

Wassiki E-marketing

María del Pilar Mejía Alfonso

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Administración de empresas
Bogotá
2013**

Wassiki E-marketing

María del Pilar Mejía Alfonso

**Director:
Paola Consuelo Ladino Marín**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Administración de empresas
Bogotá
2013**

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCION	2
II.	WASSIKI COMO MODELO DE EMPRENDIMIENTO	4
	a. Oportunidad de negocio.....	4
	b. Competitividad del servicio.....	5
III.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	6
	a. Misión hotel Wassiki campestre	6
	b. Visión hotel Wassiki campestre.....	7
	c. Estrategias del hotel.....	7
	d. Análisis DOFA del negocio.....	8
	e. Ubicación.....	9
	f. Tarifas hoteleras para el año 2013	9
	g. Instalaciones del hotel.....	10
IV.	ANÁLISIS DEL ENTORNO	11
	a. Análisis Económico y pronósticos del Sector	11
	b. Aspecto Legal	21
	c. Ámbito Fiscal	23
V.	PLAN DE E-MARKETING	26
	a. Objetivos del plan de marketing.....	26
	b. Análisis interno y externo.....	26
VI.	DESARROLLO DEL E-PLAN	29
	a. Plan de acción.....	29
	b. Rediseño de la página web.....	29
	c. Marketing en buscadores SEO y SEM	33
	d. Redes Sociales	35
	e. Correo Corporativo	38
	f. Google places (MAPS)	39
	g. Portales de venta por internet	40
	h. Publicidad tradicional	44
	i. Inversión E-marketing y publicidad tradicional	46
VII.	BIBLIOGRAFIA	47

ANEXOS

WASSIKI E-MARKETING



I. INTRODUCCIÓN

PHILIP KOTLER: “el Marketing tal como lo conocemos hoy, está acabado y tiene que evolucionar a algo mucho más acorde con nuestro tiempo”, frase que deja al descubierto que el mercadeo siempre será una disciplina dinámica.

Con el paso del tiempo, cambian los hábitos de las personas y con ellos se crean nuevas necesidades, un ejemplo claro de ello, fue la “revolución tecnológica” que mediados del siglo XX, evolucionó vertiginosamente con la aparición de la Internet. Sus orígenes se remontan a 1960 aproximadamente, década en la que se dan nuevos usos a los computadores, permeados por los efectos de la guerra y sus estrategias. Dado el fortalecimiento del comunismo, el Gobierno estadounidense, valiéndose de sus laboratorios y científicos comenzó a buscar la forma de trazar una red de comunicaciones de alta velocidad, de tal forma que pudieran trasladar información de un lugar a otro y funcionara sin dificultades. Hoy tras algunas décadas de desarrollo la encontramos en cualquier parte del mundo, a cualquier hora y sin más límites que la que nosotros mismos le imponemos.

Así como se puede entender, la Internet como más que una necesidad una herramienta; en la que nos apoyamos para: comunicar, investigar, informar, actualizar, entretener, trabajar, y lo más importante ofrecer bienes y servicios.

Según lo afirma KOTLER & KARTAJAYA “desde los primeros años del siglo XXI, las tecnologías de la información han ido empapando el mercado convencional y han evolucionado hasta convertirse en lo que hoy consideramos una nueva ola tecnológica,

convirtiéndose en uno de los factores que hace posible la ola de los medios sociales”. (Kotler & Kartajaya, 2012)

El mercadeo es fundamental en los negocios, y si lo que se busca es diferenciar, el marketing digital o mercadeo en la web puede ser la solución. El tema del marketing digital se ha dejado de lado en la actualidad, desconociendo la importancia, ventajas, tendencias y los resultados que genera esta era en la que nos encontramos, pero ¿Qué pasaría si se aplica en la venta de un servicio específico? ¿Se podrían aprovechar sus ventajas en pro de un proyecto de emprendimiento?

A lo largo de este documento, se encontraran con una propuesta de mercadeo digital que se aplica en el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE, local comercial que presta servicios hoteleros en Santander, y que a octubre de 2012, tenía una ocupación del 10%, y que tras la implementación de una serie de estrategias mercadológicas digitales, se buscó proyectar la imagen de un hotel cinco estrellas, exclusivo y; campestre, caracterizado por la excelente atención al cliente.

Este proyecto implemento, un rediseño del Web site, así como la ejecución de estrategias de posicionamiento en motores de búsqueda a través de la internet, así como la apertura en redes sociales, pautas en portales y el posicionamiento en Google maps.

Así mismo, se analizó al número de turistas que ingresan al país, el turismo de la región santandereana y los hoteles de la misma zona. Como resultado de dicho estudio, se lograron plantear proyecciones que indican crecimiento del turismo, tanto por motivaciones legales, fiscales y económicas; como por el simple plan de ordenamiento territorial de una zona de la latitud suroccidental del planeta, en donde el resultado es que tanto en la actualidad como en los años que se avecinan, el turismo, el sector hotelero y los deportes extremos harán parte de la triplete del gran “boom” nacional; y al final entenderán porque la viabilidad de Wassiki E-Marketing.

II. WASSIKI COMO MODELO DE EMPRENDIMIENTO

a. Oportunidad del negocio

Considerando que en la actualidad el departamento de Santander, se caracteriza por desarrollar turismo y deportes de aventura (Vargas, 2013), y existe un conglomerado de municipios que tienen cierto “parentesco” tanto histórico, cultural, económico y territorial, entre los que se encuentran San Gil, Barichara, Socorro, Charalá, Valle de San José, Pinchote, Ocamonte, Curití, Paramo, entre otros; es pertinente aprovechar el auge turístico y económico que se concentra en la zona y aplicar una estrategia de **MARKETING DIGITAL** como herramienta publicitaria, para atraer una mayor cantidad de visitantes a estas tierras y de paso a que turistas de diversas zonas, reciban un servicio hotelero campestre, exclusivo y tranquilo.

El *HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE*, se encuentra ubicado en San Gil, municipio situado en el departamento de Santander en la vía Bucaramanga- Bogotá D.C. (nombrado en 2004 Capital Turística de Santander), y aproximadamente a 45 km del Parque Nacional del Chicamocha –PANACHI-.

WASSIKI es un proyecto de mediano a largo plazo evidentemente rentable por sus márgenes de utilidad, que parte de una ubicación geográfica estratégica por la cercanía a los sitios turísticos de la zona. El interés del departamento de Santander, es promover el turismo en la región, en la que además del servicio hotelero pueden brindarse paquetes de deportes extremos, puntos de encuentros para recorridos turísticos, ecológicos y gastronómicos, lo que otorga beneficios tributarios nacionales; adicionalmente, al ser un hotel enfocado en un target exclusivo de estratos altos, personas adultas de más de 33 años y especializado en la atención al cliente, situación que permite inferir que el margen de rentabilidad y volumen de ocupación por la prestación del servicio tendrá una proyección alta en los años venideros.

Wassiki recibe la denominación de hotel Boutique por ser pequeño, ofrecer atención personalizada, una arquitectura colonial y brindar todas las comodidades de un hotel cinco estrellas. Sin embargo a la fecha solamente ha empleado como medio de comunicación y publicidad el voz a voz, por lo que se espera que con el diseño, desarrollo e implementación del plan de E-Marketing se eleve la tasa de ocupación actual (del 10%) al (50%) y genere un posicionamiento de marca en la región.

b. Competitividad del producto o servicio

El Hotel BOUTIQUE WASSIKI campestre localizado en el km 3 vía San Gil- Socorro en la entrada del municipio de Pinchote (Santander), es un local comercial que hace parte de Inversiones Mejía S.A.S. sociedad por acciones simplificada, que inicio en el 2006 con el ideal de ser el mejor hotel de la región, prestando un servicio personalizado de alta calidad, con disponibilidad de 24 horas, una arquitectura campestre y colonial, siendo estas características el diferencial del hotel, ya que es uno de los pocos en la zona con estas características arquitectónicas.

El Hotel cuenta con una disponibilidad de trece (13) habitaciones que incluye todos los servicios de un hotel convencional, y adicionalmente, gracias a convenios con agencias de turismo, se ofrecen paquetes de deportes extremos y tours a los alrededores.

Como servicios adicionales el hotel funciona como:

- Lugar para eventos sociales (incluyendo todos los servicios que se requieran para la realización del mismo).
- Planes de luna de miel.
- Alquiler de casas campestres coloniales con capacidad de seis (6) a doce (12) personas en el Municipio de Pinchote, Santander.

Al ser Wassiki un hotel Boutique con atención personalizada se consolida un servicio con todas las comodidades de un hotel cinco estrellas, con capacidad para treinta y cinco (35) personas, es considerado como un negocio totalmente competitivo en materia comercial,

especialmente por su ubicación estratégica y rentabilidad que proyectarían los ingresos por su uso.

III. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El Hotel Boutique Wassiki Campestre es un edén de relajación construido al mejor estilo colonial; ubicado en un punto estratégico que permite conocer los diferentes atractivos turísticos de la región santandereana y disfrutar de la tranquilidad del campo, en medio de las comodidades de la ciudad.

En la actualidad, cuenta con trece (13) habitaciones tipo suite campestre, con capacidad para alojar treinta y cinco (35) huéspedes, dotadas con baño privado, agua caliente, televisión por cable, mini bar y minicomponente, jacuzzi, piscina para adultos, piscina para niños, parqueadero, internet gratuito, parque de las hamacas, sauna, jacuzzi exterior, spa, cafetería-restaurante, zona de juegos para niños y adultos, gimnasio y lavandería, los cuales son única y exclusivamente para el uso de los huéspedes. Adicionalmente, cabe destacar que está construido en su totalidad en materiales de la región tales como tapia pisada, caña brava y madera, conservando el mejor estilo colonial.

a. Misión hotel Wassiki campestre

Con gente preparada, alegre y servicial, el Hotel Boutique Wassiki Campestre promueve el descanso y la diversión de los huéspedes mediante el ecoturismo, el turismo de aventura, el aprendizaje y el confort. Sorprendiendo a los visitantes con servicios innovadores y exclusivos, de excelente calidad, dentro de un ambiente familiar campestre, estilo colonial; demostrando que la comodidad e innovación no solo se encuentra en la urbe, y contribuyendo al desarrollo integral de la empresa y los empleados, que trascienden en la buena imagen del hotel y la satisfacción de los huéspedes. (Direccionamiento estratégico Hotel Boutique Wassiki Campestre, 2012)

b. Visión hotel Wassiki campestre

Hacer de Wassiki Campestre el hotel campestre con el mejor servicio y calidad en Santander, basado en la búsqueda de la excelencia, teniendo en cuenta el alto grado de capacitación de los empleados, el entorno seguro y la justa relación costo beneficio para el 2015. (Direccionamiento estratégico Hotel Boutique Wassiki Campestre, 2012)

c. Estrategias del hotel

Las principales estrategias que fundamentan el servicio el Hotel Boutique Wassiki Campestre son:

- Que los visitantes se sorprendan continuamente de la creatividad e innovación del hotel.
- Identificar permanente las necesidades y requisitos de los huéspedes, de tal manera que se pueda llegar a ellos de forma adecuada y efectiva, garantizando la satisfacción del servicio del hotel.
- Lograr la calidad del servicio, ya que este debe medir por la satisfacción total de los visitantes, pues: *“Una completa satisfacción del cliente es una de las pocas formas de lograr una ventaja competitiva”*

d. Análisis DOFA del negocio

Tarifas temporada baja			
(Lunes a Domingo de temporada baja)			
TIPO DE HABITACIÓN	SENCILLA (1PAX)	DOBLE (2PAX)	TRIPLE (3PAX)
Campestre:	\$169,000=	\$204,000=	\$261,000=
Campestre de Lujo:	\$182,000=	\$218,000=	\$275,000=
Preferencial	\$244,000=	\$282,000=	
<i>Nido: 1 Persona \$ 45.000</i>			
Tarifas temporada alta.			
(Viernes, sábado, domingo de puentes festivos Y todas las vacaciones escolares)			
TIPO DE HABITACIÓN	SENCILLA (1PAX)	DOBLE (2PAX)	TRIPLE (3PAX)
Campestre:	\$239,000=	\$282,000=	\$361,000=
Campestre de Lujo:	\$256,000=	\$298,000=	\$378,000=
Campestre Preferencial	\$373,000=	\$413,000=	
<i>Nido: 1 Persona \$ 45.000</i>			

Tabla N° 1. Relación de precios Hotel Wassiki 2013.

Instalaciones del Hotel boutique Wassiki campestre



Grafico N° 2. Piscina del hotel Wassiki.

Anexos 1 al 4

IV. ANALISIS DEL ENTORNO

A. Análisis económico y pronósticos del sector

Ocupación hotelera a nivel nacional

Según la asociación hotelera de Colombia (COTELCO) las ciudades con mejor ocupación son San Andrés y Santa Marta, y las de menor ocupación son el sur occidente nacional y el Tolima.

El porcentaje de ocupación en Santander está por debajo de la media nacional, ya que se ubica en un 41,2% y el promedio de la ocupación nacional corresponde al 48,8%.

Además la tarifa promedio nacional es de \$210.317 pesos y la tarifa a nivel Santander es de \$147.931 pesos.

