

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL

ASOCIACION DE HOTELES PEQUEÑOS DE HONDURAS

HOPEH

SUSTENTADO POR:

NATHALY NICOLLE GÓMEZ PADILLA

11711061

PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE:

LICENCIADA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TEGUCIGALPA, M.D.C

HONDURAS, C.A

01 DE OCTUBRE 2020

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la oportunidad de finalizar con éxito mi carrera universitaria en UNITEC y mantenerme con salud ante estas circunstancias.

En segundo lugar, agradezco a mis padres ya que gracias a ellos a su gran esfuerzo por darme la mejor educación y así poder culminar con éxito mi carrera profesional en una buena universidad y por todos los valores, principios que me han enseñado desde pequeña me ha convertido en lo que soy.

Mi hermana que fue la que mas me ayudo en este camino universitario compartiendo todos sus conocimientos conmigo y ayudándome a mejorar en todo aspecto.

Mi familia en general por toda la motivación y confianza que he recibido por parte de ellos para ayudarme a cumplir todo lo que me proponga

Todos mis compañeros que estuvieron conmigo a lo largo de la carrera ya que fueron un apoyo y compartían sus conocimientos y a mis amigas del colegio que han estado apoyándome desde siempre.

De igual manera agradezco a mis docentes que nos impartían clases en 3 años y medios, compartiendo todos sus conocimientos y enseñándonos cómo comportarnos en el ambiente laboral con el objetivo de ser buenos profesionales.

De igual manera agradezco a la asociación de hoteles pequeños por darme la oportunidad de realizar mi practica profesional donde pude compartir mis conocimientos y aprendiendo nuevas cosas en el área digital

Nathaly Nicolle Gómez Padilla

Cuenta # 11711061

Índice

Resumen Ejecutivo.....	IV
Introducción	V
Capítulo I- Generalidades de la asociación.....	1
1. Objetivos de la práctica profesional	1
1.1 Objetivos General:	1
1.2 Objetivos Específicos	1
1.3 Datos generales de la asociación de hoteles pequeños de Honduras	2
1.3.1 Reseña histórica de la asociación	2
1.3.2 Antecedentes de la Asociación de hoteles pequeños	3
1.3.3 Misión:.....	3
1.3.4 Visión:.....	3
1.3.5 Valores:	3
1.3.5.1 Sostenibilidad.....	3
1.3.5.2 Integridad:	3
1.3.5.3 Calidad y Excelencia	3
1.3.5.4 Participación:.....	4
1.3.5.5 Innovación.....	4
1.3.5.6 Compromiso:	4
1.3.6 Organigrama de la Asociación	5
1.3.7 Productos o servicios.....	6
1.3.8 Hoteles miembros de HOPEH.....	7
Capítulo II Actividades Realizadas en la Institución	14
2.1 Conocer a la empresa por medio de los brochures.....	14
2.2 Realizar un análisis de las redes sociales incluyendo estrategias.....	14

2.3 Informar a los hoteleros de las capacitaciones que se darán y confirmar su asistencia 14

2.4 Crear plan de contenido de las redes sociales 15

2.5 Contactar a los hoteleros para envió de imágenes y videos de sus hoteles y su departamento 15

2.6 Elaborar publicaciones de sus redes sociales 15

2.7 Reuniones en zoom con los encargados de la creación de la página web de HOPEH 16

2.8 Arte de certificado de bioseguridad..... 16

2.9 Cotización de disco duro..... 16

2.10 GIVEAWAY 17

Capitulo III -Actividades de Mejora 18

3.1. Actividades de Mejora Implementadas..... 18

3.1.1 Estrategias de las redes sociales 18

3.1.2 Plan de contenido de las redes sociales 18

3.1.2.1 Limitante 18

3.1.3 Situación actual 18

3.1.4 Página web 18

3.2 Situación Actual 18

3.3 Propuesta de mejora 19

3.3.1.2.2 Presupuesto: Promoción de la página: 20

3.4 Impacto de la propuesta de mejora 21

3.5 Ideas de Artes..... 22

IV. Conclusiones y Recomendaciones..... 23

4.1 Conclusiones 23

4.2 Recomendaciones 23

Bibliografía 25

Anexos	26
--------------	----

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:Fuente: Elaboración Propia	5
Ilustración 2 Artes Institucionales	22
Ilustración 3-Logo de la empresa	26
Ilustración 4- Brochure HOPEH	26
Ilustración 5- Estrategias de redes sociales	27
Ilustración 6- Plan de contenido	27
Ilustración 7- Publicación	28
Ilustración 8- Certificado de Bioseguridad	28
Ilustración 9- Cotizaciones discos duros	29
Ilustración 10- Giveaway	29

Resumen Ejecutivo

En el siguiente informe se mostrará todo el trabajo realizado a lo largo de la práctica profesional en la asociación de hoteles pequeños de Honduras en el tercer periodo del año 2020. Llevar a cabo la práctica profesional tiene como objetivo mostrar a los estudiantes la realidad a la que se enfrentará en el ámbito laboral; es ahí donde se pondrá en práctica todo lo aprendido en la carrera universitaria y obtener nuevos conocimientos con mayor disciplina.

El capítulo 1 mostrará las generalidades de la asociación donde se detallan los objetivos generales y específicos y otros datos sobre la asociación como ser los hoteles miembros, sus valores, misión y visión y los beneficios que tienen los hoteleros al formar parte de ella.

En el capítulo 2 se mostrarán todas las actividades que fueron realizadas a lo largo de la práctica profesional basándose principalmente en el manejo de las redes sociales: Análisis FODA y estrategias para implementar en las redes, plan de contenido, cotizaciones, artes para eventos y recopilar información para la creación de la plataforma oficial de la asociación.

