-vs-contenidos/>
- Definición de Suite*. (2021). <https://definicion.de/suite/>
- Girón, J. (2020). *Instagram Reels: ¿cómo editarlos y cuáles son los beneficios para tu marca?* <https://www.tunota.com/instagram-reels-como-editarlos-y-cuales-son-los-beneficios-para-tu-marca>
- Gonzalo. (2020, julio 7). ¿Cómo ser “consistente” en todas las redes sociales? *CCNegocios*. <http://ccnegocios.mx/como-ser-consistente-en-todas-las-redes-sociales/>
- HunterDouglas. (2021). *¿Qué son las cortinas blackout y cuales son sus beneficios?* <https://www.hunterdouglas.com.pe/cortinas/novedades/326/%C2%BFque-son-las-cortinas-tipo-black-out-y-cuales-son-sus-beneficios#:~:text=Las%20Black%20Out%20son%20cortinas,la%20luz%20solar%20del%20exterior.>
- Hyatt Corporation. (2021a). *Acerca de Hyatt*. <https://about.hyatt.com/es.html#:~:text=cuidamos%20DE%20NUESTRAS%20COMUNIDADES&text=A%20medida%20que%20la%20presencia,medioambiente%20para%20las%20pr%C3%B3ximas%20generaciones>
- Hyatt Corporation. (2021b). *Hyatt Connect*. <https://www.hyattconnect.com/portal/site/HGIntranet/template.HYATTLOGIN/>
- Llano, P. J. C. M. (s. f.). *Estadísticas de redes sociales 2021: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, Tiktok y otros*. Recuperado 9 de junio de 2021, de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

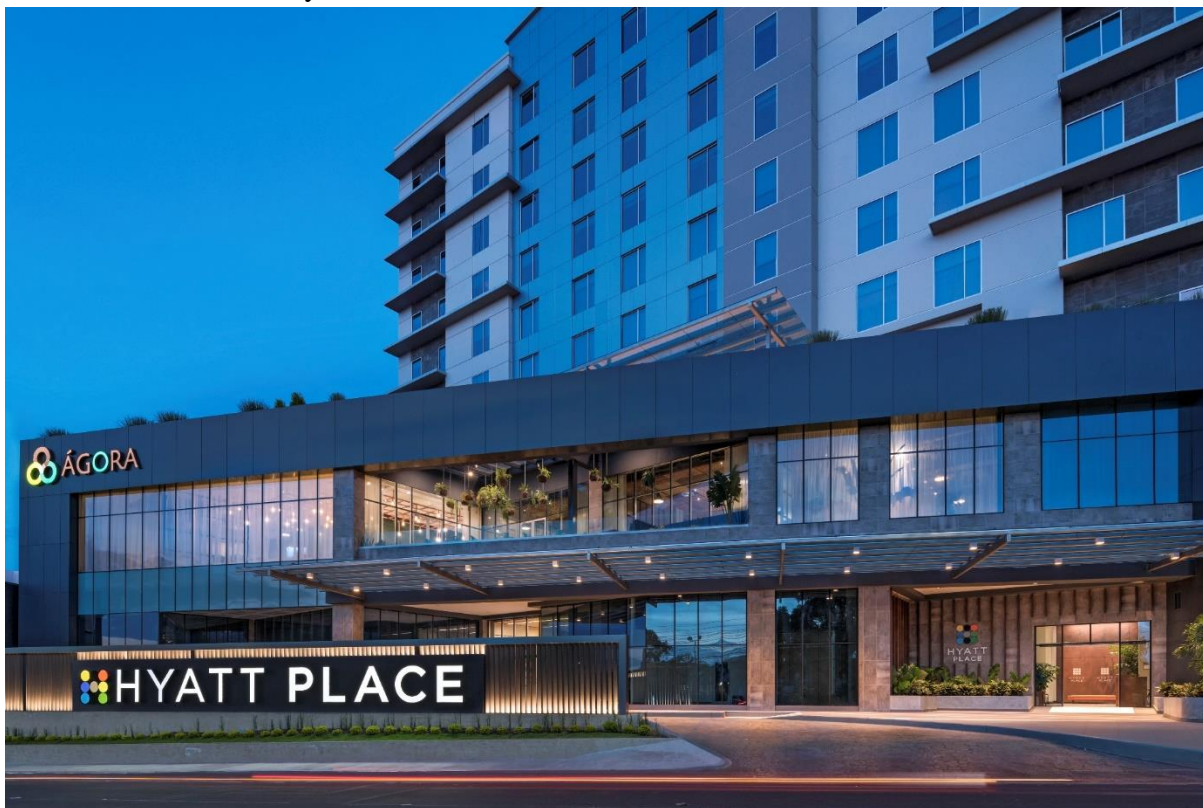
- Lopez, O. (s. f.). *Honduras ya cuenta con 4 millones usuarios en Facebook*. Diario La Prensa. Recuperado 9 de junio de 2021, de https://www.laprensa.hn/tecnologia/1255355-410/hondureños_facebok-cuentas-red_social-viral-instagram-penetracion_internet-facebook_centroamerica-
- Machorro, I. (2019, enero 23). Importancia de humanizar una marca y cómo hacerlo. *Agencia de Publicidad y Marketing*. <https://www.grupoendor.com/humanizar-marca/>
- Madrid. (2018, junio 22). *IGTV, así funciona la nueva herramienta de Instagram para competir con Youtube*. EXPANSION. <https://www.expansion.com/tecnologia/2018/06/22/5b2ca971268e3ec5208b4602.html>
- Oracle España. (2021). *Aproveche el potencial de la nube para transformar su gestión hotelera*. <https://www.oracle.com/es/industries/hospitality/products/opera-cloud-services.html>
- Ungría, C. C. (2017, enero 23). 10 ideas para crear una buena planificación de contenidos en las redes sociales. *TreceBits - Redes Sociales y Tecnología*. <https://www.trecebits.com/2017/01/23/10-ideas-para-crear-una-buena-planificacion-de-contenidos-en-las-redes-sociales/>