ASOCIACION HOTELERA DE COLOMBIA - COTELCO		INDICADORES HOTELEROS PRELIMINARES DICIEMBRE 2012						
No 134 Enero 2013		<i>Descripción</i>	<i>% Ocup dic/12</i>	<i>% ocup dic/11</i>	<i>% ocup acum 12</i>	<i>% ocup acum 11</i>	<i>Tarifa promedio dic 2012 (1)</i>	<i>Indice de empleo dic 2012(2)</i>
		Antioquia	59,2	77,7	59,2	57,9	\$ 159.036	0,64
		Barranquilla	52,4	53,3	60,2	56,8	\$ 162.055	0,68
		Atlántico Comercial	44,7	46,5	58,1	54,0	\$ 130.809	0,50
		Bogotá D.C.	46,4	47,9	58,6	63,1	\$ 235.672	ND
		Boyacá	36,9	40,4	39,2	37,8	\$ 240.014	0,62
		Cafetera	39,5	35,5	46,4	44,6	\$ 139.131	0,79
		Cartagena	52,0	49,5	59,2	59,4	\$ 357.345	0,99
		Influencia Bogotá	63,8	52,4	48,3	43,4	\$ 165.453	0,82
		Norte de Santander	40,1	38,6	44,1	41,0	\$ 127.607	0,45
		Santander	41,2	35,3	42,9	42,4	\$ 147.931	0,80
		San Andrés	73,9	76,9	63,3	55,8	\$ 277.715	0,94
		Santa Marta	68,1	68,3	61,1	56,6	\$ 314.088	0,81
		Sur Occidental	28,1	39,3	38,6	42,4	\$ 79.676	0,44
		Tolima (5)	34,4	31,6	41,0	37,9	\$ 156.929	0,44
		Valle del Cauca	41,5	39,2	43,8	42,2	\$ 139.776	ND
		5 estrellas	54,4	52,9	62,0	61,3	\$ 260.348	0,76
		4 estrellas	49,1	50,6	55,9	53,2	\$ 215.941	0,62
		3 estrellas	50,1	48,3	47,4	47,0	\$ 146.389	0,87
		Total Muestra (3)	48.8	48.8	54.1	53.3	210.317	0.71

Tabla N° 2: Porcentaje de ocupación hotelera y tarifas promedio 2012

Ocupación hotelera en Santander

Los mejores meses del año 2012 para Santander en el ámbito turístico fueron julio y septiembre del 2012.



Fuente: (Sintramites, 2012)

Grafico N° 3. Porcentaje ocupación hotelera en Santander.

Ocupación hotel boutique Wassiki campestre

Según la ocupación nacional que se ubica en un 48,8% según (COTELCO, 2012), el hotel boutique Wassiki campestre hace su proyección con un 50% de ocupación mensual de lo cual obtiene el 37% para el último año ubicándose por debajo de la media nacional.

Para el 2012 los meses de mayor ocupación son diciembre y enero, ubicándose en un 71% y 64% según la ocupación proyectada mensualmente.

Mes	Ocupación proyectada	Ocupación Hab.	% Obtenido
Abril	195	68	35%
Mayo	195	15	8%
Junio	195	68	35%
Julio	195	86	44%
Agosto	195	76	39%
Septiembre	195	29	15%
Octubre	195	98	50%
Noviembre	195	79	41%
Diciembre	195	139	71%
Enero	195	124	64%
Febrero	195	30	15%
Marzo	195	59	30%
anual	2.340	871	37%

Tabla N° 3: Porcentaje de ocupacion obtenia para el Hotel boutique Wassiki campestre 2011/2012

Análisis Económico del Sector

Según la Asociación Hotelera y Turística de Colombia –COTELCO- para el año 2012 entraron al país 2.903.861 viajeros colombianos y 1.698.366 extranjeros, dando un total de 4.602.227 ingresos de turistas al país.

En el hotel Wassiki, el registro de turistas extranjeros que visitaron el establecimiento provinieron de los países de: Argentina, España, Estados Unidos y Francia. A nivel nacional, el mayor afluente de clientes provienen de Bogotá, Bucaramanga y Medellín.

Flujo de ingresos y salidas de viajeros				
	Viajeros Colombianos		Viajeros Extranjeros	
	Entrada	Salida	Entrada	Salida
Diciembre de 2012	341.348	338.021	165.496	129.888
Año 2012	2.903.861	3.169.261	1.698.366	1.672.780
Registro de ingreso de extranjeros según nacionalidad (países con mayor %)			Ciudad de hospedaje de los extranjeros que ingresaron a Colombia (ciudades con mayor %)	
Enero-Diciembre 2012			Enero-Diciembre 2012	
EE.UU	19%		Bogotá	53%
Venezuela	15%		Cartagena	12%
Ecuador	7%		Medellín	10%
Argentina	7%		Cali	7%
España	6%		Barranquilla	3%
México	5%		Cúcuta	2%
Perú	5%		San Andrés	3%
Fuente:Boletín migratorio diciembre de 2012. Migración Colombia 18 de enero/13				

Tabla N° 4: flujo de viajeros para colombia en el 2012

Según el Registro Nacional de Turismo en Colombia hay un total de 5.144 hoteles del cual hace parte Boutique Wassiki Campestre, pero el total de establecimientos de alojamiento y hospedaje es de 6.753, en donde están incluidos los albergues, alojamientos rurales, aparta hoteles, campamentos, hostales, entre otros; ofreciendo un total de 133.257 habitaciones.

Bullets Sector Hotelero		
Establecimiento de alojamiento y hospedaje	Total	Total Habitaciones
Hoteles	5.114	116.049
Albergue	58	675
Alojamiento rural	754	5.753
Apartahotel	275	5.169
Campamento	8	147
Centro vacacional	56	886
Hostal	261	2.827
Refugio	2	26
Vivienda turística	225	1.725
Total	6.753	133.257
Fuente: Registro Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y turismo. Noviembre de 2012		

Tabla N° 5: Tipos de alojamientos en Colombia

Ahora, con la entrada en vigencia de la Ley 788 de 2002 y la ampliación de la base tributaria por la vía de disminución de los límites de ingresos para presentar declaración de renta se generó un incremento en el número de hoteles y en la inversión extranjera.

El beneficio tributario consiste en que:

- Por la construcción de hoteles nuevos hasta el 2017 se tiene renta exenta por un lapso de 30 años
- Por ampliar o remodelar hoteles hasta el 2017 hay renta exenta de 30 años proporcional al valor de la remodelación o ampliación. (Contribuyente, 2011)

A continuación se puede ver la construcción de habitaciones nuevas y remodeladas a nivel nacional. Para Santander la cantidad asciende a 1.525 habitaciones nuevas y 1.007 habitaciones remodeladas lo que representa el 9% y 6% respectivamente de las habitaciones tanto nuevas como remodeladas en el país a junio del 2012.

Habitaciones nuevas y remodeladas 2003- junio 2012 con beneficio tributario.		
Departamentos	Nuevas	Remodeladas
Amazonas	157	204
Antioquia	2.306	927
Arauca	92	99
Atlántico	937	266
Bogotá	2.714	3.376
Bolívar	959	1.398
Boyacá	332	584
Caldas	171	289
Caquetá	66	120
Casanare	281	133
Cauca	150	165
Cesar	263	215
Córdoba	197	199
Cundinamarca	739	136
Choco	34	97
La Guajira	18	91
Guaviare	51	139
Huila	411	461
Magdalena	995	804
Meta	890	292
Nariño	555	320
Norte de Santander	293	574
Putumayo	37	69
Providencia	-	43
Quindío	1.069	140
Risaralda	511	312
San Andrés	56	1.772
Santander	1.525	1.007
Sucre	302	181
Tolima	748	410
Valle del Cauca	910	914
Vaupés	25	-
TOTAL	17.794	15.737
fuentes: ministerio de comercio, industria y turismo. Agosto de 2012		

Tabla N° 6: Habitaciones nuevas y remodeladas con beneficio tributario 2003-2012

PERSPECTIVAS DEL MERCADO

A continuación están los establecimientos de hospedaje y alojamiento del 2006 al 2011; los cuales reflejan un incremento del 8% para los seis (6) años mencionados logrando 241 establecimientos más, para un total de 3.228 establecimientos para el último año. Del total de establecimientos el 27%, corresponde a establecimientos de cadena, el 26% a establecimientos independientes y el resto a otros tipos de acomodación tales como hostales, acomodación privada, chalets.

Travel accommodation Outlets by Category: Units 2006-2011						
OUTLETS	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hotels	1.572,0	1.586,0	1.619,0	1.644,0	1.659,0	1.682,0
Chained Hotels	715,0	730,0	769,0	789,0	823,0	858,0
Independent Hotels	857,0	856,0	850,0	855,0	836,0	824,0
Other travel accommodation	1.415,0	1.444,0	1.471,0	1.500,0	1.524,0	1.546,0
Campsites	175,0	176,0	177,0	176,0	177,0	179,0
Chalets	245,0	251,0	257,0	264,0	268,0	272,0
Guesthouses	58,0	59,0	59,0	59,0	61,0	62,0
Hostels	88,0	88,0	89,0	90,0	91,0	94,0
Motels						
Private Accommodation	407,0	422,0	439,0	458,0	465,0	472,0
Self-catering Apartments	205,0	208,0	207,0	206,0	210,0	213,0
Other Other Travel Accommodation	237,0	240,0	243,0	247,0	252,0	254,0
Travel accommodation	2.987,0	3.030,0	3.090,0	3.144,0	3.228,0	3.228,0

Fuente: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources.

Tabla N° 7: Numero de establecimientos en Colombia para acomodacion turística 2006-2011

A continuación se muestran las ventas en billones de pesos en alojamiento y hospedaje en Colombia desde el 2006 hasta el 2011; en el cuadro se puede ver el crecimiento en ventas anual exceptuando 2009 que cayó respecto el año anterior. El crecimiento del 2006 al 2011 en ventas fue del 15% siendo las ventas para 2011 de 2.756 billones de pesos, correspondiendo 62% de estos ingresos para los hoteles de cadena.

Travel accommodation Sales by Category: Value 2006-2011						
COL\$ BILLION	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hotels	2.287,2	2.446,5	2.520,4	2.408,1	2.551,0	2.684,9
Chained Hotels	1.392,3	1.492,4	1.564,9	1.509,2	1.609,9	1.706,7
Independent Hotels	894,9	954,1	955,5	898,8	941,0	978,2
Other travel accommodation	107,4	75,2	74,1	72,0	69,9	71,7
Campsites	7,1	5,0	4,7	2,9	3,2	3,4
Chalets	16,1	11,2	11,1	10,6	11,2	11,8
Guesthouses	5,8	4,1	3,7	4,0	4,2	4,4
Hostels	11,3	8,2	7,7	6,6	7,3	8,0
Motels						
Private Accommodation	19,9	14,5	13,8	13,8	15,2	16,5
Self-catering Apartments	12,6	8,7	8,7	7,7	8,1	8,3
Other Other Travel Accommodati	34,6	23,5	24,4	26,3	20,7	19,4
Travel accommodation	2.394,6	2.521,7	2.594,6	2.480,0	1.620,9	2.756,6

Fuente: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources.

Tabla N° 8: Ventas sector hotelero en Colombia 2006-2011

Pronóstico de ventas en servicio de alojamiento

El pronóstico de ventas totales en alojamiento para Colombia es de 3,037 billones de pesos para el 2013 con un crecimiento del 5% respecto al año anterior. Para los próximos años se espera que crezca en 5 puntos porcentuales por año, para un crecimiento del 15% para el 2016 dando un total de ventas en alojamiento de casi 3,500 billones de pesos. Los hoteles de cadena al igual que ha sucedido hasta el 2011 venderán el 64% de estos ingresos.

Forecast Travel Accommodation Sales by category: Value 2011-2016						
COL\$ BILLION	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hotels	2.684,9	2.820,4	2.960,1	3.104,6	3.254,6	3.410,4
Chained Hotels	1.706,7	1.804,6	1.907,9	2.010,7	2.114,9	2.223,3
Independent Hotels	978,2	1.015,8	1.052,2	1.094,0	1.139,6	1.187,2
Other travel accommodation	71,7	74,2	77,3	80,4	83,9	87,9
Campsites	3,4	3,5	3,6	3,7	3,8	3,9
Chalets	11,8	12,3	12,8	13,3	13,8	14,3
Guesthouses	4,4	4,5	4,7	4,7	4,8	4,9
Hostels	8,0	9,0	11,1	11,1	11,3	11,5
Motels						
Private Accommodation	16,5	17,4	18,5	19,7	21,0	22,0
Self-catering Apartments	8,3	8,7	8,8	8,9	9,3	9,4
Other Other Travel Accommodati	19,4	18,9	18,7	19,0	19,9	21,9
Travel accommodation	2.756,6	2.894,5	3.037,4	3.185,1	3.338,5	3.498,4

Fuente: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources.

Tabla N° 9: Proyección de ventas en Colombia para categoría hospedaje y alojamiento 2011-2016

Pronóstico de establecimientos de hospedaje y alojamiento

Según el reporte de Euromonitor para el 2013 se espera un total de 3.303 establecimientos de hospedaje y alojamiento, con una constante apertura de sitios, esperando que para el 2016, haya 51 establecimientos de más respecto el año actual, sumando de esa forma 3.354 entre hoteles, hostales, chalets, campamentos entre otros; situación que se afianza con la afirmación de que como el pronóstico de ventas la apertura de hoteles están correlacionadas, pues el turismo en el país está en constante crecimiento.

Forecast Travel Accommodation Outlets by Category: Units 2011-2016						
Outlets	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Hotels	1.682	1.703	1.721	1.734	1.742	1.748
<i>chained hotels</i>	858	867	878	895	913	925
<i>independent hotels</i>	824	836	843	839	829	823
other travel accommodation	1.546	1.567	1.582	1.593	1.601	1.606
<i>Campsites</i>	179	181	182	182	183	183
<i>Chalets</i>	272	277	280	282	284	285
<i>Guesthouses</i>	62	63	64	65	65	66
<i>Hostels</i>	94	96	97	98	99	100
<i>Motels</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Private Accommodation</i>	472	479	484	488	491	493
<i>Self-Catering Apartments</i>	213	215	215	217	218	219
<i>Other Other Travel Accommodation</i>	254	256	260	261	261	260
Travel Accommodation	3.228	3.270	3.303	3.327	3.343	3.354
Fuente: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources.						

Tabla N° 10: Proyección de establecimientos categoría hospedaje y alojamiento 2011-2016

Según Euromonitor International las ventas por internet crecieron de 2006 a 2011, 362 billones de pesos equivalente a un crecimiento en transacciones por internet del 15%, las cuales incluyen ventas por las páginas de los hoteles, por agencias como de turismo como Tripadvisor, Despegar y Booking, entre otras, de donde a la fecha el hotel boutique Wassiki campestre hace parte de estos portales de venta.

Travel Accommodation Sales: Internet Transaction Value 2006-2011						
COL\$ BILLION	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Internet	232,0	202,3	267,7	293,2	299,0	331,2
Direct Suppliers	173,3	151,3	200,3	219,5	199,4	225,4
Intermediaries	58,7	51,0	67,4	73,6	99,6	105,8
Others	2.162,6	2.319,4	2.326,8	2.186,9	2.321,9	2.425,4
Total	2.394,6	2.521,7	2.594,6	2.480,0	2.620,9	2.756,6

Fuente: Euromonitor International from official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources.

