

**IMPLEMENTACION DEL AREA DE VENTAS Y MARKETING EN EL HOTEL SAN MIGUEL IMPERIAL**

Autor

**ANDREA CAMILA HERNANDEZ CASTILLO**

Código: **2018127028**

Trabajo de grado para optar por el título de profesional que se le otorga

**Tecnología en Gestión Hotelera y Turística**

**PAOLA SOFIA NARVAEZ**

Tutor de prácticas profesionales

**MARTHA COBA VILLANUEVA**

Tutor empresarial

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONOMICAS**

**PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA**

**SANTA MARTA D.T.C.H**

**2022**

## **TABLA DE CONTENIDO**

- 1. INTRODUCCION**
- 2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA**
  - 2.1 ASPECTOS LEGALES, ECONOMICOS Y ORGANIZACIONALES.**
  - 2.2 FILOSOFIA INSTITUCIONAL.**
- 3. INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO**
  - 3.1. DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.**
  - 3.2 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.**
- 4 PROPUESTA**
  - 4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.**
  - 4.2 DIAGNÓSTICO.**
  - 4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**
- 5. JUSTIFICACION**
- 6. OBJETIVO GENERAL**
  - 6.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**
- 7. REFERENTES TEÓRICOS**
- 8. PLAN DE ACCIÓN**
- 9. RESULTADOS OBTENIDOS**
- 10. AUTOEVALUACION**
- 11. RECOMENDACIONES GENERALES**
- 12. CONCLUSIONES**
- 13. BIBLIOGRAFÍA**
- 14. ANEXOS**

## **1.INTRODUCCION**

El Hotel San Miguel Imperial, caracterizado por prestar el servicio de alojamiento y desayuno a sus huéspedes. También, por su excelente servicio al cliente, ya que, se siente la calidez de las personas que se encuentran trabajando en el. Además, cuenta con una excelente ubicación, que nos permite acceder de manera fácil y rápida a diferentes atractivos turísticos de la ciudad de Santa Marta como lo son (el Parque de los Novios, el Museo del oro Tayrona, el Parque Simón Bolívar y la Bahía, considerada la más linda de América, entre otros.)

Actualmente, la situación que se está presentando en el país debido al COVID-19 ha llevado consigo al cierre de muchas empresas y establecimiento. Inclusive, el Hotel San Miguel Imperial no ha sido la excepción. Pero, en su reactivación ha logrado solventar algunas necesidades y prestar un excelente servicio al cliente. Sin embargo, creo que esta imagen y su rango de ventas pueden mejorar si se implementa un area o departamento de ventas y marketing.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta area se encargaría de ser un plus en la creación de nuevas estrategias para impulsar las ventas, crear una mejor posición en el sector hotelero y turístico, crear nuevas alianzas, realizar estudios de nuestros principales competidores y satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

## **2.GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

### **NOMBRE COMERCIAL: Hotel San Miguel Imperial**

En el centro histórico de la ciudad de Santa Marta, a pocos metros de la bahía más hermosa de América encontrarás el Hotel San Miguel Imperial, un lugar de descanso donde confluyen diferentes ambientes que te permitirán disfrutar muchas experiencias durante tu estancia en este lugar. El Hotel San Miguel Imperial abrió sus puertas al público en el año 2010 con una propuesta de confort y atención personalizada que sigue vigente en la actualidad satisfaciendo las necesidades de su público objetivo, amantes de un excelente servicio, el hotel ofrece varios servicios parqueadero, piscina, terraza al aire libre, gimnasio y sala de teletrabajo.

### **MISION**

El Hotel San Miguel Imperial es un lugar de descanso para visitantes de negocios, placer, nacionales o extranjeros que ofrece a sus clientes experiencias de servicio memorables llenas de cordialidad, amabilidad, confort, y seguridad. Somos un equipo comprometido con alta calidad promoviendo la mejora continua en cada uno de nuestros procesos impactando de manera significativa en la satisfacción del huésped.

### **VISION**

El Hotel San Miguel Imperial para el 2026 será reconocido como uno de los líderes en el sector por brindar una experiencia memorable al cliente, apoyándose en una amplia oferta de servicios con el fin de elevar la cadena de valor en sus procesos.