Glosario

1. The Gallery: El área donde los huéspedes y otras personas realizan check-in y check-out, donde puede compartir con otros, desayunar, almorzar y cenar a la carta; Nombre del restaurante.(Hyatt Corporation, 2021)
2. Opera: Una plataforma de servicios en la nube pensada para la gestión hotelera de próxima generación. Ofrece una intuitiva interfaz de usuario, funcionalidad completa para varias áreas de gestión, almacenamiento seguro de datos y cientos de interfaces que cubren las necesidades de establecimientos hoteleros. (Oracle España, 2021)
3. Suite: Una habitación de hotel que ofrece más espacio que una habitación regular. Esta incluye un espacio de cocina, sala y comedor. (Definición de Suite, 2021)
4. Cortinas “Blackout”: Cortinas que aíslan completamente la luz solar.(HunterDouglas, 2021)
5. Amenidades KenetMD: Productos para el cabello y la piel de Kenet MD por el Dr. Barney Kenet. (Hyatt Connect, 2021)
6. Gallery Host: El recepcionista encargado de realizar check-in y check-out. Término de la marca Hyatt Place.(Hyatt Corporation, 2021)
7. Cronopost: Un documento de excel en formato de calendario que muestra las publicaciones que se harán en las redes sociales en un periodo determinado donde va las fechas, la imagen a subir y el copy para cada día.(Hyatt Corporation, 2021)
8. Copy: Es el texto, la parte escrita de un anuncio. El exto que es se escribe específicamente para vender algo.(Natalia, 2018)
9. The Placery: El bar en el Lobby donde los huéspedes pueden ordenar bebidas alcohólicas premium y bebidas de café. Asientos abiertos rodean el bar y da un lugar donde las personas pueden reunirse y compartir. (Hyatt Connect, 2021)
10. Market 24/7: Una caja refrigerada donde se ofrecen sándwiches y ensaladas recién empaquetados, bebidas embotelladas y bocadillos. Se ofrece también panadería y repostería recién horneado y platos llenos de dulces y barras. (Hyatt Connect, 2021)

Anexos

Anexo 1. Exterior de Hyatt Place San Pedro Sula



Anexo 2. Imagen principal de la subpágina de "Habitaciones"