Tabla N° 11: Ventas por internet categoría hospedaje y alojamiento 2006-2011

Pronóstico de ventas por internet

Según el pronóstico de ventas por internet en acomodación hotelera, se espera que para el año 2016, éstas aumenten en un 27%; Así mismo para el 2013 se espera que esta venta sea de 3.037 billones de pesos; ya que como se puede ver la proyección de venta y crecimiento por internet es bastante alto para los siguientes años, lo que supone una oportunidad a desarrollar, como la venta y reservación directamente por la página web, además de seguir pautando en los portales ventas de paquetes turísticos.

Forecast Travel Acommodation Sales: Internet Transaction Value 2011-2016						
col\$ Billion	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Internet	\$ 331	\$ 387	\$ 418	\$ 485	\$ 551	\$ 590
Direct Suppliers	\$ 225	\$ 277	\$ 306	\$ 370	\$ 434	\$ 465
Intermediaries	\$ 106	\$ 110	\$ 112	\$ 114	\$ 117	\$ 125
Others	\$ 2.425	\$ 2.508	\$ 2.619	\$ 2.700	\$ 2.788	\$ 2.908
Total	\$ 2.757	\$ 2.895	\$ 3.037	\$ 3.185	\$ 3.339	\$ 3.498

Fuente: Euromonitor International from trade associations, trade press, company research, trade interviews, trade sources. Note: others refers to offline sales made face to face or by phone.

Tabla N° 12: Pronóstico de ventas por internet categoría hospedaje y alojamiento 2011-2016

¿Cuáles son las mejores épocas del año y cuáles son las difíciles?

De acuerdo al histórico del hotel boutique Wassiki campestre las mejores épocas del año para el turismo en San Gil, Santander.

1 al 20 de enero	Vacaciones principio de año
fin de semana festivo	Todo los que vienen en el almanaque de acuerdo a la programación de cada año
Semana santa	Esta fecha puede variar de acuerdo al calendario católico en ocasiones es en marzo o abril.
15 de junio al 15 de julio	Vacaciones escolares de mitad de año
6 de octubre al 14 de octubre	Semana de vacaciones en octubre puede variar de acuerdo al calendario
15 de diciembre a 31 de diciembre	Fiestas navideñas y de fin de año

Tabla N° 13 Mejor temporada Hotel Wassiki 2013.

Las fechas más críticos para el hotel son en los meses de febrero, mayo y septiembre periodo en los cuales el descanso laboral es mínimo, y los feriados no existen.

b. Aspecto legal

En la actualidad WASSIKI hace parte de Inversiones Mejía S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificadas) lo que significa que además de ser un local comercial que debe regirse por la Constitución Nacional, el Código Civil y el Código de Comercio, debe estar acorde con la Ley 1258 de 2008, lo que significa que: debe tener un objeto social, estar registrada ante cámara de comercio, tener representante legal y/o administrador, debe presentar declaración de renta, contar con permiso de uso de suelo, entre otras cosas; además de esto, sus acciones y valores no pueden ser negociados en bolsa, ni ser inscritas en el registro nacional de valores y emisores.

Ahora, según la Ley 300 de 1996 y la Ley 1558 de 2012, la actividad comercial prestada por el HOTEL WASSIKI CAMPESTRE es vigilada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, por ser un establecimiento hotelero que presta servicios de alojamiento, alimentación y servicios básicos y/o complementarios mediante contrato de hospedaje (contrato de arrendamiento). De igual forma, la actividad debe someterse a las resoluciones expedidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que hacen referencia a la materia como por ejemplo la resolución 0657 de 2005 (categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros), decreto 2251 de 2012, 0557 de 2011 (creación del comité nacional de turismo y otras disposiciones), entre otras.

Adicionalmente, desde que no se obstruyan las normas ni los principios de concertación, protección al ambiente y protección al consumidor establecidos por el Estado colombiano; basándose en el artículo 333 consagrado en la Constitución Nacional (libertad de empresa), WASSIKI puede desarrollar libremente la actividad hotelera en la región nororiental del país.

En ese entendido, WASSIKI tiene toda la libertad de implementar los métodos o mecanismos de publicidad que considere pertinentes para la promoción de su actividad comercial, siempre que no contrarié la constitución, las leyes, ni las buenas costumbres.

Como el tema en mención, son las estrategias de marketing a utilizar por Wassiki, es de aclarar que en cuanto a la publicidad a utilizar en las redes sociales, el correo corporativo, la página web, pautas; hay que tener cuidado la propiedad intelectual, marcas y patentes contempladas por la Decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones –CAN-.

La Ley 527 de 1999 al regular el comercio electrónico en nuestro país, abarca las cuestiones originadas por las relaciones de índole comercial (suministro o intercambio de bienes o servicios, acuerdos de distribución, etc), sean o no contractuales, estructurada a partir de la utilización de mensajes de datos o de cualquier otro medio similar, en la cual la información consignada en los mensajes de datos debe permanecer íntegra, y debe procurar siempre la confiabilidad requerida y con bajo la cual fue obtenida.

c. Ámbito fiscal

En la actualidad, la legislación nacional impone a los establecimientos de comercio que se dedican a prestar servicios hoteleros una serie de gravámenes propios del sector, en medida de afectación de las ganancias, los cuales se dividen en pagos que deben efectuarse de forma anual, trimestral y mensualmente:

De forma anual, al Hotel Boutique Wassiki Campestre le corresponde cancelar puntualmente el impuesto predial, cámara de comercio, industria y comercio, declaración de renta e IVA (se declara anual pero se cancela un 30% del total en mayo otro en septiembre, y el saldo cuando se presenta la declaración de renta).

Impuesto predial

El impuesto predial es un gravamen que se impone por el uso del suelo, que se basa en el avalúo catastral del inmueble establecido previamente por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, y el cual debe ser pagado al ente territorial correspondiente dentro del orden nacional.

Este gravamen entro a regir en el Ordenamiento Jurídico Colombiano con la expedición de la Ley 48 de 1887, siendo objeto de variadas modificaciones, entre las cuales se encuentran las Leyes 1ª y 4ª de 1913 y la Ley 20 de 1908, siendo la última el verdadero antecedente del impuesto, ya que fue esa ley la que facultó a los municipios para cobrar impuesto sobre la propiedad inmueble.

Sin embargo a lo largo de los últimos años, por problemas en las actualizaciones y en el recaudo de los dineros, se han tenido que adoptar leyes como la Ley 75 de 1986, que establecen periodos de actualización de los avalúos catastrales; La Ley 44 de 1990 que señalo los elementos del impuesto, sus límites y la destinación de los recursos y ajustes anuales de la base gravable, viéndonos obligados a contribuir con el Estado, toda vez que

además de la leyes reglamentarias del caso, el artículo 95 numeral 9 de la Constitución Política contemple como obligación de los ciudadanos colombianos:” el contribuir con el sostenimiento de los Gastos de Inversión del Estado dentro de parámetros de equidad y justicia”. (Rodríguez, 2012)

Industria y comercio

El impuesto de Industria y comercio es un gravamen contemplado en la Ley 14 del 6 de julio de 1.983, que se liquida sobre el promedio mensual de ingresos brutos a lo largo del año, de las personas naturales o jurídicas que desarrollan actividades industriales, comerciales y de servicios, y que se cancela a favor de la localidad donde se encuentre ubicada. (Eafit, 2012)

Declaración de renta

Según la reforma tributaria o Ley 1607 de 2012, éste tributo fiscal recae sobre todos los ingresos que obtenga un contribuyente en el año, y que sean susceptibles de producir incremento en su patrimonio, y debe ser cancelarlo por todas las personas jurídicas por el hecho de serlo, y algunas personas naturales que llenen determinados requisitos; y como en Colombia en el periodo fiscal inicia el 01 de enero y termina el 31 de diciembre, la declaración de renta debe hacerse anualmente. (Gerencie, 2011) (Dian, 2012) (Asogravas, 2012)

Impuesto al valor agregado

El impuesto al valor agregado o añadido, más conocido en Colombia como “IVA” o “Impuesto sobre las ventas”. Corresponde al valor agregado tras la venta de un bien, producto o servicio, y el que actualmente se tiene en un 16%.

Este impuesto esta reglado por la Ley 1607 de 2012, conocida como la reforma tributaria, y ahí es donde se encuentra establecido el pago de impuesto a las ventas, con los topes,

Formas, Plazos y Periodos de pago. Estos pueden ser bimensuales, cuatrimestrales o anuales, dependiendo del valor de los ingresos de la sociedad, lo que para el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE es anual.

Sin embargo, se deben realizar pagos cuatrimestrales sin declaración, a modo de anticipo del impuesto sobre las ventas en tres ocasiones, la primera con un anticipo del 30%, la segunda con otro anticipo del 30%, y la última por el saldo del impuesto generado en el año, verificado y corroborado. (Gerencie, 2010)(Judgomezgu, 2010)

(Dian, 2012) (ABP Soluciones, 2013)

Y Mensualmente, el Hotel debe hacerse cargo del impuesto denominado Retención en la fuente.

Retención en la fuente

La retención en la fuente, es un recaudo anticipado por parte del Estado Colombiano, que consiste en recaudar un impuesto en el momento en que ocurre la venta de un bien o servicio, sin necesidad de esperar cierta cantidad de tiempo. (Gerencie, 2013)

V. PLAN DE E-MARKETING

a. Objetivos del plan de marketing

Objetivos generales

- Consolidar el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI en el mercado de la región, como uno de los Hoteles con mayor posicionamiento y tasas de ocupación del 35% mensual, asegurando su supervivencia en el mercado.

Objetivos específicos

- Promover un crecimiento proyectado y sostenido del hotel en el mercado.
- Incrementar el porcentaje de ocupación mensual del 10% al 35%.
- Incrementar el volumen de ventas un 25% anual acorde al incremento en la ocupación.

b. Análisis interno y externo marketing digital

A noviembre de 2012 el c no contaba con correo corporativo, redes sociales, posicionamiento orgánico en buscadores, fan page en Facebook y tampoco con cuenta en Twitter; la página web estaba desactualizada y dentro de la región no tenía publicidad en medio físico ni digital.

Para el mes de mayo de 2013, el hotel boutique Wassiki campestre cuenta con página web totalmente rediseñada (www.wassiki.com.co); usuario en Twitter (@hotelwassiki); usuario en Facebook (Facebook/hotelwassiki); posicionamiento orgánico; se ubica en la posición 5 de la 2da página de Google con un objetivo de ubicación en la primer página a junio de 2013; pauta en portales de venta como despegar, booking, groupon; y publicidad tradicional (vallas, brochure) distribuidas por la región.

A continuación se encuentra el análisis de 55 hoteles de la región respecto al ámbito digital donde se evaluó si cuentan con página web, si tienen redes sociales (Facebook y Twitter) y conocer la posición dentro de las primeras 4 páginas del motor de búsqueda de Google al indagar “hoteles en San Gil”.

En general se puede decir que en la muestra de los 55 hoteles, 41 cuentan con página web, 33 con Facebook, 6 con Twitter y 21 se encuentran en las primeras 4 páginas de búsqueda en Google de la siguiente forma:

- 7 hoteles se encuentran en la primer página de Google
- 5 hoteles en la segunda página de Google
- 5 hoteles en la tercer página de Google
- 3 hoteles en la cuarta página de Google
- 34 hoteles sin posicionamiento orgánico de Google

Los principales hoteles que representan competencia directa para HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE, debido al target al cual se dirigen y la cercanía son: Kimbala, El bella Isla, guarigua y mesón de cuchicute.

- **Hotel Guarigua:** solo cuenta con página web
- **Hotel Mesón de Cuchicute:** no cuenta con ninguna herramienta digital
- **Kimbala:** tiene página web, en redes sociales solo se encuentra en Facebook y está en la 2 página de Google
- **Bella Isla:** solo cuenta con página web y fan page.

Podemos concluir que los hoteles de mayor competencia se encuentran muy débiles respecto a la estrategia digital por lo tanto tenemos ventaja para mejorar nuestra ocupación mensual, objetivo principal de la implementación de mercadeo digital y tradicional en la que trabajamos.