En el capítulo 3 muestra lo que tendrá más impacto en nuestra práctica profesional, un plan de mejora similar al plan de mejora implementada y sugiriendo pautar en los medios digitales para un mayor alcance y así incrementar miembros hoteleros interesados en formar parte de la asociación y promocionando los hoteles, estableciendo contenido interactivo para lograr mayor fidelización y recomendaciones de sus hoteles.

En el capítulo 4 se muestran las conclusiones sobre el trabajo realizado en los 3 meses de práctica profesional y recomendaciones que se dieron para la universidad, estudiantes y para la asociación de hoteles pequeños.

En los anexos se muestran imágenes que permiten visualizar las actividades desarrolladas en la asociación de hoteles pequeños de Honduras, lo que sirve como evidencia del trabajo realizado a lo largo de la práctica profesional.

Introducción

El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización para dar a conocer productos o servicios de una empresa llevadas a cabo a través de medios digitales en este caso Facebook e Instagram; pautar en redes sociales es la nueva promoción de los negocios, contiene múltiples beneficios como ser: posicionarse como marca y dando a conocer sus servicios con el fin de incentivar a más hoteleros a formar parte de ellos y a las personas a visitar sus hoteles miembros.

En la industria de hotelería y turismo tienen la misión de brindar servicios de calidad, seguridad y para esta industria es importante permanecer activas en sus redes sociales ya que por este medio es donde la mayoría de las personas los pueden conocer.

Se propone una mejora viable y realista para el área digital con el propósito de contribuir al mejoramiento del desempeño de la asociación de hoteles pequeños de Honduras en sus redes sociales.

A través de sus medios digitales se logrará obtener un mayor tráfico a su página web que está en proceso de creación y también se logrará tener información de su público objetivo y todos los gustos que tienen, así conocer perfectamente a la audiencia.

Capítulo I- Generalidades de la asociación.

1. Objetivos de la práctica profesional

1.1 Objetivos General:

Desarrollar estrategias para mejorar el funcionamiento en el área de marketing digital aplicando conocimientos adquiridos en la universidad con el fin de lograr el crecimiento en todo lo relacionado con esta área.

1.2 Objetivos Específicos

1.2.1 Identificar las debilidades en el área digital para proponer un plan de mejora que se pueda implementar.

1.2.2 Implementar estrategias aprendidas en la universidad para así apoyar a la asociación a crecer en el área digital.

1.2.3 Brindar el apoyo necesario y la manera más efectiva para solucionar cualquier problema que se presente a lo largo de la práctica profesional

1.3 Datos generales de la asociación de hoteles pequeños de Honduras

1.3.1 Reseña histórica de la asociación

La Asociación de Hoteles Pequeños de Honduras (HOPEH) agrupa a más de 114 hoteles de hasta 50 habitaciones a nivel nacional, los que se encuentran ubicados en diferentes destinos turísticos del país. HOPEH desde su nacimiento se ha convertido en la cadena más grande de Hoteles, en el que cada hotel mantiene sus características únicas de diseño y concepto, conservando su originalidad; siendo conducido bajo manuales de estándares y buenas prácticas.

Más de 15 años en el sector: Impulsa estrategias que permitan a los hoteles miembros mejorar sus diferentes sistemas de gestión. sus principales aliados son el IHT, CANATURH e USAID.

HOPEH es la primera asociación líder con una visión real de las necesidades y demandas de sus miembros, siendo esta una organización civil sin fines de lucro, con su respectiva personería jurídica.

Esta se originó y conformó como un mecanismo de cooperación entre las pequeñas empresas dedicadas al hospedaje turístico, en donde cada empresa participante mantiene su independencia jurídica, autonomía jurídica y autonomía gerencial.

Los pequeños hoteles participan en el programa de Centroamérica; están agremiados en asociaciones nacionales y representan un promedio de 200 hoteles ubicados en los sitios de mayor atractivo turístico a lo largo de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, este dirigido a fortalecer la competitividad y las prácticas de negocios en el rubro.

1.3.2 Antecedentes de la Asociación de hoteles pequeños

2004: Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de la organización de los Estados Americanos.

2005: Se obtiene la personería Jurídica como Organización de Sociedad Civil sin fines de lucro.

2006-2020: Se convierten en la organización representativa del sector y en la red de pequeños hoteles más grande de Honduras.

2020: Se promueva la unidad como principal estrategia para la subsistencia y recuperación del sector.

1.3.3 Misión:

Representar y consolidar a los hoteles pequeños de Honduras como una marca turística por excelencia por medio de innovación, tecnológicas apropiadas, servicio personalizado de alta calidad para su fortalecimiento y desarrollo.

1.3.4 Visión:

Ser la organización que impulsa la sostenibilidad y el desarrollo de los pequeños hoteles.