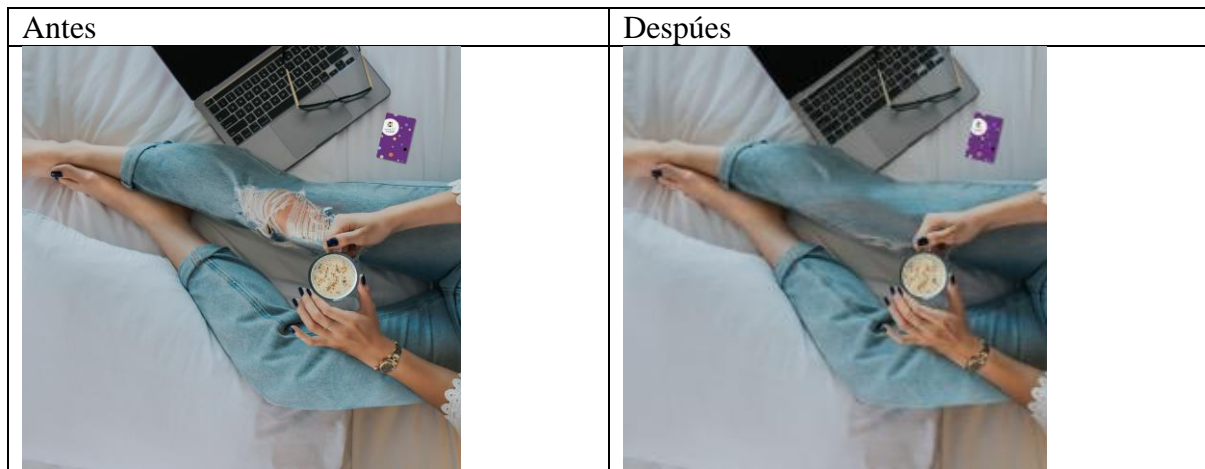
Anexo 3. The Gallery



Anexo 4. Colores del Logo de Hyatt Place San Pedro Sula










<p>YELLOW</p> <p>PRINT PMS 7404 U CMYK 0/10/100/0</p> <p>SCREEN RGB 253/207/65 HEX #FDCF41</p>	<p>BLACK</p> <p>PRINT CMYK 0/0/0/100</p> <p>SCREEN RGB 0/0/0 HEX #000000</p>	<p>ORANGE</p> <p>PRINT PMS 158 U CMYK 0/44/75/0</p> <p>SCREEN RGB 236/126/74 HEX #ED7F4A</p>
<p>PERIWINKLE</p> <p>PRINT PMS 7458 U CMYK 44/39/0/0</p> <p>SCREEN RGB 133/133/192 HEX #8586C1</p>	<p>KHAKI</p> <p>PRINT PMS 7502 U CMYK 6/18/48/13</p> <p>SCREEN RGB 199/175/135 HEX #C7AF87</p>	<p>YELLOW GREEN</p> <p>PRINT PMS 584 U CMYK 16/1/80/2</p> <p>SCREEN RGB 206/214/101 HEX #CFD766</p>
<p>BLUE</p> <p>PRINT PMS 7458 U CMYK 65/7/12/2</p> <p>SCREEN RGB 103/164/190 HEX #67A5BF</p>	<p>GREEN</p> <p>PRINT PMS 367 U CMYK 42/0/75/0</p> <p>SCREEN RGB 145/202/106 HEX #91CA6B</p>	<p>LIGHT GRAY</p> <p>PRINT PMS COOL GRAY 2 U CMYK 0/0/0/10</p> <p>SCREEN RGB 230/231/232 HEX #EE67EB</p>

Anexo 5. Ejemplo de revisión y edición en el cronopost. Los pantalones estaban muy rotos y no representan la imagen que proyecta Hyatt Place.





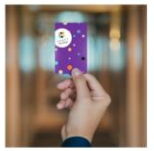
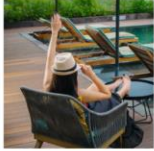





Anexo 6: Cronopost de las Historias de Instagram y Facebook mayo 2021






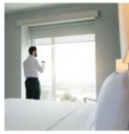









AGENDA
HYATT PLACE SAP MAYO 2021

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						
						

Anexo 7: Cronopost de mayo 2021

AGENDA DE PUBLICACIONES HYATT PLACE SAP MAYO 2021						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
9	10	11	12	13	14	15
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
	Este no es solo nuestro Cozy Corner, es tu nueva oficina. #WorkFromHyatt		¿Cuál es la clave para una estadia sin contacto? ¡Tu teléfono! Con la aplicación World of Hyatt, tendrás acceso a la llave de tu habitación.		Tómate un momento, ven que estamos listos para hacerte sentir en casa.	
HORA:	HORA: 10:00 am	HORA:	HORA: 3:00 pm	HORA:	HORA: 10:00am	HORA:
16	17	18	19	20	21	22
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
	¿Necesitas un lugar para mantenerte productivo mientras viajas? Tenemos el lugar perfecto. #WorkFromHyatt		Una llave que abre un mundo de posibilidades, en Hyatt Place San Pedro Sula tu eres el invitado especial. #UnLugarDiferente			Nunca es tarde para desconectarte de la rutina, regístrate un verdadero descanso. #UnLugarDiferente
HORA:	HORA: 11:00 am	HORA:	HORA: 03:00 pm	HORA:	HORA:	HORA: 3:00pm
23	24	25	26	27	28	29
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
	Comodidad más cafeína, los ingredientes perfectos para disfrutar al máximo tu estadia en Hyatt Place San Pedro Sula.		De una semana laboral o un fin de semana, siempre te sentirás como en casa. #HyattPlace #UnLugarDiferente		Disfruta como en casa, lejos de casa. Una estadia para ser eterna...	
HORA:	HORA: 10:00 am	HORA:	HORA: 12:00m	HORA:	HORA: 03:00pm	HORA:

Anexo 8. Cronopost de junio 2021

30	31	1	2	3	4	5
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
		Nuestros espacios modernos y multifuncionales están pensados en tu comodidad y estilo de vida.		¡Recárgate! Es el momento para que te desconectes de la rutina y descames en un ambiente seguro.		Está donde tienes que estar, tu solo disfruta el camino. #UnLugarDiferente
HORA:		HORA: 10:00am		HORA: 10:00am		HORA: 03:00pm
6	7	8	9	10	11	12
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
Esta es la llave para hacer de tu estadía memorable. #HyattPlace #Travel		¡La satisfacción de nuestros huéspedes es nuestra prioridad! Cada espacio del hotel está pensado en crear experiencias con estilo, cómodas como en casa. #HyattPlaceSanPedroSula #UnLugarDiferente		Comienza tu día de trabajo con un café fuerte y nuestras espectaculares vistas desde nuestras habitaciones.		
HORA: 10:00am		HORA: 10:00am		HORA: 10:00am		
13	14	15	16	17	18	19
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
La cama que nunca querrás abandonar. Síntete como en casa.				Sientete como en casa, en nuestros espacios amplios y cómodos diseñados para que tu estadía sea inolvidable.		Sábado por la noche combina perfectamente con una cerveza en The Factory Bar.
HORA: 10:00am		HORA:		HORA: 3:00 pm		HORA: 3:00 pm
20	21	22	23	24	25	26
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
Trabaja, descansa, repite. A veces, solo necesitamos quedarnos en la habitación, relajarnos y disfrutar de estar lejos.		Comodidad y tranquilidad van de la mano, encuentra un espacio para recargarte en Hyatt Place San Pedro Sula.		¿Estas listo para recibir la experiencia Hyatt Place San Pedro Sula?		
HORA: 10:00am		HORA:		HORA:		HORA:
27	28	29	30	1	2	3
						
COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:	COPY:
Disfruta de una cómoda y segura estadía en nuestras habitaciones, siéntete como en casa, espacios dedicados para trabajar, dormir y relajarse. Comunícate con nosotros.		Toma un momento de paz y tranquilidad antes de comenzar el día con Hyatt Place San Pedro Sula.		Evita las filas en recepción con el check-in sin contacto en nuestra aplicación World of Hyatt.		
HORA: 10:00am		HORA:		HORA: 10:00am		HORA:

Anexo 9. Fondos para el uso del logo de Hyatt Place San Pedro Sula

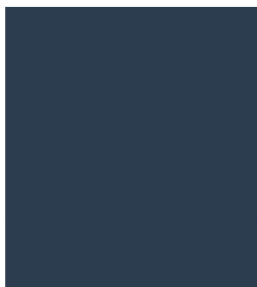


Anexo 10. Lo que no se debe de hacer al logo de Hyatt Place



Anexo 11. Paleta de colores Primarios de Hyatt Place

HP Dark Navy

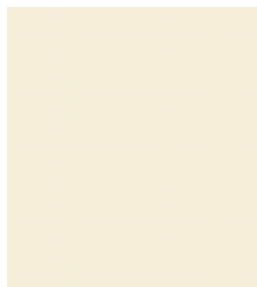


PMS 533C

C: 87 R: 40
M: 70 G: 62
Y: 46 B: 83
K: 37

HEX #283E53

HP Light Beige



PMS 7499C 50% TINT

C: 3 R: 246
M: 7 G: 238
Y: 17 B: 216
K: 0

HEX #F6EED8

HP Slate Blue

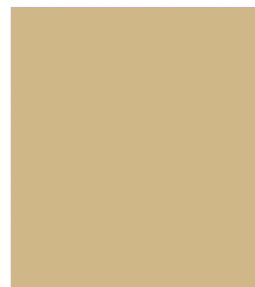


PMS 2214C

C: 68 R: 92
M: 37 G: 134
Y: 36 B: 145
K: 4

HEX #5C8691

HP Beige



PMS 466C

C: 22 R: 212
M: 31 G: 183
Y: 59 B: 130
K: 0

HEX #D4B782

Anexo 12. Paleta de colores secundarios de Hyatt Place

HP Orange

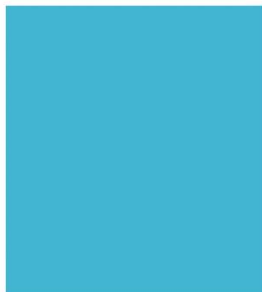