ANÁLISIS DIGITAL HOTELES DE SAN GIL Y ALREDEDORES					
Nº	Nombre	Pueblo	Redes Sociales	posicionamiento SEO	Página web
0	Hotel Wassiki Campestre	Pinchote	facebook, twitter	PAG. 2 POSICIÓN 5	http://www.hotelwassikicampestre.com/
1	Hotel Bella Isla	San Gil	facebook	N/A	http://www.hotelbellaisla.com
2	Hotel Campestre La Rivera	San Gil	N/A	PAG. 2 POSICIÓN 9	http://www.larivierahotelcampestre.com
3	Hotel Verano	San Gil	twitter	PAG. 1 POSICIÓN 9	http://www.suhotelensangil.com/
4	Casa Hotel Santa Barbara	San Gil	N/A	N/A	http://www.hotelsantabarbarasangil.com
5	Hotel Ruitoque Campestre	San Gil	facebook	PAG. 1 POSICIÓN 7	http://www.hotelruitoquecampestresangil.com
6	Casa Hotel Ana Joaquina	San Gil	facebook	N/A	http://www.anajoquinacasaahotel.com
7	Hotel Campestre Terrazas	San Gil	N/A	N/A	http://sangilhotelterrazascandelaria.com/
8	Hotel El porton de San Gil	San Gil	N/A	PAG. 2 POSICIÓN 8	http://www.hotelportondesangil.com/
9	Hotel Campestre Camino Real	San Gil	facebook	PAG. 1 POSICIÓN 5	http://hotelcaminorealsangil.com
10	Hotel Campestre Cacique Yarigui	San Gil	N/A	PAG. 1 POSICIÓN 3	http://www.hotelcampestreraciqueyarigui.com
11	Hotel Posada Campestre	San Gil	facebook	PAG. 1 POSICIÓN 4	http://www.hotelposadacampestre.com
12	Hotel Campestre Chicamocha	San Gil	facebook	N/A	http://www.hotelchicamochasangil.com
13	Hotel La Cascada	San Gil	facebook	PAG. 3 POSICIÓN 1	http://www.hotellacascadasangil.com
14	Hotel Puerto Bahia	San Gil	facebook,twitter	PAG. 1 POSICIÓN 6	http://www.hotelpuertobahiasangil.com/
15	Hotel Boutique Juan Mar	San Gil	N/A	N/A	N/A
16	Hostel Santander Alemán	San Gil	facebook	N/A	http://hostelsantanderalemantv.com/index.htm
17	Hotel Campestre Monterey	San Gil	facebook	PAG. 3 POSICIÓN 2	http://www.casadelcondemonterey.com/
18	Hotel Campestre San Marcos	San Gil	facebook	PAG. 1 POSICIÓN 8	http://hotelsanmarcoscampestre.com
19	Hotel Dos Quebradas	San Gil	facebook	PAG. 4 POSICIÓN 9	http://www.hoteldosquebradas.com/
20	Posada Don Chepe	San Gil	facebook	N/A	http://www.posadadonchepe.com
21	Hotel Abril	San Gil	facebook	PAG. 3 POSICIÓN 7	N/A
22	Hotel La Mansión de Sam	San Gil	facebook	PAG. 4 POSICIÓN 3	http://hotelmansionsangil.com/es/
23	Hotel Casa La Loma	San Gil	N/A	N/A	N/A
24	Hotel Cacique Guanenta	San Gil	N/A	N/A	N/A
25	Hotel Del Rio Campestre	San Gil	N/A	PAG. 4 POSICIÓN 5	http://www.hoteldelriocampestre.com/
26	Hotel Capri	San Gil	N/A	N/A	N/A
27	Hotel Mesón del Cuchicute	Pinchote	N/A	N/A	N/A
28	Monchuelo Hotel Spa	Pinchote	N/A	PAG. 2 POSICIÓN 1	http://hotelmonchuelosangil.com/
29	La Trinidad Hotel Casa de Campo	Pinchote	N/A	PAG. 4 POSICIÓN 10	http://www.casadecampolatrinidad.com
30	Hacienda Santa Barbara	Pinchote	facebook	N/A	http://posadahaciendasantabarbara.com
31	Hotel Mansión San Jeronimo	Pinchote	facebook	PAG. 3 POSICIÓN 6	http://www.hotelmansionsanjeronimo.com
32	Hotel Guarigua	Pinchote	N/A	N/A	http://www.cajasan.com/recreacion/magazine_link.aspx
33	Hotel Las Rocas	Villanueva	facebook,twitter	N/A	http://www.hotellasrocasvillanueva.com/es
34	Hotel Finca Buenos Aires	Villanueva	facebook	N/A	www.fincabuenosaires.com
35	Hotel Villados	Villanueva	facebook	N/A	N/A
36	Hotel Terrabarichara	Barichara	facebook	N/A	N/A
37	Hicasua Hotel Boutique	Barichara	facebook, twitter	N/A	http://hicasua.com
38	Hostal Misión Santa Barbara	Barichara	facebook	N/A	http://www.hostalmisionesantabarbara.info
39	Achiotte Hotel Boutique	Barichara	facebook	N/A	http://www.achiottehotel.com
40	El Carambolo	Barichara	facebook	N/A	http://carambolo.jimdo.com
41	Hotel Santos de Piedra	Barichara	facebook	N/A	http://www.hotelsantosdepiedrabarichara.com
42	La Casa de Hercilia	Barichara	facebook	N/A	http://www.lacasadehercilia.com
43	Hotel Boutique Los Angeles	Barichara	N/A	N/A	N/A
44	Hotel Tamacara	Socorro	facebook	N/A	N/A
45	Hotel Saravita	Socorro	N/A	N/A	N/A
46	Hotel Plaza Real	Socorro	N/A	N/A	N/A
47	Hotel Colonial	Socorro	N/A	N/A	N/A
48	Hotel Manuela Beltrán	Socorro	N/A	N/A	N/A
49	Hotel Nuevo Venecia	Socorro	facebook	N/A	N/A
50	Kimbalà Resort	Curiti	facebook	PAG. 2 POSICIÓN 10	http://www.kimbalaresort.com/
51	Ave Hotel	Curiti	N/A	N/A	N/A
52	Hotel Boutique Juan Mar	San Gil	N/A	N/A	N/A
53	Hicasua Hotel Boutique	Barichara	facebook, twitter	N/A	http://hicasua.com
57	Hotel Agualuna	Barichara	facebook	PAG. 3 POSICIÓN 3	http://www.sangilhotelagualuna.com/

Tabla N° 14: analisis ambito digital, hoteles San Gil y alrededores

I. DESARROLLO DEL E-PLAN

a. Plan de acción

Según la Organización de las Naciones Unidas –ONU-, En el mundo para 2011 el 32,7% de la población mundial tenía acceso a internet, y en Colombia 45 millones de habitantes alrededor del 55,9% de la población se conecta a la red alcanzando los 25 millones de colombianos, lo que genera una gran oportunidad de mercado para WASSIKI, pues además de que el medio de publicidad se torna más económico que los medios tradicionales para publicidad, se vuelve más fácil llegar a grupos específicos gracias a los filtros proporcionados por los sistemas, tales como: edad, datos demográficos, preferencias, etc. Por tal razón la importancia de trabajar el mercadeo por medio de internet para un hotel. (Infobae, 2012)

El E-plan como tal nos permite conocer la situación actual, los objetivos a desarrollar, analizar la situación interna –DOFA- y externa (competencia), prever el mercado, la influencia del ámbito digital, fijar estrategias a utilizar, determinar el cronograma de acciones y por supuesto fijar el plan de costos; todo con el fin de proyectar el negocio y así obtener los resultados esperados.

En ese orden de ideas, al definir el E-plan para el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE, se encontró que la mejor forma de llegar a la meta del 50% de ocupación mensual era trabajar en:

b. Rediseño de la página web: para obtener contacto conexión y atención al cliente

Una página web se crea con el fin de dar a conocer el hotel y sus servicios, pues se vende desde el sitio, se le da reconocimiento y prestigio al establecimiento, pues teniendo en cuenta que las páginas web suelen ser canales de comunicación con los clientes y proveedores, sirven para informar, comunicar, publicitar, promocionar las 24 horas del día 365 días del año y ofrecer comunicación multimedia; tanto a nacional como mundial,

facilitando la interacción entre el prestador del servicio y el cliente. (alojamientos conectados, s.f)

Las razones en las que nos basamos para rediseñar la página web del hotel fueron básicamente:

- Crear un formato más accesible y de rápida carga para los clientes, debido a que antes la página web que manejaba Hotel Boutique Wassiki Campestre utilizaba el programa denominado flash lo que tardaba la navegación.
- Actualizar tanto los contenidos como las imágenes.
- Hacer de la Página Web un sitio de fácil acceso y navegación, con información clara y útil
- Habilitar la opción del chat, pues aunque ya se tenía no funcionaba adecuadamente, generando incomodidad en los usuarios.
- El mapa del sitio no era claro, no daba orientación de cómo llegar al hotel.
- El calendario del formulario no estaba actualizado iba hasta el 2010, así que debía actualizarse.
- Tenía pestañas sin información lo que ocasionaba percepción de que la página estuviera desactualizada, incompleta o en mantenimiento.

Implementación

- Se hizo un diseño atractivo para los usuarios y asociados, con el core business del negocio para generar claridad y entendimiento en el servicio ofrecido
- Se desarrolló el código de tal forma que el sitio cargara rápidamente
- Se hizo un HOME claro (ya que es la página que más tráfico recibe)
- Se compraron varios links www.hotelwassikicampestre.com www.wassiki.com.co para darle un mejor posicionamiento orgánico al sitio web.
- Se estableció una Página web accesible para portátiles, teléfonos móviles, tabletas y los diferentes navegadores.

- Se le incorporo un chat para ofrecer un servicio directo con personal disponible las 24 horas para atender inquietudes o sugerencias.
- Se insertaron las redes sociales con el fin de que los usuarios se puedan unir a Twitter y Facebook.
- Se actualizaron los contenidos.
- Se estableció un servidor con mínimo riesgo de ataques al funcionamiento de la página web.
- Se contrató el servicio de actualización y mantenimiento de la página por dos (2) años.
- Se modificó el código para que sea más amigable con los buscadores y mejorar el posicionamiento orgánico
- Se cambiaron las imágenes con el fin de proyectar la calidad y las comodidades que ofrece el hotel.

Anexos 5 al 19

Anterior página web



Gráfico N° 4: Página web anterior
Nuevo diseño de la página web

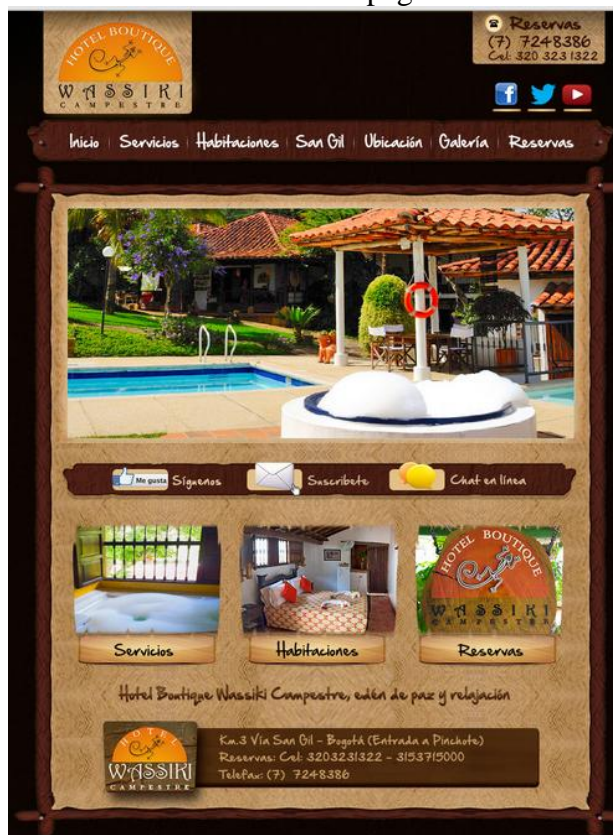


Gráfico N° 5: Página web actual

c. Marketing en buscadores SEM (Search Engine Marketing) y SEO (Search Engine Optimization)

Según el profesor Fernando Basto Correa, el posicionamiento en buscadores es importante porque estadísticamente está demostrado que el 80% de los usuarios de internet utiliza los buscadores, y entre el 60% y el 90% del tráfico remitido a las webs procede de Google; lo que nos hace inferir que gracias a los buscadores las páginas web se hacen visibles dentro de los motores de búsqueda, apareciendo en las primeras posiciones cuando se realiza la búsqueda con algún tema relacionado, en este caso hoteles en san gil y hotel boutique en Yahoo, Bing, Google, AOL, Ask entre otros. (Internetizando, 2010)

El posicionamiento en los buscadores puede ser orgánico (SEO) o (SEM)

Posicionamiento SEO

Más conocido como SEO (SearchEngineOptimization), es el conjunto de técnicas utilizadas para atraer más tráfico y visitantes a un sitio web mediante buscadores, buscando que un sitio web aparezca en los primeros lugares de la búsqueda (Alegsa, s.f); y esto se logra por medio de las siguientes actividades:

- Colocándole keywords al código del sitio web
- Mejorando el contenido de la página para evitar rebotes
- Haciendo uso de **LINK BULDING** que consiste portales web que enlacen a mi página web, como sucede en www.hotelesensangil.com donde aparece publicidad del hotel y al darle clic me redirecciona a www.wassiki.com, de esta manera los motores de búsqueda consideran el link transcendental porque se puede llegar a el por medio de otras páginas de búsqueda.
- Registrando la página web en directorios como DMOZ y YUGLER

Posicionamiento (SEM)

Más conocido como Search Engine Marketing, son campañas de posicionamiento pagas; y sirve para aparecer en los primeros lugares al escribir una frase o palabra clave en el motor de búsqueda y estos aparecen en los primeros lugares o en una barra vertical con un fondo de color rosado claro.

El posicionamiento SEM funciona PPC (pago por clic) CPM (costo por millar), PPA (pago por acción) y según la competencia o la relevancia de la palabra el buscador da el precio por un clic, por impresión o por la acción y yo como usuaria defino los presupuestos para PPC, CPM le pongo un presupuesto total y tiempo a la campaña y si es pago por clic se le especifica cuanto es el dinero asignado por día, el PPA es una negociación con el buscador y es qué % de mi venta final les doy.

El posicionamiento SEM no se ha manejado para el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE porque en el momento que se deje de invertir por este medio Google deja mal posicionado el link de la Página Web sino se le ha trabajado posicionamiento orgánico, por lo tanto definimos concentrar el trabajo en SEO (Search Engine Optimization), que es un proceso de mediano y largo plazo que puede tomar unos seis (6) meses lograr la ubicación en la primer página de GOOGLE, y se espera que para junio 2013 ya se encuentre ahí.

Actualmente la página del HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE, maneja posicionamiento orgánico y se encuentra en Google de la siguiente forma:

- Hoteles en Santander: está en la segunda página posición 19
- Hoteles en San Gil: está en la segunda página en la posición 16
- Hoteles Boutique Santander: primera página posición 1
- Hoteles Boutique San Gil: primera página posición 1
- al buscar la palabra hotel Wassiki en GOOGLE aparecen 8.970 resultados
- al buscar la URL en GOOGLE www.wassiki.com aparecen 1.470 resultados lo cual es el re direccionamiento.

Un buen posicionamiento aumenta el tráfico del Web site del HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE, y así da a conocer la empresa.

d. Redes sociales

Para septiembre de 2012, el HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE no contaba con redes sociales, y sabiendo que el siglo XXI intrínsecamente implica tecnologías, para octubre de 2012 se decidió hacer el lanzamiento de Facebook y de Twitter, buscando proyectar datos de interés, obtener seguidores y dar a conocer la empresa.

En sí, la apertura en redes sociales ayuda a generar publicidades de alto impacto digital y físico, para incrementar tráfico en la Página Web, y conseguir seguidores para las redes sociales como Facebook y Twitter.

Facebook: Permite tener 955 millones de usuarios, permitiendo la comunicación entre empresas y consumidores.

Ventajas de Facebook

- conseguir un reporte semanal de la actividad del fan page
- Conocer los gustos, ubicación, edad y hobbies de los clientes potenciales
- Ayuda a divulgar la imagen del hotel
- Permite tener un contacto directo con los clientes
- Incrementa el tráfico a la página web
- Da a conocer los servicios del Hotel
- Permite Interactuar con los clientes
- Promueve la fidelización de clientes
- Da una publicidad muy eficaz (Dissenyaweb, 2011)

Implementación

Se abrió cuenta en Facebook en octubre del 2012 CON EL USUARIO FACEBOOK/HOTELWASSIKI, la cual tiene 5.094 seguidores a la fecha, diariamente se hacen 2 publicaciones de temas sobre la región o temas de salud, medio ambiente y/o reciclaje.