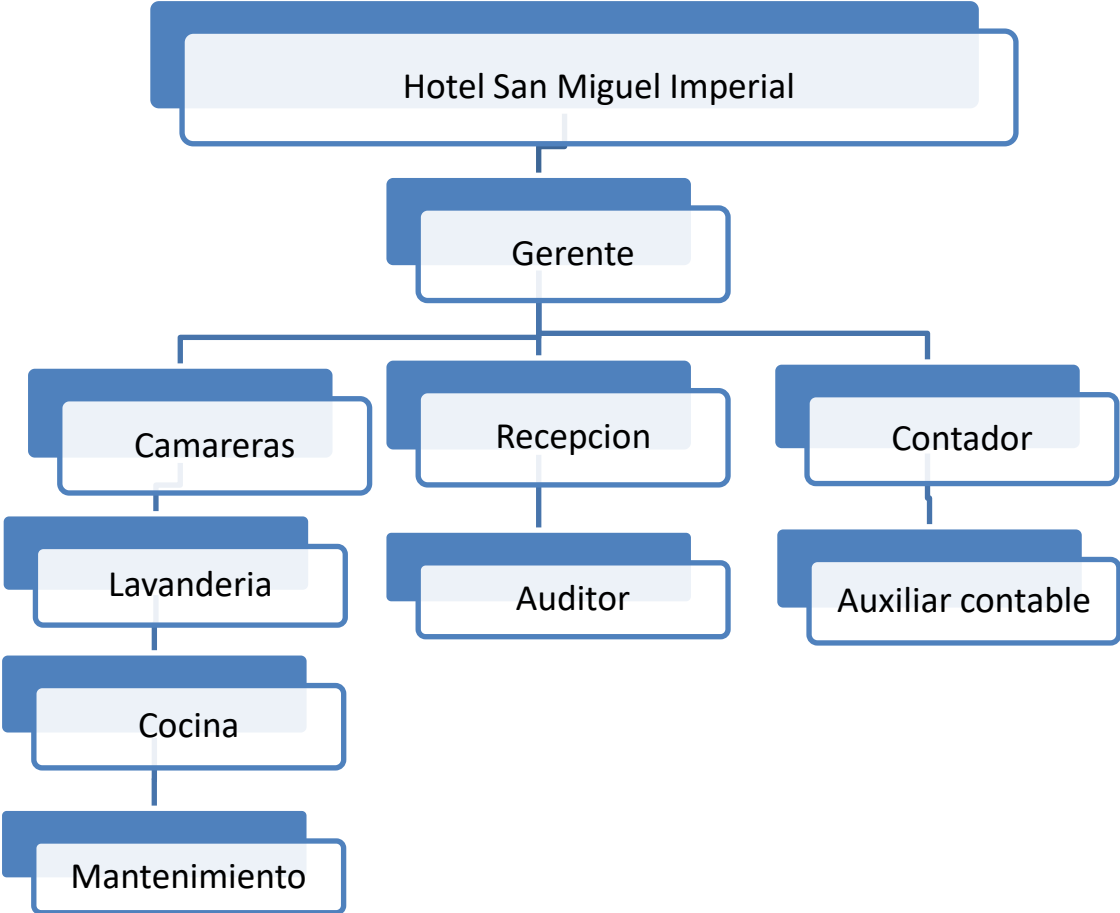
### **POLITICAS**

Estamos comprometidos en satisfacer a nuestros huéspedes y clientes, por medio de una atención personalizada ofreciendo un servicio diferencial con un talento humano competente que brinde una atención idónea y oportuna; Promoviendo el mejoramiento continuo de nuestros procesos y el cumplimiento de los requisitos legales aplicables.

### **OBJETIVOS DE CALIDAD**

- Cumplir y acatar los requisitos legales de acuerdo con la normatividad vigente. Incrementar la rentabilidad de la organización sustentando y optimizando los costos operacionales que permita la utilidad y sostenibilidad financiera a largo plazo.
- Aumentar las ventas de la organización fundamentados en una gestión comercial eficiente apoyándose en una oferta de servicios complementarios a la cadena de valor del Hotel.
- Fortalecer las competencias organizacionales del talento humano que garanticen el cumplimiento de los estándares de calidad de servicio al cliente brindando experiencias memorables.
- Estandarizar los procesos de la organización con el fin de reducir significativamente la dispersión de tareas y disminución de la productividad del personal en las actividades realizadas, promoviendo la mejora continua y una cultura de calidad.
- Lograr una puntuación promedio, igual o superior a 9.1 o su equivalente en los medidores de servicios online, garantizando un alto nivel en el mercado.