1.3.5 Valores:

1.3.5.1 Sostenibilidad: Es aquel que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras. (Rodriguez, 2012)

1.3.5.2 Integridad: Es honrado, honesto, siente respeto por los demás y por sí mismo, directo, apropiado, responsable, que ejerce control emocional, puntual, leal, pulcro, disciplinado, congruente y firme en sus acciones". (Hispacolex, 2014)

1.3.5.3 Calidad y Excelencia: Empresas que no sólo desean ofrecer servicios o productos de calidad, sino que, buscan una mejora continua". (Isotools, 2015)

1.3.5.4 Participación: La capacidad propia o delegada de opinión, acción o decisión sobre el funcionamiento actual o futuro de la organización. (Sociología de la Empresa, 2009)

1.3.5.5 Innovación: Ser capaz de mirar desde los ojos de otro para ver qué puede mejorarse en algo que se considera funcionalmente muy valioso, pero obsoleto". (Fernández, 2016)

1.3.5.6 Compromiso: Es un vínculo basado en su grado de implicación emocional e intelectual con la organización. Sus premisas son: Satisfacción, implicación y lealtad". (López, 2017)

1.3.6 Organigrama de la Asociación

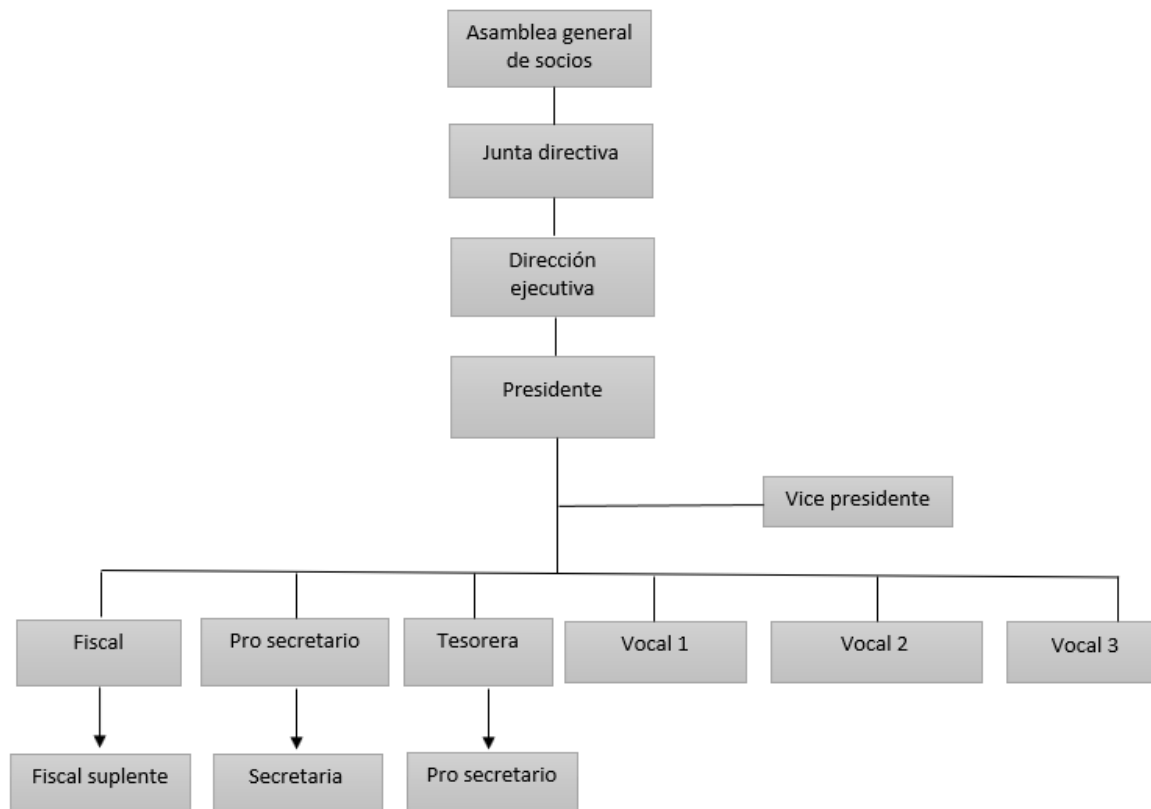


Ilustración 1: Fuente: Elaboración Propia

Información extraída de informe de HOPEH

1.3.7 Productos o servicios

Ofrecen servicios o productos de calidad para los hoteleros.

1.3.7.1 El bodegón hotelero: Sirve para contar con el apoyo directo de USAID, con la intención de obtener una base de datos de proveedores de productos y servicios, los que han efectuado negociaciones de precios preferenciales a los hoteles identificados como socios de HOPEH

1.3.7.2 Realizan estrategias que permitan a los hoteles miembros mejorar sus diferentes sistemas de gestión tomando en consideración:

1.3.7.3 Alianzas enfocadas a generar lazos de apoyo que les permitan alcanzar los objetivos comunes que tienen como sector, en la que están involucradas instituciones como IHT, UPNFM, USAID, UNITEC, USAID, COHEP, CANATURH, IHCAFE, proveedores, entre otras

1.3.7.4 Informan a todos los hoteleros sobre temas de interés con información actualizada; encargándose de atender las dudas sobre diversos temas que tienen los hoteleros como ser en temas tributarios, financieros, legales, entre otros

1.3.7.5 Brindan servicios de capacitaciones a sus hoteleros sobre temas de interés.

1.3.7.6 Anualmente se diseñan planes de formación técnica, de acorde a las necesidades del sector, procurando proporcionar del conocimiento que les permita un desarrollo en los estándares de calidad requeridos por el mercado nacional e internacional. (HOPEH, 2020)