Una de las maneras en llegar a ese número de seguidores, fue con una campaña publicitaria en Facebook por \$68.538 pesos que se ejecutó el 4 de noviembre de 2012 al 10 de noviembre de 2012. Esta campaña tuvo un alcance potencial de 1.179.640 personas, ósea el número de personas a las cuales les pudo llegar el anuncio según los filtros establecidos.

Anexos 20-21



Gráfico N° 6: Fan page facebook

En la gráfica a continuación se puede ver como se disparó la actividad en los días de campaña.

Campaña en facebook

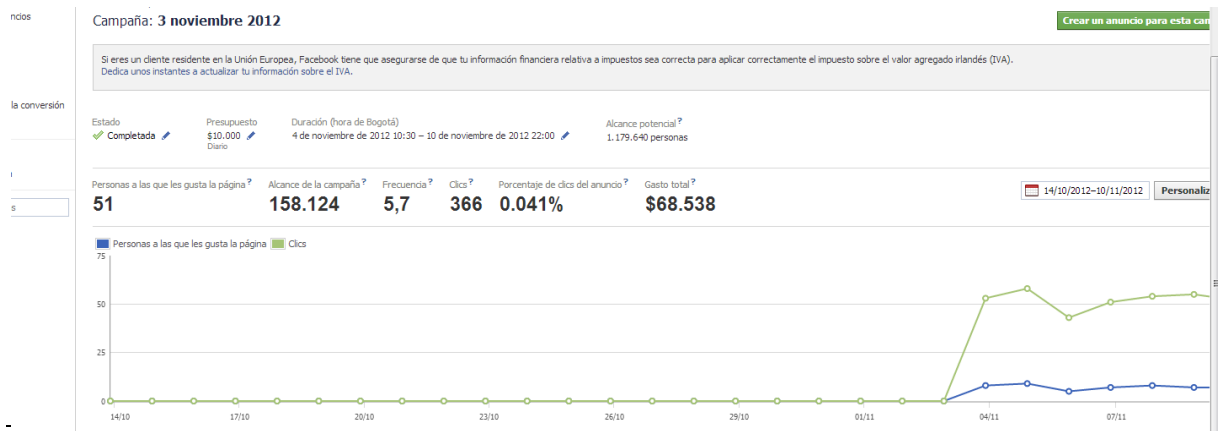


Gráfico N° 7: Campaña facebook

Twitter

Es una red social de microblogging, donde se hacen anuncios, comentarios llamados tweets o trinos y no pueden ser de más de 140 caracteres, por medio de estos tweets se pueden publicar enlaces web, fotografías, videos, comentarios, video chats etc. Para que los demás puedan ver lo que mi cuenta pública ellos me deben seguir. Twitter es cada día más viral lo que permite llegar a más gente y más gente, y a la fecha cuenta con más de 500 millones de usuarios. (v2p, 2011)

Ventajas de Twitter

- Ayuda a comunicar nuevos servicios y actividades de la región
- Genera tráfico por las publicaciones
- Permite una comunicación directa con clientes
- Permite informar sobre eventos que se realicen en la región o promociones del hotel
- Se está al día con noticias del sector siguiendo los usuarios pertinentes
- Se Integra Twitter con las demás redes sociales
- Se Transmite la imagen de la empresa por medio del fondo personalizado de la cuenta en Twitter

Implementación

También se abrió cuenta en Twitter con @Hotelwassiki en noviembre 2012 y se enlazo con Facebook para que lo que se publica en un lado se refleje en las dos (2) redes sociales, y a hoy Twitter tiene 663 seguidores.

Cabe agregar, que la persona encargada de atender las solicitudes y/o inquietudes de los usuarios en el chat y en la Página Web del hotel, tiene disponibilidad de 24 horas para atender los requerimientos de las redes sociales.

The screenshot shows the Twitter profile for Hotel Wassiki (@hotelwassiki). The profile header includes the hotel's name, bio, and location (San Gil, Santander, Colombia). The statistics section shows 1,038 tweets, 1,652 following, and 663 followers. The main content area displays a list of tweets, including promotional messages about weekend stays and local events.

Tweet Text	Time
Un fin de semana en Wassiki Campestre, El regalo ideal para tu mamita fb.me/1LJOAePK1	12h
Para festejar a la mamita, el hotel Boutique Wassiki Campestre, ofrece tarifas de temporada baja en este puente... fb.me/115IU1ENI	9 may
Hoy es un día maravilloso... fb.me/PV2MmmDO	7 may
Alquilamos casas campesres en Pinchote, a 5 minutos (3km) de San Gil, fb.me/OzV1pDhN	6 may
m.facebook.com/photo.php?fbid...	6 may
Y sus tal vez vacaciones en Wassiki Campestre? Mamita la...	4 may

Gráfico N° 8: cuenta en twitter

e. Correo corporativo

Anteriormente el correo del HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE era wassiki@hotmail.com pero consideramos que le quitaba seriedad a la empresa, razón por la cual se decidió abrir un correo corporativo que son aquellos que llevan el nombre del negocio después del @, siendo para el hotel (reservas@wassiki.com)(Medina, 2008)

Ventajas del Correo Corporativo

- Mejora la imagen de la compañía
- Permite una comunicación efectiva con clientes y/o proveedores
- Es un canal de comunicación adicional
- Proporciona respaldo y seriedad a la empresa
- Es Marketing referencial

(VeneStudio, 2012)

f. Google Places (Maps)

Google places consiste en un servicio gratuito de Google para posicionar y ubicar las empresas por medio de una ficha técnica del negocio donde se especifica, país, departamento , dirección, teléfonos, horarios de apertura, fotografías, descripción, sitio web, opciones de pago, videos, detalles adicionales, que adicionalmente permite la ubicación de la empresa en los mapas de Google Earth. El programa funciona para todo tipo de dispositivo móvil, como lo son los computadores, tabletas, smartphones. (Mikolajczyk, 2010)

Sin embargo a la fecha no se encuentra disponible para Colombia, Uruguay, Venezuela y Perú, aunque Google ha afirmado que próximamente empezara a funcionar en el país, y por los beneficios que ofrece HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE está interesado en hacer uso del programa.

Ventajas de Google Places

- Es un programa gratuito
- Sirve para atraer nuevos clientes
- Una de las probabilidades más altas, es que cuando el cliente me ubique es porque está cerca al establecimiento
- No se debe pagar por soporte o mantenimiento
- Concede posicionamiento SEO
- Se pueden publicar imágenes del hotel
- Se pueden publicar descuentos
- Crea códigos QR (Scipion, 2010) (Filmac, 2010)

g. Portales De Venta Por Internet: Despegar, Booking, Groupon

Otra estrategia de venta es por medio de las agencias virtuales como Despegar; y Booking, donde la publicación es gratis y solo se genera cargo cuando se vende el servicio, y el % es distinto para cada agencia. Por tal razón el hotel boutique Wassiki campestre hizo una alianza estratégica para ofrecer los servicios por medio de estas agencias. Los precios publicados son los mismos que en el establecimiento, se ofrecen los 3 tipos de habitación y el community manager es el encargado de actualizar en la intranet de cada página la disponibilidad, el número de habitaciones y las fechas. Normalmente en temporada alta se bloquean las publicaciones para evitar una sobre venta.

Despegar: es más costoso el porcentaje con el que se quedan siendo del 20% del total vendido. Se encuentran las fotos del establecimiento, una descripción, los servicios, disponibilidad, precios, condiciones de compra y además los usuarios pueden dejar comentarios sobre su experiencia en el hotel.

-345353/hotel-boutique-wassiki-campestre-san+gil

The screenshot displays the Despegar.com website interface for Hotel Boutique Wassiki Campestre. The page features a search bar on the left, a main content area with hotel photos and a 'Buscar Disponibilidad' button, a map showing the hotel's location in San Gil, and a list of amenities including breakfast, parking, pool, sauna, and bar. The page also includes a 'Mis hoteles consultados' section and a 'Beneficios Despegar.com' section.

Gráfico N° 9: cuenta en despegar

Booking: es una empresa de reservas en línea europea, su página web tiene tráfico de 20 millones mensuales y tienen presencia en 65 países con más de 45.000 hoteles como miembros. Cobra un porcentaje del 14% sobre el total facturado para el hotel, más económico que Despegar. Maneja prácticamente el mismo formato de la otra agencia virtual; fotos, mapa de ubicación, un formato para cotizar precios y disponibilidad, descripción, tipos de habitación, servicios, condiciones y también está la opción de hacer un comentario de la experiencia por medio de la red social Facebook.

Anexos 24-27

The screenshot shows the Booking.com interface for Hotel Boutique Wassiki Campestre. On the left, there is a search filter with the following details:

- Destino/Nombre del hotel: San Gil
- Fecha de entrada: [Day] [Month]
- Fecha de salida: [Day] [Month]
- Habitaciones: 1
- Adultos: 2
- Niños: 0

 A 'Buscar' button is located below the filter. The main content area displays the hotel name 'Hotel Boutique Wassiki Campestre' and its address 'Kilometro 3 Via San Gil - Socorro, 683518 San Gil'. Below this, there are navigation tabs for 'Habitaciones disponibles', 'Servicios', and 'Condiciones'. A grid of images shows various hotel rooms and outdoor areas. To the right of the images, there is descriptive text:

- 'El Wassiki alberga una piscina al aire libre, un spa y un gimnasio. Ofrece habitaciones con vistas en un entorno natural y conexión Wi-Fi gratuita en las zonas comunes. La estación de autobuses de San Gil se encuentra a 5 minutos en coche. El establecimiento dispone de aparcamiento gratuito.'
- 'El Hotel Boutique Wassiki Campestre cuenta con habitaciones cómodas equipadas con minibar y baño privado con ducha. Algunas incluyen zona de estar, hamaca y bañera de hidromasaje.'
- 'El Wassiki Campestre puede organizar paseos a caballo o deportes de aventura. El parque natural de Gallineral está situado a 4 km.'
- 'Todos los días se sirve un desayuno con huevos, zumos y café de Colombia. El restaurante a la carta del establecimiento prepara platos regionales.'

 At the bottom left, there is a 'Mostrar mapa' button and a small map showing the hotel's location. Below the map, it says 'Hoteles consultados'. At the bottom right, it indicates 'Habitaciones del hotel: 13'.

Gráfico N° 10: cuenta en booking

Groupon: con el fin de promocionar el hotel a nivel nacional y de aumentar la ocupación en épocas de bajo flujo de turistas por la zona se han hecho varias negociaciones con Groupon para pautar por 3 días, donde se ofreció 2, 3 o 4 noches para 2 personas más desayunos a mitad de precio. Siendo para 2 noches el precio de \$176.000, de ese dinero Groupon se queda con el 45% entonces realmente el hotel no hizo un descuento del 50% sino del 73%.

De igual forma se sabe que con Groupon es una forma de invertir en publicidad digital, es una inversión donde si al acaso se logra el punto de equilibrio en el dinero recibido y el servicio ofrecido, lo que permite generar ingresos aparte de la venta del servicio son los consumos adicionales dentro del hotel. Se pauto 2 veces con ellos en el primer semestre del 2013 y cada pauta duro de 3 días donde en total se vendieron 52 cupones.




	Santa Marta: 2 o 3 noches para dos + desayuno con 50% off
Beneficio 50%	Precio \$192500
Tu computador tendrá un fondo de pantalla nuevo con las fotografías que saques gracias al Groupon de hoy. Paga desde \$192.500 por una estadía para dos en el Hotel Taybo Beach, Santa Marta, con cocteles de bienvenida, desayuno e impuestos. ... más .	
Ver	
	San Gil: 2, 3 o 4 noches para dos + desayunos con 50% off
Beneficio 50%	Precio \$176000
Porque los apacibles refugios de verdadero descanso cada vez son más escasos, este Groupon hace gala de una estadía para dos con desayunos en Hotel Boutique Wassiki Campestre de San Gil (entrada a Pinchote). ... más .	
Ver	
	Santiago de Tolú: 2 o 3 noches para dos + cenas con 50% off
Beneficio 50%	Precio \$134000
Esta puede ser una buena forma de relajarte y acercarte a la naturaleza sin necesidad de ir al zoológico o a ese parque que queda entre dos avenidas. Con este Groupon obtén un verdadero descanso con una estadía para dos en Montecarlo ... más .	
Ver	

Gráfico N° 11: pauta en Groupon

GROUPON	Cupón	
	Hotel Boutique Wassiki Campestre 2 noches para dos en San Gil + desayunos Valor del Groupon: \$352.000,00	
	Código del Groupon: 0010027AEE Válido desde 12.10.2012 hasta 08.12.2012	Código de Seguridad: C8B93846B4 REF: 11463534
Socio : Hotel Boutique Wassiki Campestre Km 3, vía San Gil Socorro, 68001000, San Gil, Teléfono. 320 323 1322 http://www.wassiki.com/ , Horario: Lun a sáb las 24 horas		
Condiciones Groupon válido del 16 de octubre al 15 de diciembre de 2012, Reservas hasta el 8 de diciembre de 2012, No aplica para feriados ni puentes, No se admite el ingreso de mascotas, Noche adicional: \$176.000 con impuesto y desayunos incluido, Niños hasta los 8 años pagan \$34.000 por noche con desayuno incluido, Horario de atención: lun a sáb las 24 horas, Reservas con mínimo 8 días de anticipación, Cancelaciones con mínimo 4 días de antelación, Tel: 320 323 1322, 315 371 5000 y (7) 724 8386, Groupones disponibles a nivel nacional: 50, Un Groupon por pareja, Ver condiciones, que aplican a todos los Groupones		

Gráfico N° 12: cupón de Groupon

h. Publicidad tradicional: vallas y flyers

Antes de comenzar el proyecto Wassiki E-Marketing, en la zona donde se ubica el hotel no se encontraba material publicitario, una debilidad en materia de mercadeo y una falencia de la empresa, por lo que se mandaron a hacer un total de trece (13) vallas tradicionales: 11 con medidas 3x2 mtr y 2 vallas con medidas 1x2 mtr, cinco (5) de las cuales se instalaron en el mes de marzo y abril de 2013 en los alrededores del hotel, vía a Bucaramanga, a Bogotá y dentro de la zona; y quedan pendientes ocho (8) debido a los permisos que se deben solicitar ante la Oficina de Planeación Municipal de San Gil, para poderlas ubicar.