PMS 3564C

C: 0 R: 255
M: 46 G: 156
Y: 87 B: 52
K: 0

HEX #FF9C34

HP Cyan

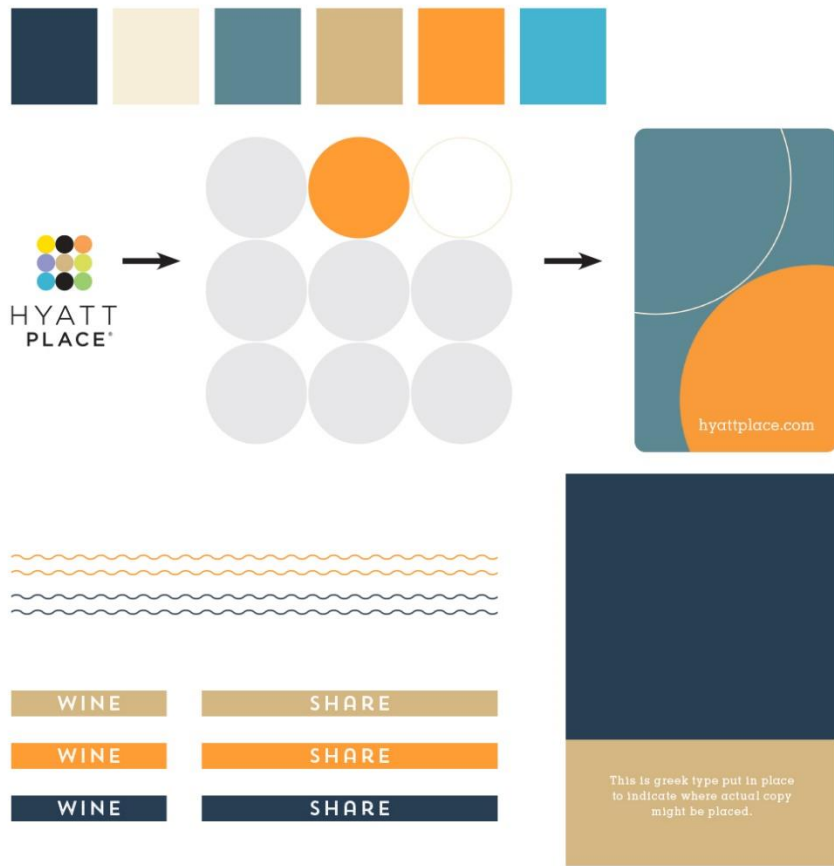


PMS 2200C

C: 65 R: 67
M: 7 G: 181
Y: 12 B: 208
K: 2

HEX #43B5D0

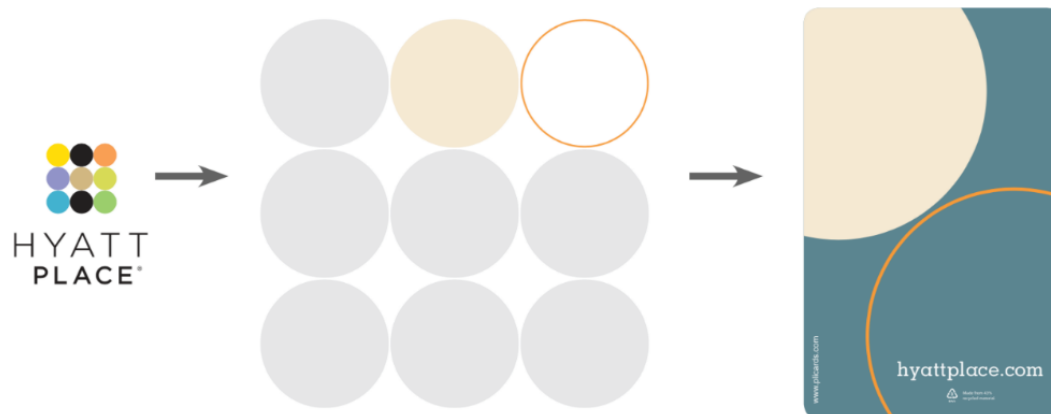
Anexo 13. Expresión visual de Hyatt Place



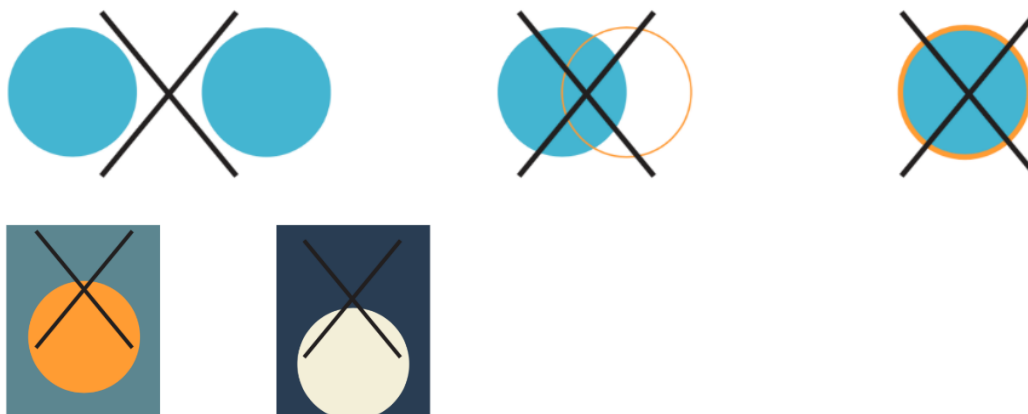
Anexo 14. Logo de las empresas certificadoras de bioseguridad

Bureau Veritas	GBAC
 <p>The logo features a black shield with a white border. Inside the shield, the words 'SAFE GUARD' are written in large, bold, black capital letters. Below this, there is a smaller circular logo for Bureau Veritas, which includes a figure holding a scale and the text 'BUREAU VERITAS' and '1828'. At the bottom of the shield, the words 'BUREAU VERITAS' are written in a black box.</p>	 <p>The logo is a blue circular seal with a scalloped edge. The outer ring contains the text 'GLOBAL BIORISK ADVISORY COUNCIL' in white. In the center, the letters 'GBAC' are prominently displayed in white, with a biohazard symbol integrated into the letter 'A'. Below 'GBAC', a white banner contains the words 'STAR SERVICE' in blue. At the bottom of the seal, there are three white stars and a small 'TM' trademark symbol.</p>