**ORGANIGRAMA EMPRESARIAL**



### 3. INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO

El area en la cual me desempeñe durante mi proceso de prácticas profesionales fue Recepción. Lugar en el cual pude implementar todos los conocimientos adquiridos durante mi formación académica y pude adquirir nuevos conocimientos sobre servicio al cliente, ver el manejo que se tienen en cuanto a las funciones de cada area del hotel y la importancia de que trabajen en conjunto cada una de mano de la otra. Para que así, el servicio que se brinda se haga de manera oportuna y eficaz.

Mis funciones a desempeñar en esta area eran:

- Inicio de turno de 6am a 2pm o de 2pm a 10pm.
- Revisar productos del minibar y rectificar inventario.
- Organizar el area de trabajo.
- Revisar tanques y albercas.
- Realizar de manera correcta los check-in o check-out.
- Asignar habitaciones de según el tipo de reserva y medio por el que se realizó (directas, OTAS o corporativas).
- Actualizar disponibilidad y rangos.
- Organizar y entregar cuentas stand by para su corrección y facturación.
- Realizar, recibir, verificar y pagar pedido a los proveedores.
- Realización de cotizaciones (alojamiento o salón de eventos).
- Registrar anticipos de forma correcta según el medio por el cual se realicen (efectivo, transacciones o tarjetas).
- Mantener un control de reservas y cancelaciones.
- Realizar de forma correcta la entrega de caja y su respectivo soporte.
- Informar al área de cocina cuantos huéspedes están en el hotel para tomar desayuno y cuantos desean tomar desayunos viajeros.
- Dar respuesta correcta y oportuna tanto a los huéspedes como a los futuros clientes. Ya sea, vía telefónica, redes sociales, correo electrónico, u otros medios de comunicación.
- Coordinar con las camareras la entrega de habitaciones a la hora estipulada, y que estas se encuentren completas, es decir, con sus toallas, controles, etc.
- Estar pendiente de las cámaras de seguridad
- Realizar reportes diarios de ocupación (hab. En casa, reservas pendientes, # de personas, reservas proyectadas, hab de cambio, salón de evento)
- Registrar los vehículos que ingresan al hotel y rectificar que estos estén bien ubicados y no interrumpen el paso de los demás.
- Entregar turno sin tareas pendientes y de ser así, avisar al compañero que recibe para que no se pierda la comunicación.
- Enviar reporte de turno.
- Velar porque se cumplan todos los protocolos de bioseguridad, para así evitar la propagación del Covid-19.

## 4. PROPUESTA

Actualmente el hotel cuenta con 6 áreas que se dividen de la siguiente manera (Gerencia, aux. contable, recepción, cocina, camareras, lavandería y mantenimiento). Sin embargo, en el tiempo que estuve realizando mis practicas no vi un area o una persona que se encargara de generar esas relaciones externas la cual nos abrieran pasos a nuevas oportunidades de ventas o de ser reconocidos a nivel local.

Con base en ello, presento la siguiente propuesta:

### 4.1. IMPLEMENTACIÓN DEL AREA O DEPARTAMENTO DE VENTAS Y MARKETING.

- La creación del area o departamento de ventas y marketing que se encargue de gestionar estrategias de ventas que nos ayuden a satisfacer las necesidades de los huéspedes o futuros clientes y poder lograr un posicionamiento en el sector hotelero. Así, poder incrementar las ventas e ingresos que el hotel obtiene y poder brindar un mejor servicio al cliente que se base en satisfacer sus necesidades.

### 4.2 DIAGNOSTICO

El Hotel San Miguel Imperial presta los servicios de alojamiento 24/7, piscina de 8am a 8pm, salón de eventos, parqueadero, gimnasio sus áreas se encuentran desplegadas de la siguiente manera.