El objetivo de las Vallas es dar a conocer el hotel y aclarar a los turistas la ubicación del mismo. Los parámetros que se tuvieron en cuenta fueron: mostrar una imagen del hotel que proyecte inquietud a los transeúntes; y dentro de la publicidad, el único contenido que se debe ir son: ubicación, teléfonos de contacto y link de la página web.

Respecto a los flyers se entregan por la zona los fines de semana que hay alto flujo de turistas, se dejan en restaurantes de san gil y también las agencias de deportes extremos. Se decidió hacer algo muy dinámico con el brochure y fue colocar fotos del hotel e información de contacto: teléfonos, dirección, correo electrónico, página web y usuarios en las redes sociales. Se hicieron 2.000 impresiones.

Ventajas de las Vallas y flyers

- Sirven como último recurso de impacto para los turistas
- Es de bajo costo
- Atraer más clientes
- Reconocimiento de la marca en el mercado local
- Influir en el turista
- Ubicación/entrega estratégica con publicidad de alto impacto
- Publicidad 24 horas del día



Gráfico N° 13: Vallas



WASSIKI
CAMPESTRE



Piscinas, Sauna, Jacuzzi



Salón de juegos y Gimnasio



Parqueadero, Salón para Eventos



RESERVAS

Cel: 3203231322 / 3153715000
Telefax: (57) 7 7248386

Km. 3 Vía San Gil - Bogotá
Entrada a Pinchote
Santander - Colombia

wassiki@hotmail.com
www.wassiki.com

 /hotelwassiki
 @hotelwassiki



Gráfico N° 14: Brochure

i. Inversión E-marketing y publicidad tradicional

La inversión en publicidad tanto digital como tradicional para el establecimiento fue de \$11.180.000 sin incluir los gastos de mantenimiento del portal web (sujeto a modificación teniendo en cuenta las promociones y/u ofertas, actualización en las principales fechas del año entre otros que se realizaran unas 4 veces por año).

Inversión E-marketing y publicidad tradicional para el hotel boutique Wassiki campestre	
FLYERS	\$130.000
13 VALLAS	\$6.000.000
REDISEÑO PÁGINA WEB	\$3.500.000
PUBLICIDAD FACEBOOK	\$50.000
POSICIONAMIENTO ORGANICO	\$1.500.000
TOTAL	\$11.180.000

Tabla N° 15: Inversión E-marketing y publicidad tradicional

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Vargas, H. (2013). Recuperado el 14 de Mayo de 2013, de <http://www.sangilturismo.com/>
- ABP Soluciones. (2013). Obtenido de <http://www.orionplus.info/WEB/liquidacion-y-pago-de-iva-en-el-2013-reforma-tributaria/software-contable/articulos-de-interes/contabilidad/liquidacion-y-pago-de-iva-en-el-2013-reforma-tributaria.html>
- AbrahamVillar. (5 de Junio de s.f). Recuperado el 28 de Abril de 2013, de <http://abrahamvillar.es/2012/06/plan-de-marketing-digital-la-estrategia-de-plataformas-sociales/>
- Alegsa. (s.f). Recuperado el 3 de Mayo de 2013, de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/seo.php>
- alojamientos conectados. (s.f). Recuperado el 28 de Abril de 2013, de http://www.alojamientosconectados.es/turismo/sites/default/files/2_Marketing%20o-n-line.pdf
- Arleco. (7 de Julio de 2008). Recuperado el 8 de Mayo de 2013, de <http://www.turisfera.com/Bookingcom-la-empresa-lider-en-reservas-online.html>
- Asogravas. (26 de Diciembre de 2012). Obtenido de <http://asogravas.org/Portals/0/Documentos/EY%20Edici%C3%B3n%20Especial%20-%20Ley%20No%20%201607%20del%2026%20de%20Diciembre%20de%202012.pdf>
- Bab Software Applications. (2011). Recuperado el 29 de Abril de 2013, de <http://www.babsoft.com/es/emarketing.php>
- Castro, L. (s.f). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>
- Contribuyente. (23 de Enero de 2011). Recuperado el 30 de Abril de 2013, de <http://www.contribuyente.org/actividades-empresariales-exentas-del-impuesto-sobre-la-renta>
- Cotelco. (Enero de 2013). Recuperado el 30 de Abril de 2013, de <http://www.cotelco.org/servicios/estadisticas-2013/indicadores-hoteleros/enero.html>
- Cotelco. (Enero de 2013). Recuperado el 30 de Abril de 2013, de <http://www.cotelco.org/servicios/estadisticas-2013/informes-sectoriales/enero.html>

- Dian. (8 de Agosto de 2012). Obtenido de http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/pages/Impuestos_internos?opendocument
- Dian. (26 de Diciembre de 2012). Obtenido de http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2012/Leyes/Ley_1607_2012_Diario_Oficial_2048655_26_Dic_2012_Reforma_Tributaria.pdf
- Dissenyaweb. (28 de Junio de 2011). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de http://dissenyaweb.com/blog/disenio_web/Facebook-para-empresas-ventajas-y-puntos-clave/
- Eafit. (2012). Obtenido de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/departamentos/departamento-contaduria-publica/planta-docente/Documents/Nota%20de%20clase%2065%20el%20impuesto%20de%20industria%20y%20comercio%20en%20Colombia.pdf>
- Euromonitor . (s.f). Recuperado el 27 de Abril de 2013, de <http://www.portal.euromonitor.com/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>
- e-webmedia. (s.f). Recuperado el 27 de Abril de 2013, de <http://www.e-webmedia.es/Por-que-crear-una-web>
- Filmac. (19 de Mayo de 2010). Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://blog.filmac.com/Google-places/>
- Franco, S. (s.f). Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://www.hotelesensangil.com/>
- Gerencie. (20 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.gerencia.com/que-es-el-iva.html>
- Gerencie. (20 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.gerencia.com/impuesto-de-industria-y-comercio.html>
- Gerencie. (24 de Octubre de 2011). Obtenido de <http://www.gerencia.com/cada-cuanto-se-declara-renta.html>
- Gerencie. (2013). Recuperado el 8 de Mayo de 2013, de <http://www.gerencia.com/que-es-la-retencion-en-la-fuente.html>
- Inacio, I. (s.f). Recuperado el 27 de Abril de 2013, de http://www.rebeldesmarketingonline.com/pdf/informe_seo_rebeldes.pdf

- Infobae. (23 de Septiembre de 2012). Recuperado el 30 de Abril de 2013, de <http://america.infobae.com/notas/58565-Slo-el-325-de-la-poblacin-mundial-se-conecta-a-internet>
- Internetizando. (16 de Noviembre de 2010). Recuperado el 29 de Abril de 2013, de http://posicionamiento.internetizando.com/internetizando_saladeprensa.php
- Judgomezgu. (2010). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/31125898/Impuesto-Al-Valor-Agregado-IVA-Colombia>
- Kont, J. (8 de Febrero de 2011). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://elwebmarketer.com/que-es-emarketing/2011/02/>
- Medina, N. (s.f de s.f de 2008). Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://www.revistavirtual.t-conecta.com/2008/08/beneficios-de-los-correos-corporativos.html>
- Mikolajczyk, R. (20 de Diciembre de 2010). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://www.mentalidadweb.com/2010/12/porque-es-importante-registrar-empresa-en-Google-places/>
- Rodriguez, J. A. (16 de Marzo de 2012). Recuperado el 8 de Mayo de 2013, de http://servoaspr.imprenta.gov.co:7778/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=194&p_consec=31955
- Scipion, F. (6 de Mayo de 2010). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://www.ingresosalcuadrado.com/Google-places/>
- Turismo San Gil. (2013). Recuperado el 30 de Abril de 2013, de <http://www.turismo.sangil.com.co/hoteles.sangil.php>
- v2p. (18 de Mayo de 2011). Recuperado el 5 de Mayo de 2013, de <http://www.v2p-online.es/2011/05/18/que-es-Twitter/>
- Vàsquez, A. (4 de Agosto de 2012). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2012/08/04/cuantos-usuarios-activos-tienen-nuestras-redes-sociales-favoritas/>
- VeneStudio. (1 de Mayo de 2012). Recuperado el 4 de Mayo de 2013, de <http://blog.venestudio.net/2012/05/ventajas-del-correo-corporativo-para.html>
- Wikipedia. (31 de Marzo de 2013). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Google>

Wikipedia. (1 de Mayo de 2013). Recuperado el 1 de Mayo de 2013, de

http://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_web

Bicgalicia. (s.f.). Recuperado el 19 de Septiembre de 2012, de http://www.bicgalicia.es/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/Manuales%20Pymes/2ElaborarPlanMarketing_C.pdf

Correa, F. B. (2011). *La venta por internet y los productos individualizados*. Bogotá: Fondo de publicaciones universidad Sergio Arboleda.

EspecialistaSEO. (s.f.). Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://www.especialistaseo.com/SEM.php>

Francisco, V. d. (2012). Recuperado el 22 de Septiembre de 2012, de <http://www.camarazamora.com/recursos/documentos//Jornada%20C%C3%B3mo%20Elaborar%20un%20Plan%20Marketing%20Digital%20Internacional%2019%20de%20Enero%20de%202012.pdf>

García, M. M. (s.f.). Recuperado el 19 de Septiembre de 2012, de http://www.emprendedores.es/crear_una_empresa/negocios_on_line/marketing_digital

Google. (2012). Recuperado el 23 de Septiembre de 2012, de <http://support.google.com/places/bin/answer.py?hl=es&topic=1660711&answer=142902&parent=1656746&rd=1>

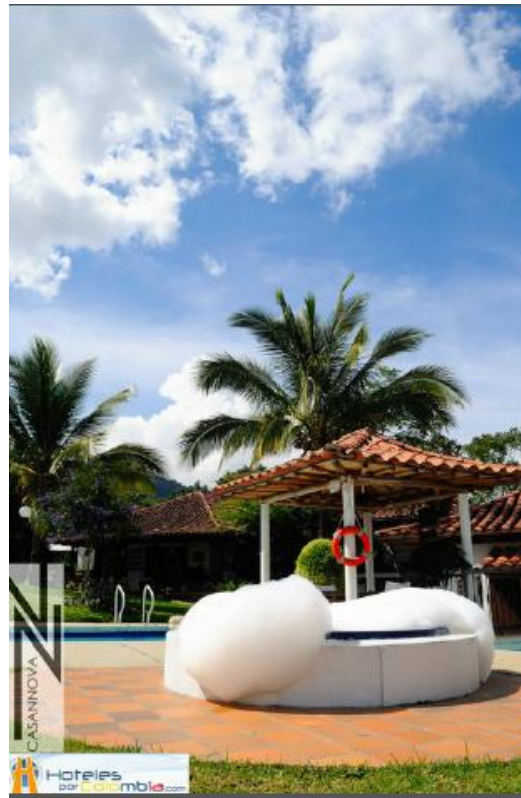
Kioskea. (16 de Octubre de 2008). Recuperado el 24 de Septiembre de 2012, de <http://es.kioskea.net/contents/histoire/internet.php3>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2012). *Marketing 3.0*. Bogotá: LID editorial empresarial y Ediciones de la U.

Llera, R. (s.f.). Recuperado el 19 de Septiembre de 2012, de <http://comunica2punto0.com/2012/03/12/como-hacer-un-plan-de-marketing-digital-y-no-morir-en-el-intento/>

ANEXOS

IMÁGENES HOTEL



Anexo No. 1: Instalaciones hotel



Anexo No. 2: Instalaciones hotel



Anexo No. 3: Habitaciones



Anexo No. 4: Zonas sociales

PÁGINA WEB ANTERIOR

HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE. EDÉN DE PAZ Y RELAJACIÓN

Hotel boutique wassiki campestre, evoca la tradición de esta región y transporta a los grandes momentos de nuestra historia.

Queremos compartir con nuestros huéspedes la magia del pasado con las bondades de nuestro presente, conservando en ella sucesos de nuestras mejores épocas.

Hotel boutique wassiki campestre esta acondicionado con las comodidades indispensables para brindar el bienestar a nuestros huéspedes, convirtiéndolo en el mejor lugar de descanso y aventura.

Con gente alegre y servicial, promovemos el descanso y la diversión de nuestros huéspedes mediante el ecoturismo, turismo de aventura y el relax. Dentro de un ambiente familiar campestre con estilo colonial.