1.3.8 Hoteles miembros de HOPEH

1.3.8.1 Tegucigalpa

1.3.8.1.1 Hotel Humuya Inn

1.3.8.1.2 Hotel paseo Miramontes

1.3.8.1.3 Hotel Minister Suites

1.3.8.1.4 Aparthotel Guijarros

1.3.8.1.5 Hotel Minister Business

1.3.8.1.6 Hotel Villa Marina

1.3.8.1.7 Aparthotel ROS

1.3.8.1.8 Maxim

1.3.8.1.9 Aparthotel Portal Loma Linda

1.3.8.1.10 Hotel Mac Arthur

1.3.8.1.11 Gran hotel Kennedy

1.3.8.1.12 Hotel Suites La Aurora

1.3.8.2 Valle de Ángeles

1.3.8.2.1 Hotel Posada del Ángel

1.3.8.2.2 Hotel San José

1.3.8.2.3 Hotel y Cabañas Ross

1.3.8.2.4 Hotel Villas del Valle

1.3.8.3 Santa lucia

1.3.8.3.1 Hotel y Restaurante Liquidambar

1.3.8.3.2 Hotel Shangri-Lah

1.3.8.4 Zamorano

1.3.8.4.1 Club Quinta Pat

1.3.8.5 Comayagua

1.3.8.5.1 Hotel Santa María de Comayagua

1.3.8.5.2 Hotel Finca Mi Taulabe

1.3.8.5.3 Hotel La Posada de Mi viejo

1.3.8.5.4 Hotel Morales

1.3.8.5.5 Hotel La Posada del Valle

1.3.8.5.6 Hotel Santa Teresa

1.3.8.6 Marcala

1.3.8.6.1 Hotel Frissman

1.3.8.6.2 Aparthotel Posada Real de Marcala

1.3.8.6.3 Hotel Posada El Morito

1.3.8.7 Siguatepeque

1.3.8.7.1 Parck Place Hotel

1.3.8.7.2 Hotel San Carlos

1.3.8.7.3 Hotel Boutique Vuestra Casa

1.3.8.8 Lago de Yojoa

1.3.8.8.1 Cabañas Agua Azul

1.3.8.8.2 Luna del Puente

1.3.8.8.3 Hotel Márquez Plaza

1.3.8.8.4 Agualpa Domo y Cabañas

1.3.8.8.5 Hotel Posada Don Elio

1.3.8.8.6 Hotel Cabañas Pulhapanzak

1.3.8.8.7 El rancho

1.3.8.8.8 Hotel Honduyate

1.3.8.8.9 Hotel Panacam Lodge

1.3.8.8.10 Hotel Bio Parque Paradise

1.3.8.8.11 Hotel Casa Lenca

1.3.8.8.12 Hotel Zoologico Joya grande

1.3.8.8.13 Hotel y centro Turística La naturaleza

1.3.8.8.14 Hotel La Posada de Don Julio

1.3.8.9 San Pedro Sula

1.3.8.9.1 Aparthotel la Cordillera

1.3.8.9.2 Hostal Aquí me quedo

1.3.8.9.3 Casa la Cordillera

1.3.8.9.4 Boutique la Cordillera

1.3.8.9.5 Hotel Casa del Árbol

1.3.8.9.6 Hotel Casa de los Arcos

1.3.8.9.7 Hotel Guacamaya Inn

1.3.8.9.8 Hotel Latitud 15

1.3.8.9.9 Hotel las Cascadas

1.3.8.9.10 Hotel Isabella Boutique

1.3.8.9.11 Hotel los Zorzales

1.3.8.9.12 Gran Hotel Plaza Inn.

1.3.8.9.13 Hotel terrazas

1.3.8.9.14 Hotel Valencia

1.3.8.10 Puerto cortés

1.3.8.10.1 Hotel Costa Azul

1.3.8.10.2 Hotel Lagunas

1.3.8.11 Omoa

1.3.8.11.1 Hotel Casa Omoa

1.3.8.11.2 Hotel y Restaurante Flamingos

1.3.8.11.3 Hotel Paraíso Rainforest

1.3.8.12 Tela

1.3.8.12.1 Playa Caribe

1.3.8.12.2 Tierra Bella

1.3.8.12.3 Villa Julie

1.3.8.12.4 Villas del Mar

1.3.8.12.5 Hotel Posada las Iguanas

1.3.8.13 Ceiba

1.3.8.13.1 Hotel La Villa de Soledad

1.3.8.13.2 Hotel Corinto Pearl

1.3.8.14 Trujillo

1.3.8.14.1 Hotel Trujillo Beach

1.3.8.15 Intibucá

1.3.8.15.1 Titos Colonial

1.3.8.15.2 Hotel Huella Lenca

1.3.8.16 la esperanza

1.3.8.16.1 Hotel Lpsa Nah

1.3.8.17 Copán ruinas

1.3.8.17.1 Hotel Plaza Copán

1.3.8.17.2 Casa Rosada

1.3.8.17.3 Hacienda San lucas

1.3.8.18 Santa rosa

1.3.8.18.1 Hotel Boutique Los Pinos

1.3.8.18.2 Hotel Inter Copán

1.3.8.18.3 Hotel Elvir

1.3.8.18.4 Hotel San Jorge

1.3.8.18.5 Hotel Santa Fe

1.3.8.18.6 Hotel Santa Rosa

1.3.8.18.7 Hotel Escalón

1.3.8.18.8 Hotel Los Llanos

1.3.8.19 Santa bárbara

1.3.8.19.1 Hotel Facel

1.3.8.19.2 Hotel La Venena

1.3.8.19.3 Hotel Sula Inn

1.3.8.20 Gracias

1.3.8.20.1 Villa Verde

1.3.8.20.2 Hotel Tierra Lenca

1.3.8.20.3 San Sebastian

1.3.8.20.4 Hotel Mari Rosa S.A

1.3.8.20.5 Hotel Posada de Don Juan

1.3.8.20.6 Hotel Jireth

1.3.8.20.7 Hotel turicentro Villa de Adas

1.3.8.20.8 Hotel Real Camino Lenca

1.3.8.20.9 Hotel Caxa Real

1.3.8.20.10 Hotel Guancasco

1.3.8.21 Choluteca

1.3.8.21.1 Hotel Hacienda Gualiqueme

1.3.8.21.2 HM Hotel

1.3.8.21.3 Casa Hotel Pepe

1.3.8.21.4 Villas de la Roca

1.3.8.21.5 Hotel San Román

1.3.8.21.6 Hotel Ripers

1.3.8.21.7 Hotel Casa del Sol

1.3.8.22 San Lorenzo

1.3.8.22.1 Hotel y club Morazán

1.3.8.23 Danlí

1.3.8.23.1 Hotel casa Encantada

1.3.8.23.2 Hotel y Restaurante La casona

1.3.8.23.3 Hotel Posada de los Arcos

1.3.8.23.4 Hotel me Late Chocolate

1.3.8.24 Campamento

1.3.8.24.1 Hotel Santos

1.3.8.25 Juticalpa

1.3.8.25.1 Hotel La Hacienda

1.3.8.26 Tatumbla

1.3.8.26.1 Hotel Casa Escondida

1.3.8.27 Tocoa

1.3.8.27.1 Hotel San Patricio

1.3.8.28 Ojojona

1.3.8.28.1 Hotel Ojojona

1.3.8.29 Florida, Copan

1.3.8.29.1 Hotel Angélica

Capítulo II Actividades Realizadas en la Institución

2.1 Conocer a la empresa por medio de los brochures