**Aux. Contable:** esta área se encarga de llevar el seguimiento y contabilización manera correcta de las facturas de compra de todos los departamentos del hotel sea para la cocina, minibar, lavandería, recepción, implementos de piscina entre otros. Lleva también seguimiento de las facturas de ventas del hotel, para luego ser presentadas ante las áreas correspondientes (DIAN).

También, la auxiliar contable hace las veces de tutora y se encarga de dictar inducciones y coordinar que las demás áreas estén funcionando de manera correcta.

**Recepción:** Ahí laboran 4 empleados (2 recepcionistas) los cuales tiene turnos rotativos ya sea de 6:00a.m a 2:00p.m y de 2:00p.m a 10:00p.m.; y un auditor con turno de 10:00p.m a 6:00a.m. Y un recepcionista de apoyo que maneja horario de oficina o rotativo.

Esta area es la encargada de dar la bienvenida a los huéspedes, realizar de manera correcta los ingresos, atender de manera oportuna las inquietudes de los clientes, organizar los archivos, brindar información turística, recibir, revisar pagar los pedidos, organizar las facturas en el sistema por fecha y mantener de forma correcta caja. Para así, evitar errores en el arqueo. Entre otras funciones.

**Cocina:** Esta area, principalmente están 2 personas, que se encarga de ofrecer a los huéspedes variedad de platos en el desayuno, empezando a laborar desde las 5:30 y realizando el montaje del buffet. Abierto al público desde las 7:00 am hasta las 10:00 am. Llevando control por medio de un formato que habitaciones han pasado a desayunar y cuales están pendiente y en coordinación con el area de recepción para saber cuáles habitaciones salieron antes.

**Camareras:** De esta area se encargan las mismas personas que laboran en cocina y dos personas más que ingresan de apoyo en horarios rotativos. Ya sea, de 6am a 3pm y de 10

am a 7pm. Estas funciones se realizan a las 10:00 am. Mientras las personas de apoyo se encargan de realizar limpieza en cada una de las áreas comunes del hotel. Ya cuando inicia limpieza en las habitaciones se mantiene un control por medio de un formato que entrega el area de recepción, en donde se encuentran las habitaciones que realizan check-out y las que se quedan en el hotel que desean y no desean limpieza y también, realizan un repaso a las habitaciones que realizan check-in.

**Lavandería:** Aquí, laboran las mismas personas que prestan el servicio de desayuno y limpieza en las áreas comunes del hotel. Lavando y planchando toda la lencería que se retira de las habitaciones, doblando y organizando en los estantes de forma organizada. También, se encargan de lavar los manteles con los que se presta servicio de salón y lavar las prendas de los huéspedes si ellos solicitan el servicio.

**Mantenimiento:** En esta área labora una sola persona, la cual se encarga de realizar el proceso de limpieza, desinfección de la piscina. También, se encarga de realizar el mantenimiento de las áreas comunes del hotel y las habitaciones. Todo esto, por medio de un formato donde diario se le asignan diferentes tareas que se marcan por un rango de prioridad, realiza mantenimiento a las bicicletas para uso de los huéspedes. Además, en caso de ser solicitado se encarga de realizar limpieza en las áreas comunes y de atender las necesidades de los huéspedes en caso que reporten algún daño en la habitación o en alguna de las áreas comunes.

**Gerencia:** es la encargada de direccionar básicamente todo lo del hotel. Es el área que se encarga de realizar compras, organizar horarios de trabajo, pagar nóminas de los empleados, dar precios de ventas, modificar plataformas de ventas en línea y a su vez es la encargada de postular vacantes, realizar entrevistas, reclutar empleados, realizar contratos, programar reuniones en donde se explica cualquier cambio en el hotel.

Evidenciando en esta última una oportunidad de mejora en la implementación del area de ventas y marketing que en conjunto con gerencia y el area de Aux contable, estudien la posibilidad de generar alianzas y nuevas propuestas para seguir creciendo en el sector hotelero y turístico, minimizando los gastos y costos. Pero, sin bajar la calidad del servicio y satisfaciendo las necesidades de los clientes.