Anexo No. 5: Home página anterior



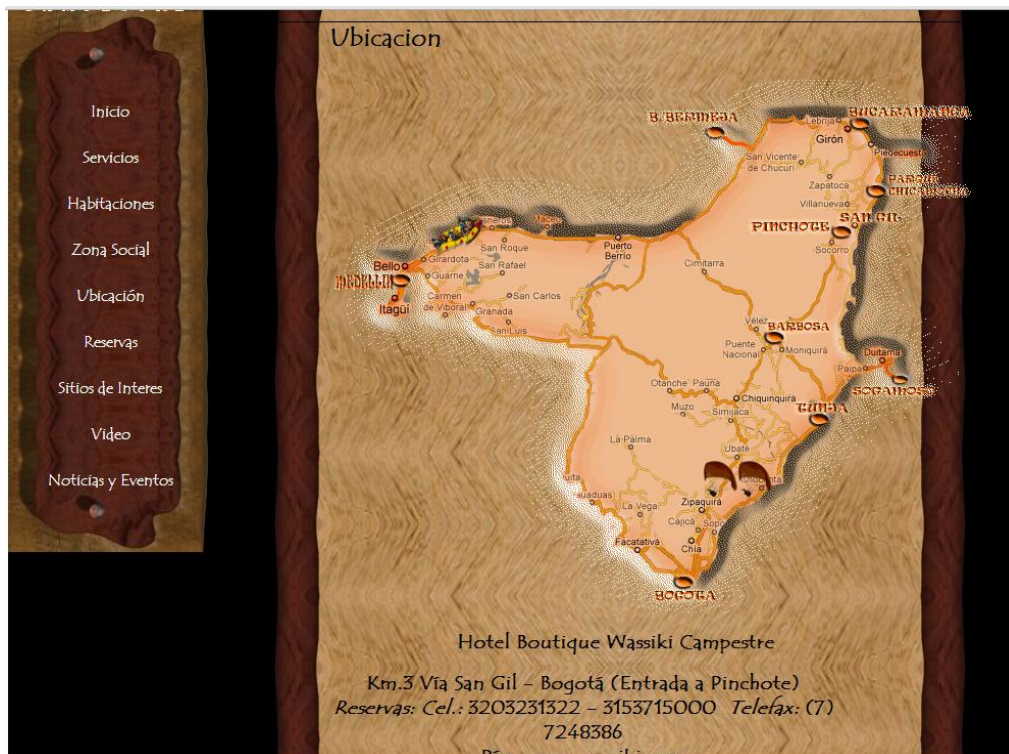
Anexo No. 6: Home página anterior



Anexo No. 7: Home página anterior



Anexo No. 8: Habitaciones página anterior



Anexo No. 9: Ubicación página anterior

CAMPESTRE

Inicio
Servicios
Habitaciones
Zona Social
Ubicación
Reservas
Sitios de Interes
Video
Noticias y Eventos

Reservas

Km.3 Vía San Gil - Bogotá (Entrada a Pinchote)
Pinchote

wassiki@hotmail.com
(57) (7) 7248886
3203281322

Escriba su nombre y apellidos:

Dirección de e-mail:

Fecha Ingreso DD/MM/AAAA

Fecha Salida,DD/MM/AAAA

Tema del mensaje:

Escriba su mensaje:

Enviar una copia de este mensaje a su propio E-mail

Enviar


Anexo No. 10: Contactos página anterior

WASSIKI
CAMPESTRE

Inicio
Servicios
Habitaciones
Zona Social
Ubicación
Reservas
Sitios de Interes
Video
Noticias y Eventos

CHICAMOCHA

PARQUE NACIONAL DEL CHICAMOCHA



El Gran Cañón del Chicamocha, orgullo de la geografía colombiana. Ubicado en la vía san gil - bucaramanga a una distancia aproximada de 53 kilómetros de la capital santandereana.

En su interior se encuentra, la Plaza de Banderas y el Museo Guane. También el Parque de las Cabras, allí tendrán la oportunidad de alimentarlas o ir al Parque de los niños, creado exclusivamente para ellos con los mejores fuegos, se encontrará con el Parque de los avestruces. De allí, podrá dirigirse a la obra insignia del parque y representación de la cultura y riqueza santandereana: MONUMENTO A LA SANTANDEREANIDAD.

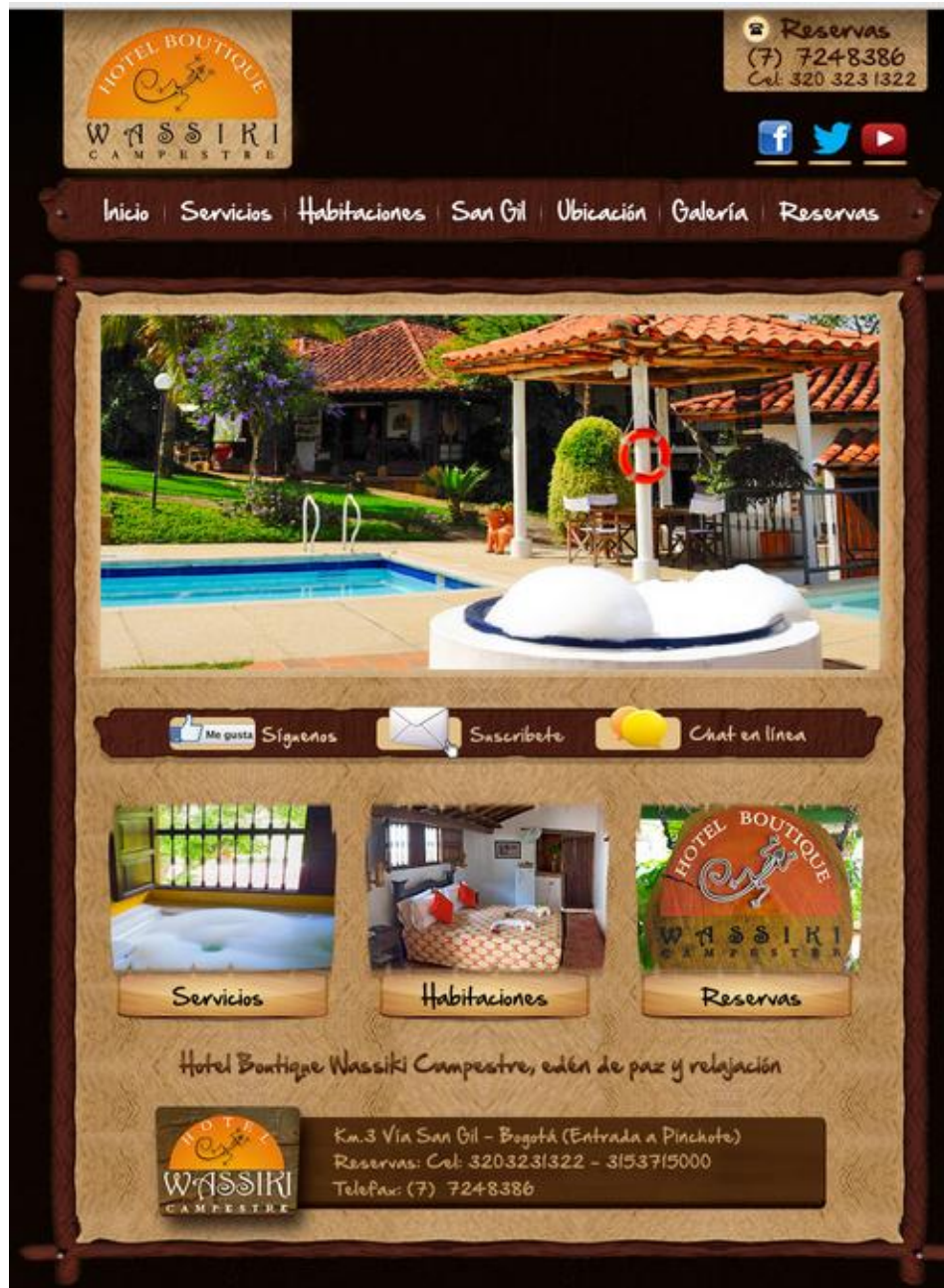
Usted podrá caminar entre estas obras y su historia hace su aparición la zona de camping, la pista de buggys, al igual que el cable-vuelo y el parapente.

Anexo No. 11: Sitios de interés página anterior



Anexo No. 12: Video página anterior

PÁGINA WEB ACTUAL



Anexo No. 13: Inicio página actual



HOTEL BOUTIQUE
WASSIKI
CAMPESTRE

Reservas
(7) 7248386
Cel: 320 323 1322



[Inicio](#) | [Servicios](#) | [Habitaciones](#) | [San Gil](#) | [Ubicación](#) | [Galería](#) | [Reservas](#)



Nuestros Servicios

Poderá contemplar la majestuosidad de La Serranía de los Yargüles y a su vez disfrutar de asistencia y room service 24 horas, servicios exclusivos para nuestros huéspedes.

<input type="checkbox"/> Bar	<input type="checkbox"/> Spa	<input type="checkbox"/> Juegos Infantiles
<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Jacuzzi	<input type="checkbox"/> Lavandería
<input type="checkbox"/> Room Service	<input type="checkbox"/> Piscina Adultos	<input type="checkbox"/> Galería
<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Piscina niños	<input type="checkbox"/> Parqueadero Privado
<input type="checkbox"/> Business Center	<input type="checkbox"/> Gimnasio	<input type="checkbox"/> Deportes de Aventura

Diversos servicios garantizan la mejor atención a cargo del mejor equipo humano haciendo que su estadía sea inolvidable.



Chat en línea

Reserve Aquí



Ka.3 Vía San Gil - Bogotá (Entrada a Pinchote)

Reservas: Cel: 3203231322 - 3153715000

Telefax: (7) 7248386

Anexo No. 14: Servicios página actual

Inicio | Servicios | Habitaciones | San Gil | Ubicación | Galería | Reservas



Nuestras Habitaciones

Nuestras habitaciones están dotadas de los servicios indispensables para la exigencia de nuestros huéspedes. En el Hotel Boutique Wassiki Campestre, el amueblamiento es de un alto nivel escogido especialmente para que su estancia en cada una de las habitaciones sea de su entera satisfacción.

Estas características hacen que el hotel sea para huéspedes muy especiales, amantes de la privacidad y de un trato personalizado, por estas razones nuestro hotel está dirigido a personas que quieren escapar de los grandes hoteles y desean un lugar con encanto.

Contamos con 3 estilos de suite



Suite Campestre	Suite Campestre de lujo	Suite Campestre Preferencial
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Baño <input type="checkbox"/> Agua Caliente <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Mini Bar <input type="checkbox"/> Mini Componente <input type="checkbox"/> Ventilador 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Baño <input type="checkbox"/> Agua Caliente <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Mini Bar <input type="checkbox"/> Mini Componente <input type="checkbox"/> Ventilador <input type="checkbox"/> Jacuzzi Interno <input type="checkbox"/> Sala <input type="checkbox"/> Hamaca Exterior 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Baño <input type="checkbox"/> Agua Caliente <input type="checkbox"/> TV LCD <input type="checkbox"/> Mini Bar <input type="checkbox"/> Teatro en Casa <input type="checkbox"/> Ventilador <input type="checkbox"/> Jacuzzi Interno <input type="checkbox"/> Balcones con Hermosa Vista <input type="checkbox"/> Hamacas

 Chat en línea

 Reserve Aquí

Anexo No. 15: Habitaciones página actual

Inicio | Servicios | Habitaciones | San Gil | Ubicación | Galería | Reservas



San Gil y Sitios turísticos

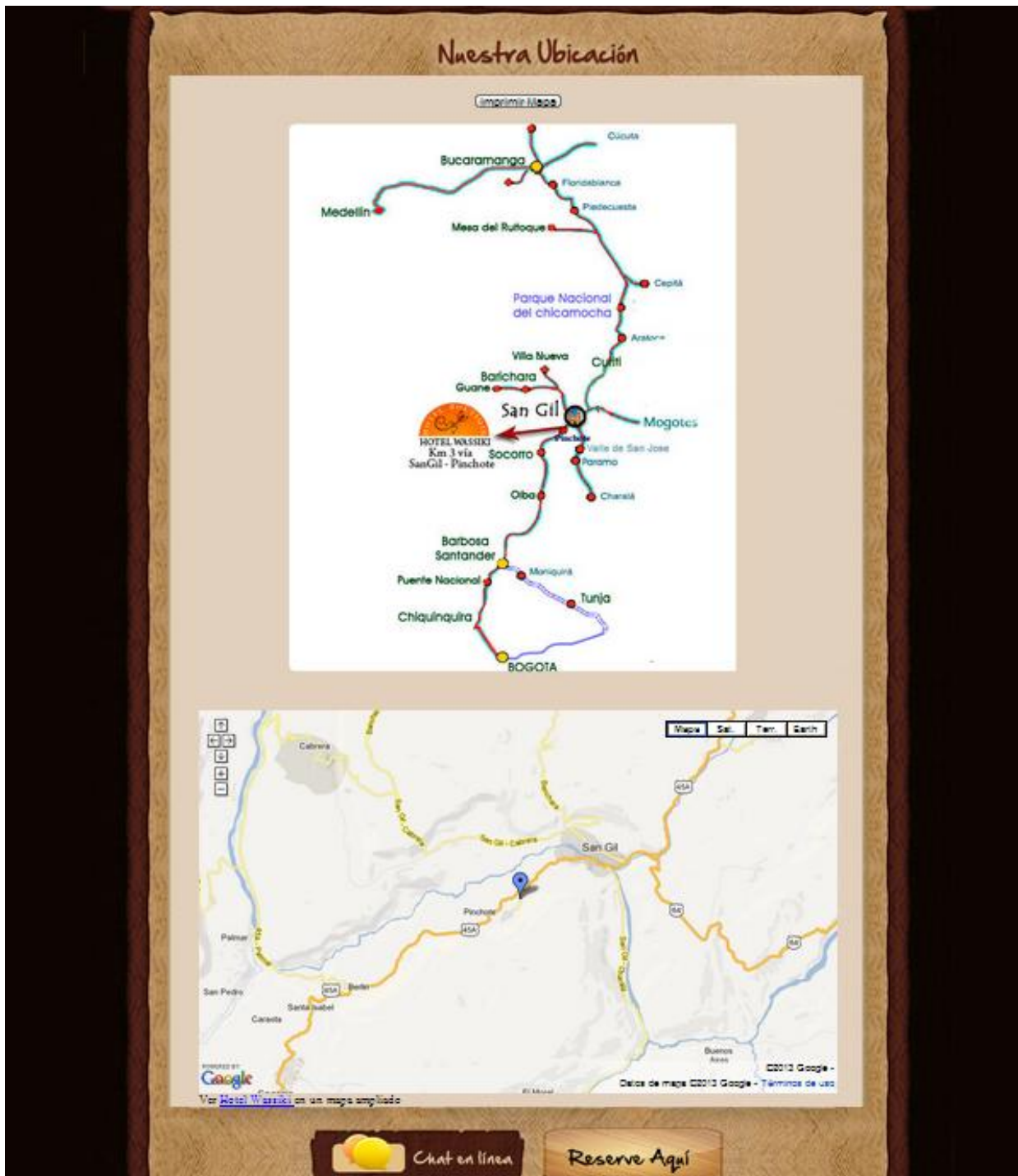
San Gil además de ser la capital turística de Santander, cuenta con una privilegiada ubicación, a tan solo 40 minutos del Parque Nacional del Chicamocha, y a 20 minutos de Barichara el pueblito más lindo de Colombia.