La primera actividad fue leer toda la información general acerca de la asociación todo esto a través de los brochures que tienen y otros documentos informativos, información acerca de sus hoteles miembros y contactos.

2.1.1 Comentario personal: Esto es algo fundamental para todas las personas nuevas que trabajaran en una empresa ya que así se puede estar informado de todo lo concerniente a ella para desempeñar correctamente las actividades que se deben realizar.

2.2 Realizar un análisis de las redes sociales incluyendo estrategias

La segunda actividad fue realizar un análisis de todo lo relacionado a sus redes sociales, efectuando un análisis FODA y a través de todo ello ver cómo podían crecer en las redes sociales mediante la implementación de estrategias planteadas en el análisis; se estipularon objetivos que se quieren alcanzar para cuando se finalice el tiempo de práctica profesional.

2.2.1 Comentario personal: Esta actividad es importante para ver en que están fallando y así poder tener soluciones, planteándose objetivos y en base a ello realizar estrategias con el fin de hacerlos crecer en sus redes sociales.

2.3 Informar a los hoteleros de las capacitaciones que se darán y confirmar su asistencia

Me comuniqué con todos los hoteleros para comunicarles acerca de las capacitaciones de bioseguridad y de su asistencia a ella para tener un mayor control, realizando diseños con el fin de llamar más su atención.

2.3.1 Comentario personal: Esta actividad ha servido para practicar las formas de comunicación y mejorar el desenvolvimiento con las personas; también para ser más creativa por medio de los diseños realizados.

2.4 Crear plan de contenido de las redes sociales

Esta actividad consiste en ver todo lo que se publicará los próximos 2 meses detallándolo por semana ya sean a través de imágenes, videos, etc. De igual forma se detallarán los días donde se publicará ya sea incentivo al turismo, promoción de sus hoteles entre otros aspectos que se tomaron en cuenta, para llevar un mayor control. (en este aspecto solo fue detallado, no estaban las publicaciones que realizarían).

2.4.1 Comentario personal: Esta actividad fue de mucho agrado, ya que se conoce la importancia de tener un plan de contenido de las redes para llevar un mayor control y que pueda ser más exitoso, con el paso del tiempo surgen nuevas cosas que se toman en cuenta para publicar, como ser noticias de hoteles, reaperturas o datos importantes sobre el COVID-19, esto ha servido para actualizarse en algunos temas.

2.5 Contactar a los hoteleros para envío de imágenes y videos de sus hoteles y su departamento

Esta actividad consiste en la comunicación con los hoteleros para solicitar el envío de imágenes de sus hoteles y departamentos en donde están ubicados.

2.5.1 Comentario personal: La comunicación con ellos es muy difícil ya que son muchos y usualmente solo la minoría responde; pero se busca la manera de poder resolver.

2.6 Elaborar publicaciones de sus redes sociales

Esta actividad consiste en realizar las publicaciones de las primeras dos semanas en Word con el pie de la imagen o video que se publicaría, para mostrarlas a los supervisores con el fin de dar el visto bueno; cada semana se realizaron las publicaciones para ser publicadas durante toda la semana con el fin de llevar un mayor control y seguimiento a los objetivos planteados inicialmente. Se inició con las publicaciones el 5 de agosto.

2.6.1 Comentario personal: Esta actividad hasta cierto punto ha costado un poco ya que fueron pocas las imágenes y videos que enviaron los hoteleros, en este aspecto se ha buscado imágenes de internet editándolas para no tener

problemas con derechos de autor (esto aprobado por los supervisores), esta actividad ha ayudado a aumentar la creativa ya que siempre tiene que ser algo diferente y que incentive a las personas a poder ir a sus hoteles y a visitar las bellezas naturales que Honduras tiene.

2.7 Reuniones en zoom con los encargados de la creación de la página web de HOPEH

En estas reuniones se ha apoyado para recopilar toda la información que solicitan las personas encargadas de la creación de la página web.

2.7.1 Comentario personal: Ha sido de mucho agrado ayudar en lo relacionado a la creación de la página web, ya sea en posibles keywords, en la información que solicita la empresa encargada, entre otros y ha ayudado en la mejora de comunicación con las personas iniciando con la redacción de mensajes.