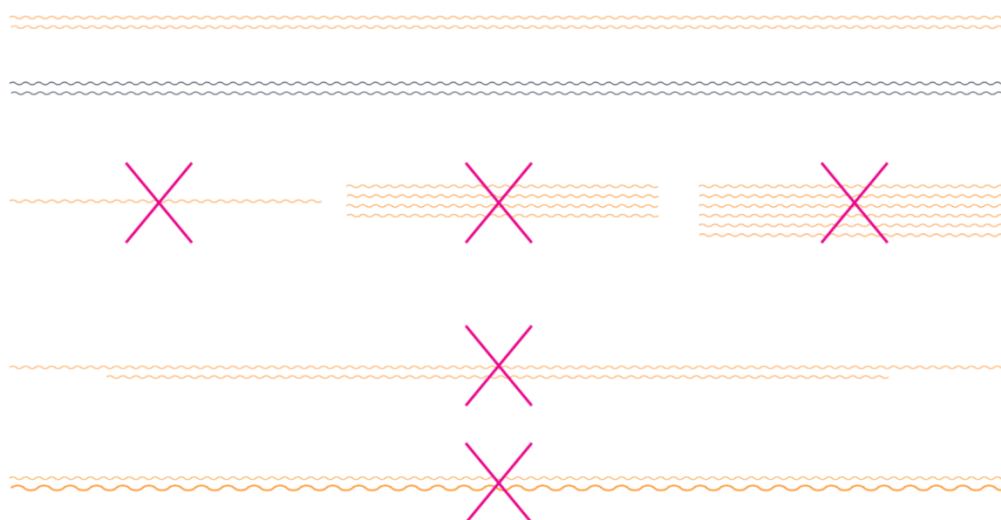
Anexo 15: Elementos gráficos: Círculos



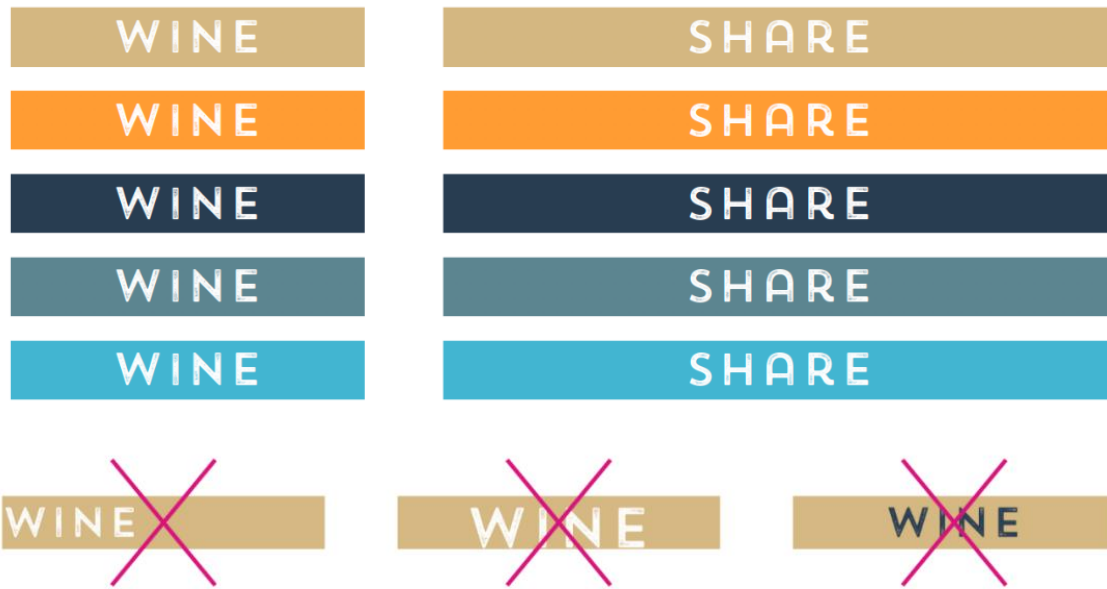
Anexo 16. Cómo no se deben de utilizar los círculos



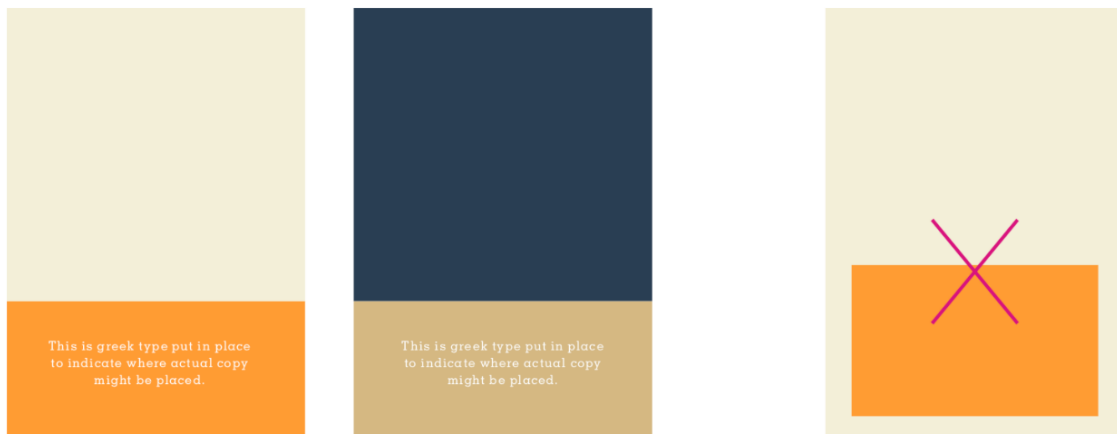
Anexo 17: Elemento gráfico: Líneas Onduladas



Anexo 18: Etiquetas de Encabezado



Anexo 19: Elemento gráfico; banda de colores



Anexo 20: Logo de “The Placery” en diferentes colores



Beige: Primary (preferred)



Reverse (white): Only to be used when placed on a beige background.



Black: For signage only or when black and white printing is required.