### **4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Desde que ingrese al hotel a realizar mis prácticas en el área de recepción me he dado cuenta que contamos con la infraestructura, el buen servicio y las ganas de seguir mejorando cada día. Pero, no contamos con esa área o departamento que nos ayude a seguir abriéndonos puertas a futuras alianzas con otras empresas dedicadas al turismo de forma directa o indirectamente.

No tenemos ningún tipo de convenio con operadores turísticos (tour operadores) y no sabemos si el servicio ofrecido a nuestros huéspedes es de calidad y muchas veces se han entregado números de agencia las cuales no tenemos la certeza que responderán por algún inconveniente presentado durante estas salidas, dejando al hotel en una posición muy difícil. Ya que, el servicio fue recomendado de nuestra parte y no solo eso no sabemos que protocolos están aplicando estas empresas para evitar la propagación del Covid-19 y si es que en verdad están aplicándolo.

No contamos con una persona que genere estrategias de marketing que nos ayuden a crecer a corto, mediano y largo plazo. Y realice estudios internos y externos, dándonos opciones para invertir en infraestructura, remodelación de las áreas haciendo las más atractivas y promocionando las a través de las redes sociales que maneja el hotel y quien quite que crear nuevas opciones para darnos a conocer y generar más ventas.

## 42. JUSTIFICACION

El departamento o area de marketing sería la encargada de generar más ventas, una mejor imagen de cómo nos ven los demás creando una mejor proyección en el sector hotelero local. También, buscara estrategias que nos ayuden a satisfacer las necesidades de los huéspedes y futuros clientes a través de promociones, paquetes turísticos o cualquier experiencia dentro o fuera del hotel. Este en conjunto con todas las áreas del hotel (gerencia, contabilidad, recepción, cocina, lavandería y mantenimiento) se encargaran de generar unas mejor experiencias a los huéspedes durante su paso por el hotel, brindando un excelente servicio, velando por que se cumplan todas sus expectativas.

Se encargara de crear alianzas con aerolíneas, tour operadores, servicio de transporte y restaurantes todo esto enfocado en las necesidades de nuestros huéspedes.

Velara, por mantener actualizados e innovar todos los canales de ventas en los cuales se maneja el hotel (Instagram, Facebook, WhatsApp, pagina web) promocionando o dando a conocer los servicios del hotel, actualizando fotos, creando historias donde las personas puedan interactuar, generando videos que puedan ser de interés, mostrando datos curiosos sobre el destino que se visitara, entre otras estrategias.

El area de marketing considero que es muy importante dado que esta nos ayuda a saber dónde estamos, hacia donde vamos y donde queremos estar obteniendo mejores resultados de ventas, servicio y una imagen positiva de los clientes hacia el hotel.

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicación estratégica.</li><li>• Piscina y parqueadero.</li><li>• Varios canales de ventas.</li><li>• Tarifas corporativas.</li><li>• Excelente servicio del personal.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demora en los procesos para mejora de las áreas comunes y habitaciones.</li><li>• Mejor distribución de las tareas diarias.</li><li>• Capacitación de trabajo en equipo.</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reactivación del sector turístico.</li><li>• Nuevas tecnologías.</li><li>• Capacitación del personal.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis económica (COVID-19).</li><li>• Nuevas tendencias del cliente.</li><li>• Competencia muy activa.</li></ul>

## **43. OBJETIVO**

### **S Objetivo**

#### **general**

Satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un buen servicio, con la calidad adecuada, buscando los canales adecuados para lograr tener una mejor consolidación en el mercado y un mejor precio ajustando se a la situación actual del país. Buscando siempre mejorar las experiencias de los huéspedes.

#### **Objetivos específicos**

- a. Realizar un estudio sobre cuáles son las necesidades que debemos satisfacer o solventar.
- b. Realizar un estudio de nuestros principales competidores enfocado en los servicios que ellos ofrecen, no buscando copiarlos si no mejorarlo o superarlos creando nuevas estrategias teniendo un excelente control de los gastos revisando junto con el área de gerencia y contabilidad que cada propuesta sea viable y si no estudiar nuevas propuestas.
- c. Mantener la fidelidad de los clientes a través de seguimientos sobre la experiencia del huésped en el hotel, manejando un sistemas con los datos de cada huésped aquí alojado y mantener una comunicación directa haciéndolos sentir especiales y reconocidos con mensajes personalizados en fechas importantes (cumpleaños, navidad, año nuevo, etc.)