2.8 Arte de certificado de bioseguridad

Esta actividad consiste en realizar un arte de certificado bioseguridad para los hoteles, con el fin que las personas que visiten sus hoteles sepan que ellos saben y cuentan con las medidas y bioseguridad ya que participaron en diversos webinars de bioseguridad para hoteles pequeños. También incluyendo otras artes de logos sobre bioseguridad.

2.8.1 Comentario personal: Muchas veces no hay nuevas ideas sobre que diseño hacer, sin embargo, se buscan ideas para poder hacerlos de manera más creativa, se ha realizado varios artes informativos u otros estilos que solicitan.

2.9 Cotización de disco duro

Esta actividad consiste en realizar cotizaciones de un disco duro para tener donde guardar la información, imágenes, videos entre otros datos de interés.

2.9.1 Comentario personal: Este tipo de actividad ha ayudado a un mejor desenvolvimiento, se realizaron 3 cotizaciones en diferentes lugares las cuales se estarán analizando para ver cual conviene más.

2.10 GIVEAWAY

Esta actividad consiste en realizar un giveaway de la asociación que tiene como premio la estadía en 3 hoteles miembros con el fin de incrementar los seguidores de la asociación de los hoteles.

2.10.1 Comentario personal: Este tipo de actividad es muy llamativa y muchas empresas lo han realizado es una buena forma de incrementar los seguidores y con un buen premio como ser la estadía en los hoteles.

Capítulo III -Actividades de Mejora

3.1. Actividades de Mejora Implementadas

3.1.1 Estrategias de las redes sociales

La Asociación de Hoteles Pequeños tiene presencia en Facebook e Instagram, sin embargo, no se le daba el debido mantenimiento por lo que se realizó un análisis FODA ayudando a idear estrategias para obtener mejores resultados y mantenerlas activas; de esa forma cumplir con los objetivos planteados.

3.1.2 Plan de contenido de las redes sociales

Hacer un plan de contenido de tres meses implementando las estrategias planteadas para poder tener un mayor alcance y engagement con la audiencia, así poder atraer a hoteleros a formar parte de la asociación.

3.1.2.1 Limitante

No pautan por las publicaciones en sus redes sociales por lo que en ocasiones es difícil tener al alcance deseado.

3.1.3 Situación actual

El mantenimiento en sus redes sociales, con publicaciones de interés a dado como resultado incrementar sus seguidores, tener mayor alcance y por ende hoteleros interesados en formar parte de HOPEH.

3.1.4 Página web

Darle continuidad a la creación de la página web recopilando información e imágenes de cada hotel para agilizar el proceso de la plataforma oficial.

3.2 Situación Actual

En el plan de marketing digital, la publicidad en redes sociales es fundamental para conseguir mejores resultados. Actualmente no se pauta en redes sociales por lo que en ocasiones no se llega a mucha audiencia es por ello que se tiene que ser constante realizando publicaciones para así poder llegar a un mayor alcance a través de sus diferentes publicaciones.

3.3 Propuesta de mejora

3.3.1 Realizar un plan de Marketing digital para pautar

La asociación de hoteles pequeños de Honduras necesita crecer en sus medios digitales ya que es de las mejores plataformas para lograr un mayor alcance y más hoteleros interesados en formar parte de HOPEH; esto será posible pautando en sus redes sociales, es un método económico y seguro; permite ver estadísticas del crecimiento que se tiene dándole el debido mantenimiento a sus redes.

Se puede pautar publicaciones de interés como ser: como llevan los hoteles las medidas de bioseguridad, es importante pautar publicaciones que necesiten un mayor alcance, ya sean de posibles eventos o algún dato importante que quieran dar a conocer; Se tendrá que implementar una línea grafica para las publicaciones de HOPEH; promocionar a los hoteles dando a conocer promociones o eventos importantes de sus miembros, si surge algún evento en los meses que no se tienen pensado pautar se puede pautar solamente por publicación.

Los meses que se pautaran serán fechas festivas con el fin de promocionar sus hoteles miembros para que la audiencia tenga más opciones para ir de vacaciones y nuevos hoteles se interesen por formar parte de HOPEH.

3.3.1.1 Cronograma de Redes sociales

Pautar en:	Enero	Marzo	Septiembre	Octubre	Diciembre
SEMANAS Facebook	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
Instagram:	Septiembre 1 2 3 4	Octubre 1 2 3 4			

Feriados: Semana Santa, mes del turismo, días patrios, feriado morazánico y otros días festivos

Tabla 1 Fuente: Elaboración Propia

3.3.1.2 Segmentación de mercado: Las redes sociales que se utilizará será Facebook e Instagram; dirigido a la siguiente audiencia (entre más segmentado se obtienen mejores resultados).

3.3.1.2.1 Segmentación:

Edad: 21- 55

Género: Masculino-Femenino

Locación: Honduras

Idioma: español

Industria: Hotelería y turismo

Interés: emprendimiento, turismo, viaje

3.3.1.2.2 Presupuesto: Promoción de la página:

3.3.1.2.2.1 Facebook:

L. 50 por día

L. 1500 por mes; Alcance: 640-1800 personas por día

3.3.1.2.2.2 Instagram:

L. 30 por día

L.900 por mes; Alcance: 393-1100 personas por día

3.4 Impacto de la propuesta de mejora

La Asociación de hoteles pequeños podrá tener un mayor alcance en sus redes sociales ya que se pautará con el fin de lograr una mayor audiencia ; el costo de implementar esta propuesta es de L.7500 pautando 5 meses en Facebook y L.1800 pautando 2 meses en Instagram lo que da un valor total de L.9300 por ambas redes; la asociación tendrá un alcance de 640 a 1800 personas por día en Facebook lo que da un resultado aproximado de 154k personas alcanzadas y en Instagram se tendrá un alcance de 393 a 1100 personas por día lo que da un resultado aproximado de 48.8k personas que verán las publicaciones ayudando al incremento de sus seguidores y posicionándose en las redes sociales, incentivando al turismo interno y a los hoteleros interesados en formar parte de HOPEH.