Anexo 21. Tono Hyatt Place; Lo que es y no es

WE ARE	WE ARE <u>NOT</u>
• Clever and witty	• Over-the-top funny
• Open-minded/welcoming	• Only for select people/snooty
• Straightfoward	• Selly
• Confident	• Cocky
• A loyal friend	• Too cool for school
• Globally-conscious	• Ethnocentric
• Current/up-to-date	• Trendy
• Casual and laid back	• Stiff and formal
• Concise/straight to the point	• Verbose/meandering
• Vibrant and active	• Overzealous
• Informed	• Know-it-alls

Anexo 22. Imágenes de las promociones en el periodo de práctica



hyattplacesap

THE PLACERY
JUEVES Y VIERNES
de Vodka



Stoli

Segundo trago a mitad de precio

- Cardamomo y menta
- Wild berries
- Vodka tonico

COCKTAIL APPROVED ENTHUSIAST

HYATT PLACE

San Pedro Sula

hyattplacesap

THE PLACERY
SÁBADOS
de Sangría
ROJA Y BLANCA



Compra tu Sangría y te incluimos un tasting de jamones y quesos.

COCKTAIL APPROVED ENTHUSIAST

HYATT PLACE

San Pedro Sula

hyattplacesap

THE PLACERY
Bloody
SUNDAY



LA CURA PARA LA CRUDA
Por la compra de tu Bloody Mary recibe una orden de Chicken Pancakes.

Stoli

COCKTAIL APPROVED ENTHUSIAST

HYATT PLACE

San Pedro Sula

hyattplacesap

HYATT PLACE



2X1

DESAYUNOS BUFFET

DE LUNES A VIERNES
AL PAGAR CON TARJETAS DE CRÉDITO/DEBITO

BAC
CULMINATE

Del 20 de abril al 30 de mayo de 8:00 a 10:00 am

RESERVA YA
marcella.valle@hyatt.com

hyattplacesap

OFFICE FOR A DAY

\$69 + IMPUESTOS

HYATT PLACE

hyattplacesap

HYATT PLACE

THE PLACERY

SALAD

for lunch

CON AGURZUL Y ZEN

LPS. 235 VÁLIDO EN JUNIO 12:00-14:00

aguazul zen

WORK FROM HYATT

\$129 + IMPUESTOS

HYATT PLACE

UNA OFICINA DIFERENTE, UN HOTEL DIFERENTE.

- Desayuno buffet
- WIFI incluido
- \$10.00 diarios consumibles en alimentos
- 15% de descuento en lavandería
- Acumulación de puntos World of Hyatt
- Estacionamiento

RESERVA YA

En www.hyatt.com o spreservations@hyatt.com

Restricciones: Tarifa más impuestos. Mínimo de estadia de 7 noches consecutivas. Sujeto a disponibilidad, previa reservación en requerida. Promoción válida hasta el 31 de marzo de 2021. \$10 consumibles en alimentos y bebidas no transferible. No aplica con otras promociones. Válido para Hyatt Place San Pedro Sula, Honduras.

ALÓJESE MÁS, AHORRE MÁS

OBTENGA EL 15% DE DESCUENTO EN SU ESTADÍA

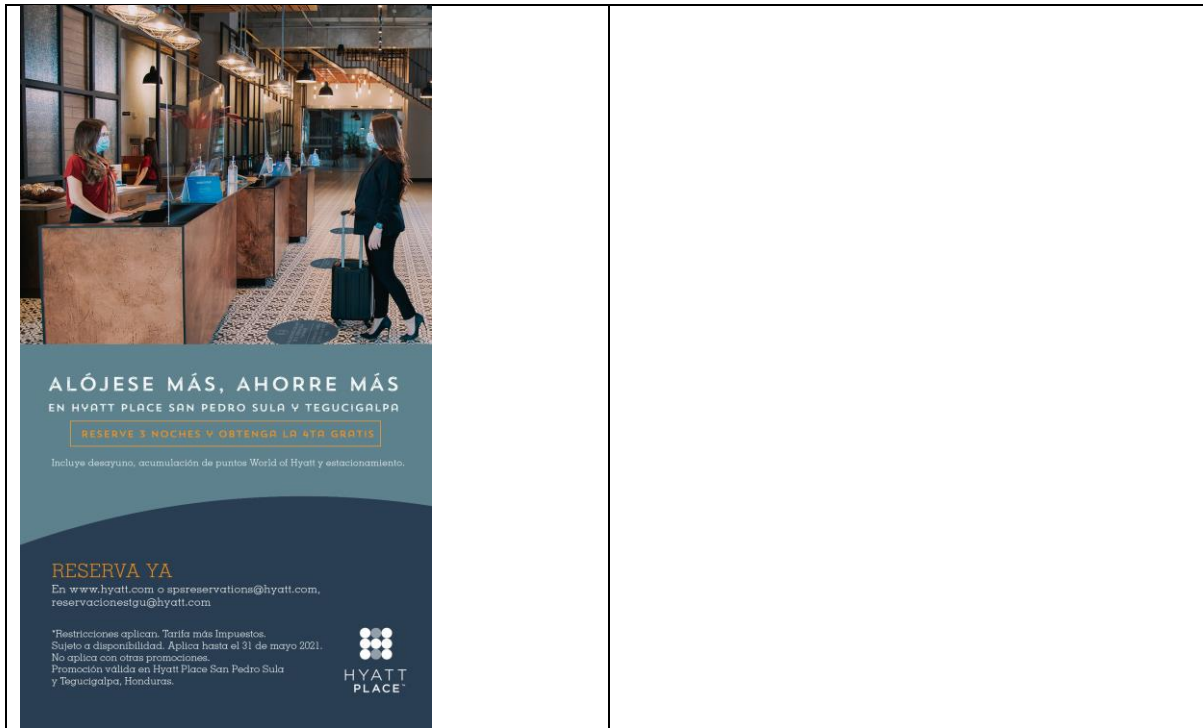
Incluye desayuno, acumulación de puntos World of Hyatt, estacionamiento.