## **7. REFERENTES TEÓRICOS**

Anteriormente se tenía la creencia de que el marketing era solo vender y comercializar un producto o un servicio. Pero, tomando como referente a quien es considerado “el padre del marketing” Philip Kotler y después de un largo estudio, hoy en día el marketing se considera como una forma de comunicación intercambio e interacción con los clientes.

- El marketing es un proceso administrativo y social a través del cual individuos obtienen lo que necesitan y desean mediante la generación, la oferta y el intercambio de productos de valor con sus iguales.  
(Philip Kotler 1967. Libro: “Dirección de marketing: análisis, planificación y control”).
- A medida que se acelera el ritmo del cambio, las empresas ya no pueden confiar en sus viejas prácticas comerciales para mantener la prosperidad.  
(Philip Kotler 1999. Libro: “El marketing según Kotler”).

Tomo como referencias estas dos citas de Philip Kotler. Ya que, me parece muy importante que se generen productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, brindándoles nuevas experiencias y esto solo se logra estudiando el mercado meta e innovando cada día con las nuevas tendencias, dejando a un lado las viejas prácticas, que no son del todo malas. Pero, si se debe avanzar con las nuevas tecnologías y las nuevas preferencias de los clientes.

## 8. PLAN DE ACCION

A continuación, en este plan de acción se identificarán cuáles son las funciones del área o departamento de ventas y marketing en caso de que este se implemente en el Hotel San Miguel Imperial:

Se encargará de realizar un estudio en el cual detallará algunos aspectos como.

- Como se encuentra el sector hotelero actualmente con la reactivación económica, después del COVID-19.
- Condición económica del hotel.
- Recursos disponibles.
- Competidores.
- Alianzas con otras empresas.
- En qué tipos de personas, empresa u organización se centrará la empresa como “Mercado Meta”
- Plan de uso de las (OTAS). Aquí, también se deberá realizar un estudio a través de las redes sociales en las que se mueve el Hotel (Instagram, Facebook, Página web). Para así, determinar cuándo se tiene mejor interacción con futuros clientes y poder:
  - Publicar una foto o video.
  - Realizar encuestas de interés.
  - Realizar algún sorteo.
  - Publicar datos curiosos sobre algún lugar turístico de la ciudad de Santa Marta.

Estos estudios se tendrán en cuenta para poder realizar por medio de valores reales del mercado los portafolios de servicio al cliente, empresas, agencias y otro servicio:

- Portafolio de decoración: fiestas, propuestas, decoración de habitación, etc.
- Portafolio de tarifas: empresas, agencias, corporativas, etc.
- Portafolio de pasadías: valor, que incluye, otros servicios.
- Portafolio cumpleaños de los huéspedes: este último es por parte del hotel. El cual, siempre que se encuentra un huésped de cumpleaños se encarga de regalar un brownie con una bolita de helado y un globo. Pero, a mi parecer esto se puede mejorar si se tiene un portafolio de preparaciones sencillas para no siempre ofrecer lo mismo y esto serviría también como publicidad para el hotel. Dado que, se pueden publicar en las páginas del hotel con el fin de que las personas sientan ese interés del hotel hacia tus fechas importantes.

Todo esto estará inventariado para poder tener el control de los gastos y costos y bajo un estricto cronograma, en donde se respetara el tiempo para cada actividad y cada espacio con el fin de aprovechar el tiempo, los recursos y poder estar todos al tanto de las tareas que se realizaran día a día. También, nos brindaran segundas opciones o un plan B en caso de que se presente alguna situación que no premeditamos y poder tomar rápidamente una decisión acertada. Este, le presentara a gerencia el estudio de propuestas para realizar alianzas con otras empresas en pro de poder brindarle un mejor servicio a nuestros huéspedes como mínimo 2 opciones las cuales se estudiaran teniendo en cuenta los pro y los contra de cada alianza y los beneficios que estas podrían generar al hotel y a los huéspedes. Algunas alianzas podrían ser:

- Empresas de decoración.
- Buffet.
- Tour operadores.
- Restaurantes locales.
- Alianza con otros hoteles en caso de sobreventa.