Esta propuesta se podrá implementar pautando en Facebook los meses que se presentaron o pagar por publicaciones en otros meses y dos meses se pautará en Instagram, para poder llevar a cabo la propuesta, se tercerizará el servicio con la agencia de publicidad MBH pagando una comisión del 30% del valor a pautar por el manejo de redes sociales.

HOPEH está relacionado con las personas que les gusta viajar y conocer nuevos lugares o emprendedores que quieran vincularse a la asociación; entre los beneficios tendrá el reforzar la imagen de la empresa, vincularse más con su público y todo es en tiempo real, sin embargo, en ocasiones no se le dio la debida importancia a esta plataforma y por ende no se invertía en esta valiosa herramienta.

3.4.1 Resultados de pautar en redes sociales:

3.4.1.1 Apoyar a los hoteles de la asociación promocionándolos.

3.4.1.2 Generar trafico en las redes sociales (likes, shares, followers)

3.4.1.3 Incentivo de turismo, publicando las promociones de los hoteles, giveaways.

3.4.1.4 Generar posicionamiento en las redes sociales

3.4.1.5 Publicar información de relevancia de la asociación y de sus hoteles miembros para así traer a mas hoteleros interesados en formar parte de HOPEH

3.4.1.6 Generar trafico en la pagina web de la asociación y de los hoteles.

3.5 Ideas de Artes:

3.5.1 Promoción de sus hoteles

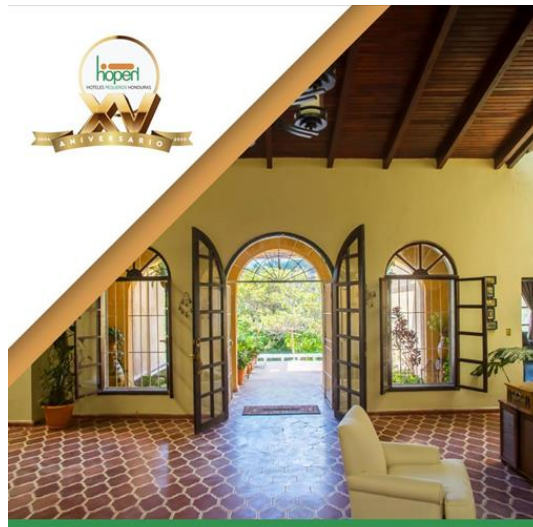


Ilustración 1 Promoción de Hoteles

3.5.2 Artes Institucionales

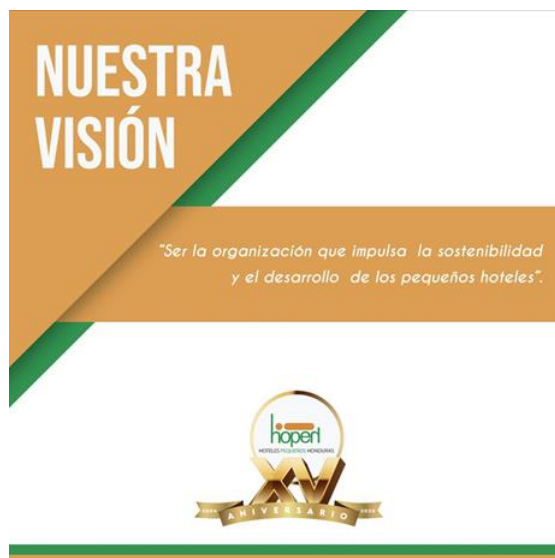


Ilustración 2 Artes Institucionales

IV. Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

4.1.1 Se pudo ver la importancia que tienen las redes sociales para una empresa ya que es una manera perfecta para posicionarse como marca y para darse a conocer de una manera más económica, a través de Facebook se obtuvieron interesados en formar parte de la asociación, en algunas ocasiones se obtuvo un alcance orgánico muy alto que fue de mucha ayuda para el incremento de sus seguidores.

4.1.2 Es importante plantear objetivos y estrategias, para el manejo de las redes sociales, con el fin de obtener mejores resultados para aprovechar las oportunidades digitales en el área del turismo.

4.1.3 La asociación es un buen lugar para comenzar la vida profesional ya que tratan a los practicantes como empleados siempre fomentando nuevos conocimientos, al iniciar es importante saber a fondo de la empresa y ver cómo funciona para así conocer las debilidades que tienen y ver como se pueden solucionar.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones Empresa

Dar la oportunidad a practicantes de realizar la practica profesional en la asociación ya que es un lugar muy bonito y se aprende mucho para la vida profesional.

4.2.2 Recomendaciones UNITEC

Al terminar el último trimestre muchas veces no se sabe cual es el proceso de la practica profesional por lo cual seria de mucha ayuda que puedan dar capacitaciones o hablar con los estudiantes que están próximos a realizar la practica profesional para darles a conocer todo el proceso.

UNITEC realiza un curso de habilidades para hablar al realizar la practica profesional, sugiero que este curso se realice al comenzar la universidad para empezar a desenvolverse desde el inicio.

4.2.3 Recomendaciones estudiantes

Realizar la practica profesional es diferente a la universidad, se debe ser responsable ya que es una entrada a la vida profesional y deben salir de su zona de confort, es importante que se adapten a cualquier cambio y hagan todo su trabajo lo mejor posible y de manera positiva; la asociación es un lugar bonito para realizar la practica profesional y es importante ir con ánimos para que todo se realice de la mejor manera.