RESERVA YA

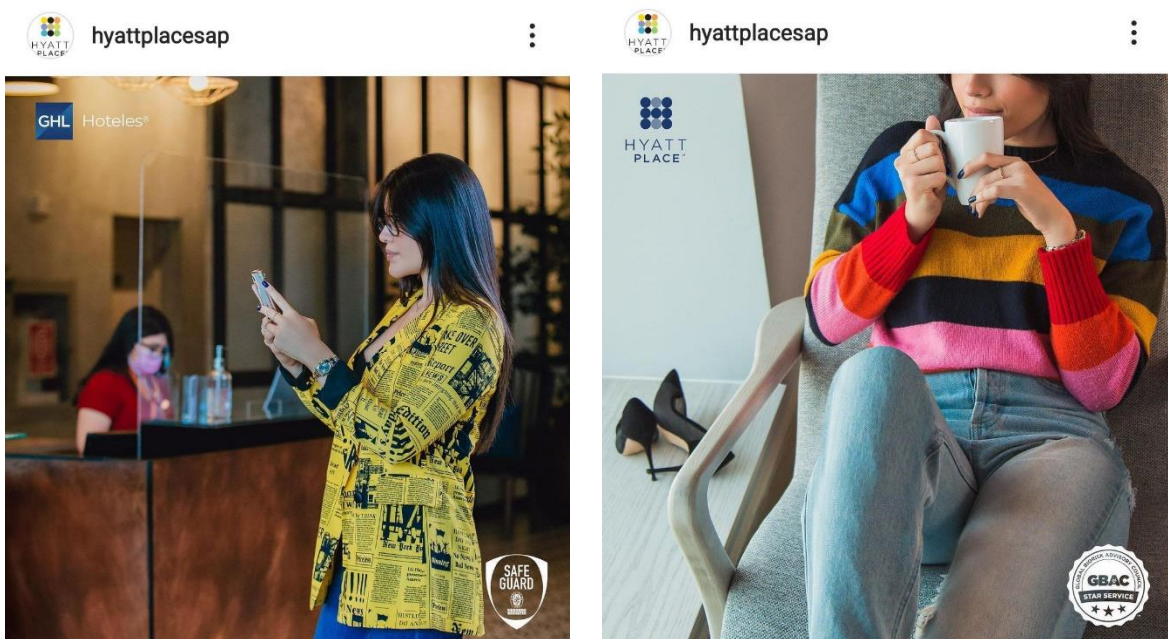
En www.hyatt.com o spreservations@hyatt.com

*Restricciones aplican. Tarifa más impuestos. 15% de descuento por estadia con la tarifa del día. Sujeta a disponibilidad. Aplica hasta el 31 de marzo 2021. No aplica con otras promociones. Aplica para Hyatt Place San Pedro Sula, Honduras.

HYATT PLACE



Anexo 23. Imágenes de publicidad por “Estudio 3” editada para Instagram y Facebook.



Anexo 24. Terminología de las amenidades en inglés

Español	Inglés
Cama King Hyatt Grand Bed	King Bed Hyatt Grand Bed
Cozy Corner	Oversized cozy corner sofa
Área de Desayuno	Breakfast area
Sala de estar	Living room
Área de trabajo	Separate workspace
Wi-fi de cortesía	Free Wi-fi
Pantalla HDTV giratoria de 50"	Swiveling 50" flat screen HDTV
XXX m ² de espacio	XXX sq. ft. of space
Control de aire acondicionado y control individual	Individually controlled air-conditioning
Cortinas "Blackout"	Blackout curtains
Secadora de cabello de 1875 vatios	1875-watt hair dryer
Amenidades de lujo para el cuidado de la piel y el cabello KenetMD™	Luxury skin and hair amenities from KenetMD
Encimera de cuarzo	Quartz tops
Cafetera y café nacional de cortesía	Single serve coffee/tea maker
Mini-refrigerador	Mini-fridge
Plancha y tabla de planchar	Iron/ Iron board
Caja de seguridad	In-room safe
Reloj despertador con radio AM/FM y estación para reproductor MP3	AM/FM alarma clock with MP3 connectivity
Teléfono Inalámbrico con buzón de voz	Cordless speakerphone with voicemail
Impresión remota	Remote printing
Luz de emergencia	Emergency light
Detectores de humo	Smoke detectors
Todas nuestras habitaciones son libres de humo	All Hyatt Place Hotels are smoke-free
Puertas anchas	Wide doors
Mirilla y cerradura accesibles	Lowered peephole and door latch
Interruptores y termostato accesible	Lowered thermostat and light switches
Baño Accesible	Accesible Bathroom

Anexo 25. Practicante con Ornella Cruz, directora de Mercadeo y Ventas