## **9. RESULTADOS OBTENIDOS**

Los resultados que se esperan obtener con la implementación del área de ventas y marketing son, un mejor análisis del mercado para conocer en qué sector debemos enfocarnos, estudiar a la competencia implementando mejores estrategias utilizando los canales virtuales (OTAS). Enfocándonos en los clientes, por medio de un uso eficiente de la tecnología planificando y midiendo paso a paso los procesos realizados para así, tomar mejores decisiones evitando errores. También, hacer que los clientes se sientan parte de la empresa y nos brinden sus ideas en la mejora del hotel, el servicio prestado, la implementación de nuevos servicios, todo esto con el fin de minimizar los costos y generar más ingresos

## **10. AUTOEVALUACION**

Mi experiencia laboral como prácticas profesionales de Tecnología en Gestión Hotelera y Turística, en el área de recepción del Hotel San Miguel Imperial. Puedo decir, ha sido muy satisfactoria. Ya que, he podido conocer un poco de cada área del hotel y sus funciones, no solo desde el punto de vista teórico si no más enfocado en lo práctico. Como ha sido: Recepción, contabilidad, auditoría, lavandería, cocina. Esto me ha servido para poder tener una mejor comunicación e interacción con las personas que visitan el hotel, la importancia de trabajar en conjunto con las demás áreas.

Esto me ha ayudado a mi crecimiento profesional y personal y espero, poder seguir adquiriendo el conocimiento necesario para poder avanzar en esta vocación por el servicio.

## **11. RECOMENDACIONES GENERALES**

Desde mi punto de vista, algunas recomendaciones que se podrían tener en cuenta para así obtener un mejor funcionamiento interno del hotel San Miguel Imperial seria:

- Creación de formato de inventarios (decoración, salón, papelería).
- Organización para finalizar los procesos de mejora en las áreas comunes del hotel.
- Tener en cuenta los comentarios realizador en cuanto a lo que se refieren a las mejoras del hotel y servicio por las (OTAS).
- Mejor tiempo de respuesta a las empresas o agencias que deseen adquirir nuestros servicios.
- Mantenimiento y remodelación del area recreativa (Piscina y Gimnasio).
- Implementación de agenda donde se encuentren los contactos importantes como:
  - Proveedores.
  - Tour operadores.
  - Números a llamar en caso de emergencia.
  - Número de la persona encargada de domicilios.
  - (etc.)

## **12. CONCLUSIONES**

Después de un largo estudio y lecturas se concluye, es muy importante implementar un area o departamento de ventas y marketing en toda empresa u organización, para así conocer de manera detallada, la situación en la que se encuentra, estudiar nuestro mercado meta y saber las nuevas tendencias y preferencias de nuestros clientes, generar nuevas estrategias de ventas, conocer nuestros competidores, etc.

Estoy segura de que, si el Hotel San Miguel Imperial implementa esta area o departamento podrá tener un mejor funcionamiento interno. Debido a que, se brindara un mejor servicio que cubra todas las necesidades de nuestros clientes brindando le diferentes opciones y guiándolos en todo el proceso desde el check in hasta el día del check out y por qué no, después de eso. Teniendo los en cuenta en sus fechas especiales y haciendo los sentir parte del hotel, se tendrá un control en los proceso, se generaran nuevas experiencias y no hay mejor publicidad que la de un cliente satisfecho.

Todo esto, se reflejara de manera externa. Porque, tendremos un mejor posicionamiento en el mercado, seremos más reconocidos no solo de manera local, cumpliendo los objetivos, misión y visión del hotel y sin que pierda su esencia.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.genwords.com/blog/philip-kotler-padre-del-marketing#:~:text=Philip%20Kotler%20es%20considerado%20el,sus%20contribuciones%20a%20este%20tema>
- <https://www.youtube.com/watch?v=n2CegRtmuRw>
- <https://www.euroinnova.edu.es/blog/11-6-1/la-importancia-del-marketing-en-las-empresas>
- <https://www.ihshotelconsulting.com/es/blog/marketing-hotelero/>