Bibliografía

- Fernández. (2016). Obtenido de <https://www.empresaactual.com/innovacion-en-empresa/>
- Hispacolex*. (2014). Obtenido de <https://www.hispacolex.com/biblioteca/articulos-doctrinales/la-integridad-en-la-empresa/>
- HOPEH. (2020). *Brochure* .
- Isotools*. (2015). Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/04/13/fundamentos-en-los-que-se-basa-la-excelencia-empresarial/>
- López. (2017). Obtenido de [https://corporateyachting.es/es/el-compromiso-en-la-empresa-un-valor-en-alza/#:~:text=El%20compromiso%20de%20un%20trabajador,e%20intelectual%20con%20la%20organizaci%C3%B3n.&text=El%20compromiso%20de%20los%20empleados,y%20%C3%A9xito%20de%20la%20organizaci%](https://corporateyachting.es/es/el-compromiso-en-la-empresa-un-valor-en-alza/#:~:text=El%20compromiso%20de%20un%20trabajador,e%20intelectual%20con%20la%20organizaci%C3%B3n.&text=El%20compromiso%20de%20los%20empleados,y%20%C3%A9xito%20de%20la%20organizaci%20)
- Rodríguez. (2012). Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/#:~:text=Empresas%20Sostenibles,futuras%2C%20en%20su%20entorno%20general.>
- Sociología de la Empresa*. (2009). Obtenido de https://www.google.com/search?rlz=1C1AWFC_enHN734HN734&sxsrf=ALeKk01Zfb1zxs6Mrki02cUgoE4yK2K6CQ%3A1596764344921&ei=uLAsX-fWN4HM_Abbobn4AQ&q=La+capacidad+propia+o+delegada+de+opini%C3%B3n%2C+acci%C3%B3n+o+decisi%C3%B3n+sobre+el+funcionamiento+actual+o+futu

Anexos

Anexo 1- Logo de la empresa



Ilustración 3-Logo de la empresa

Anexo 2-Brochure HOPEH



Ilustración 4- Brochure HOPEH

Anexo 3- Estrategias de redes sociales

IX. Estrategias

Se deberá realizar un plan de contenido semestral o mensual incluyendo las siguientes estrategias para Facebook e Instagram:

Facebook

1. Estrategia global: captación
-Incrementando las reacciones e interacciones en sus medios digitales
2. Imagen de la marca: La asociación pueda tener mayor notoriedad a través de las redes sociales realizando:

Publicaciones:

-Publicaciones con contenido interesante, entretenido y útil como ser:
Información de la pandemia, estadísticas de posibles vacunas.

--Realizar snack conect con el fin que nuestros usuarios y clientes puedan sentirse más atraídos con el contenido, logrando tener mayor cantidad de impresiones y comentarios en sus publicaciones. Como ser: ¿Cuál es tu depto. favorito en el país para viajar?, un ejemplo es una campaña publicitaria de Hawái

Las autoridades de turismo de Hawái impulsaron la campaña #LetHawaiiHappen. Ésta obtuvo más de 148 mil menciones en Instagram, donde los usuarios compartían sus experiencias viajando a esta paradisíaca isla.

Ilustración 5- Estrategias de redes sociales

Anexo 4- Plan de contenido de las redes sociales

Septiembre:

Fecha	Pilar	Formato FB	Idea de arte
1/09/20	Publicación Nostalgia / fecha especial	Video / imagen	Publicación celebrando el día de la bandera / publicación con frases motivacional.
2/09/20	Incentivo de turismo	Video	Publicaciones de comidas y lugares típicos de Honduras
3/09/20	Interacción	Imagen	Imagen en la que interactúen con la audiencia
4/09/20	Tips	Imagen	Tips de viaje (vestimenta)
5/09/20			
6/09/20	Promoción	Imagen	Promoción de hoteles
7/09/20	Información Covid	Imagen	Información acerca del covid y sus avances
8/09/20	Publicación Nostalgia	Videos	Video con caption motivacional
9/09/20	Incentivo del turismo	Imagen 3d	Publicación incentivando al turismo

Ilustración 6- Plan de contenido

Anexo 5-Publicacion en redes sociales




Ilustración 7- Publicación

Anexo 6- Certificado de bioseguridad



Ilustración 8- Certificado de Bioseguridad

Anexo 7-Cotizaciones



ONE DRIVE 1TB	\$60 al año	\$5.99 al mes
GOOGLE DRIVE 1TB		\$10.80 al mes
DROPBOX 2TB	Factura anual	\$9.99 al mes
GOOGLE ONE 2TB		\$9 al mes

Tecnocomp
 TECNOCOMP - MICHAEL
 AV. HONOLULU 1551 - CAROL CORONADO LA ESPERA, Toluca - MX, Toluca
 Tel: 5054 2217 8073221 4038

Cliente: CONSULTADOR FINAL (RTN:33333333) Tel: 333-3333

Código	Descripción	Cant	Precio	Total
ANEXO 07011-01R 03000 DISCO DURO EXTERNO 10000 1TB 10K 8K C. ANEXO 07011-01R 03000 10TB		1.00	12,434.78	12,434.78


Subtotal L 12,434.78
 IVA L 365.22
TOTAL L 12,800.00

Nota Regimen: 04632000 10 00 02

VENTAS
 Emitido por: Autorizado por: Solicitado por:

Ilustración 9- Cotizaciones discos duros

Anexo 8- Giveaway



GIVEAWAY

1.378
Personas alcanzadas

441
Interacciones

+10

72 129 comentarios 64 veces compartido

Promocionar publicación

Ilustración 10- Giveaway