Parques	Municipios Vecinos	Deportes de Aventura
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Parque Nacional del Chicamocha (a 40 Min) <input type="checkbox"/> Parque Natural el Gallineral (En San Gil) <input type="checkbox"/> Parque Principal San Gil (En San Gil) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pinchote (a 1 Min) <input type="checkbox"/> Paramo (a 40 Min) <input type="checkbox"/> Curti (a 16 Min) <input type="checkbox"/> Barichara (a 20 Min) <input type="checkbox"/> Socorro (a 20 Min) <input type="checkbox"/> Villanueva (a 20 Min) <input type="checkbox"/> Valle de San José (a 20 Min) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Rafting <input type="checkbox"/> Espeleología <input type="checkbox"/> Rappel <input type="checkbox"/> Cabalgata <input type="checkbox"/> Parapente <input type="checkbox"/> Torrentismo <input type="checkbox"/> Ecocaminata


 Km.3 Vía San Gil - Bogotá (Entrada a Pinchote)
 Reservas: Cel: 3203231322 - 3153715000
 Telefax: (7) 7248386

Anexo No. 16: Información San Gil página actual

UBICACIÓN



Anexo No. 17: Ubicación página actual



Anexo No. 18: Galería página actual

Anexo No. 19: Contacto y reservas página actual

FACEBOOK



Anexo No. 20: Facebook Estadísticas

Hotel Wassiki Información

Me gusta

Sobre

HOTEL BOUTIQUE WASSIKI CAMPESTRE

Descripción

Hotel Boutique Wassiki Campestre, evoca la tradición de esta región y nos transporta a los grandes momentos de nuestra historia.

Queremos compartir con nuestros huéspedes la magia del pasado con las bondades de nuestro presente, conservando en ella sucesos de nuestras mejores épocas.

... Ver más

Información General

Hotel Boutique Wassiki Campestre para huéspedes que desean paz, tranquilidad y el mejor servicio exclusivo y personalizado las 24 horas del día

Información básica

Fundación 8 de noviembre de 2006

Lugar San Gil, Santander, Colombia

Para dejar el carro Estacionamiento

Tránsito público frente al hotel

información de contacto

Teléfono 3203231322 3153715000 (7)7248386

Dirección de correo electrónico wassiki@hotmail.com

Sitio web http://www.wassiki.com


Información Crear anuncio Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Condiciones Ayuda

Facebook © 2013 · Español


Anexo No. 21: Facebook Información

DESPEGAR

-345353/hotel-boutique-wassiki-campestre-san+gil



Estoy en [Colombia](#) | [\(57 1\) 634 60 66](#) | [Mi Despegar](#)
Mis pedidos



Inicio
Hoteles
Vuelos
Paquetes
Cruceros
Autos

Despegar.com > Hoteles > Hoteles en Colombia > Hoteles en San Gil > Hotel Boutique Wassiki Campestre

Buscar hoteles

Destino / Hotel
Hotel Boutique Wassiki Campestre, San G

Entrada Salida
dd/mm/aaaa dd/mm/aaaa




Cantidad
1 Habitación

Adultos Menores
: | |



Buscar

Hotel Boutique Wassiki ... ★★★★


Km 3 Via San Gil- Socorro, San Gil. Reservas al 01-500-011-8788

Buscar Disponibilidad

Mapa



Hotel Boutique Wassiki se encuentra en la ciudad de San Gil, en el km 3 via San Gil. Cuenta con Parquedero vigilado las 24 horas del día, Jacuzzi y Sauna, Piscina para y para niños, Agua caliente, Televisión por cable, Bussines Center, Restaurante, en un Ambiente familiar, y también ofrece deportes de Aventura.

Comodidades


Adicionales	☕ Desayuno	🅅 Estacionamiento gra...
Recreación y esparcimiento	🏊 Piscina Descubierta	♨️ Sauna
Servicios del Hotel	🍴 Restaurante	📶 Internet
	🛏 Room Service	🍸 Bar

Condiciones de Compra

Horario de entrada: 15:00 hs
Horario de salida: 12:00 hs
Algunas restricciones aplican, ver detalle en la página de pago.

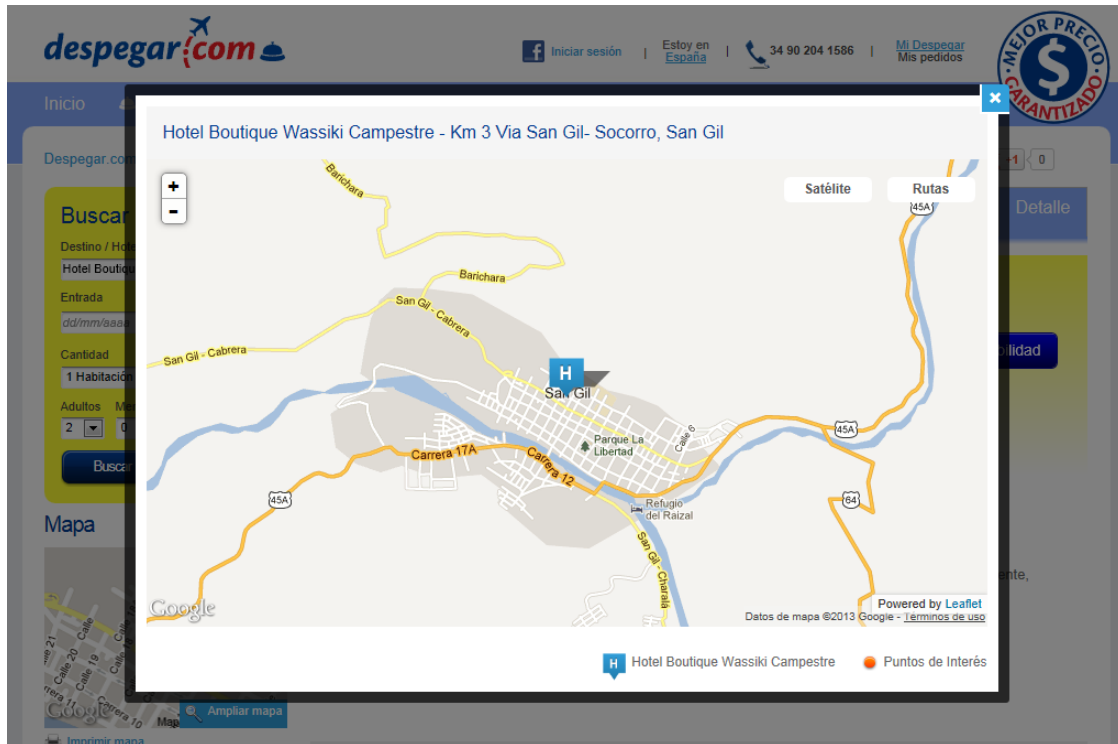
Beneficios Despegar.com

Mis hoteles consultados



Hotel Boutique Wassiki...
★★★★
San Gil

Anexo No. 22: Despegar



Anexo No. 23: Despegar Ubicación

BOOKING

Booking.com COP Peso colombiano Español Mi Booking.com

Inicia sesión y gestiona tus reservas. ¿No tienes cuenta? ¡Regístrate! Comentarios sobre la web

Inicio Colombia 1.156 alojamientos Santander 47 alojamientos San Gil 11 alojamientos hotel boutique wassiki campestre

Buscar hoteles

Destino/Nombre del hotel:
San Gil

Fecha de entrada
Día Mes

Fecha de salida
Día Mes

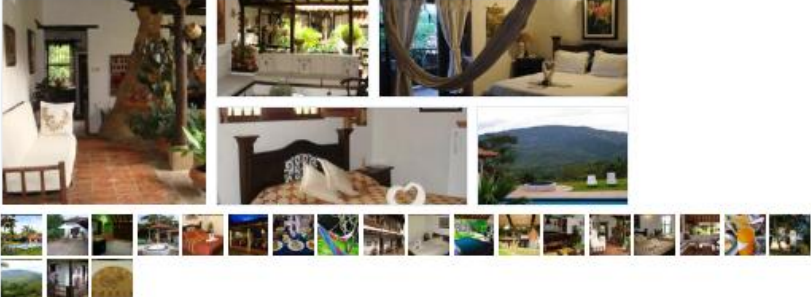
Todavía no he decidido las fechas

Habitaciones: 1
Adultos: 2
Niños: 0

Buscar

Hotel Boutique Wassiki Campestre
Kilometro 3 Via San Gil - Socorro, 683518 San Gil (Mostrar mapa) Compartir

Ir a: Habitaciones disponibles Servicios Condiciones Ver todos los comentarios



El Wassiki alberga una piscina al aire libre, un spa y un gimnasio. Ofrece habitaciones con vistas en un entorno natural y conexión Wi-Fi gratuita en las zonas comunes. La estación de autobuses de San Gil se encuentra a 5 minutos en coche. El establecimiento dispone de aparcamiento gratuito.

El Hotel Boutique Wassiki Campestre cuenta con habitaciones cómodas equipadas con minibar y baño privado con ducha. Algunas incluyen zona de estar, hamaca y bañera de hidromasaje.

El Wassiki Campestre puede organizar paseos a caballo o deportes de aventura. El parque natural de Gallineral está situado a 4 km.

Todos los días se sirve un desayuno con huevos, zumos y café de Colombia. El restaurante a la carta del establecimiento prepara platos regionales.

Habitaciones del hotel: 13

Hoteles consultados

Anexo No. 24: Booking Información

Hotel Boutique Wassiki Campestre

Reservados recientemente en San Gil

- Hotel Davileja** ★★★
Última reserva: hace 1 hora
- Hostal Le Papillon, San Gil**
Última reserva: hace 19 horas
- Hotel Abril** ★★★
Última reserva: hace 20 horas

Hoteles cercanos

- Hotel Sierra de la Cruz** ★★★★★
"Es un Hotel muy agradable, confortable, con un servicio excelente, una vista espectacular desde cualquier sitio del hotel."
Mauricio, Bogotá
- Hotel Ruitoque Campestre** ★★★
"Me gusta su ubicación su diseño la comodidad la comida la atención del personal del hotel piscina"
Expedito, Bucaramanga
- Hostal Le Papillon, San Gil**
"Se siente uno como en casa, excelente atención, tranquilidad al dormir y lo mejor buen precio"
Miguel, San Roque

Aeropuertos
Aeropuerto de Palonegro (BGA)
68 7 km

Disponibilidad

¿Cuándo quieres alojarte en el Hotel Boutique Wassiki Campestre?

Fecha de entrada: Día Mes
Fecha de salida: Día Mes

Precio Mínimo Garantizado [Ver disponibilidad](#)

Tipo de habitación	Máx.	
Habitación Doble	2	Mostrar precios
Habitación Doble Deluxe	2	Mostrar precios

[▲ Volver arriba](#)

Servicios del Hotel Boutique Wassiki Campestre

General
Recepción 24 horas, Jardín, Habitaciones no fumadores, Hotel de diseño, Guardaequipaje, Zona de fumadores, Restaurante (a la carta)

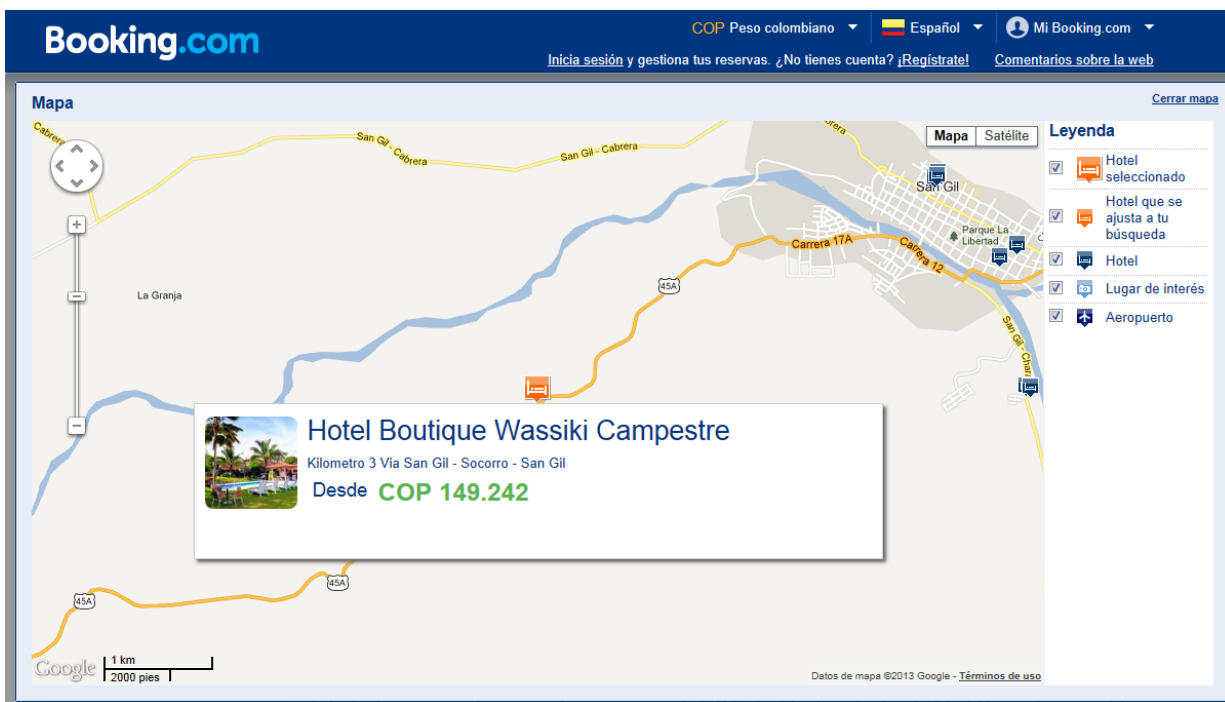
Actividades
Sauna, Gimnasio, Sala de juegos, Spa y centro de bienestar, Masajes, Zona de juegos infantil, Bañera de hidromasaje, Biblioteca, Piscina al aire libre (todo el año)

Servicios
Servicio de habitaciones, Centro de negocios, Servicio de lavandería, Desayuno en la habitación, Servicio de planchado, Suite nupcial, Almuerzos para llevar, Información turística, Fax / fotocopiadora, Menús dietéticos (bajo petición)

Internet
Gratis! Internet por módem disponible en las zonas comunes. Gratis.

Aparcamiento
Gratis! Hay parking gratis privado en el establecimiento. No es necesario reservar.

Anexo No. 25: Booking disponibilidad y servicios



Anexo No. 26: Booking ubicación

Booking.com COP Peso colombiano Español Mi Booking.com

Inicia sesión y gestiona tus reservas. ¿No tienes cuenta? ¡Regístrate! Comentarios sobre la web

inicio colombia santander san gil hotel boutique wassiki campestre
1.156 alojamientos 47 alojamientos 11 alojamientos

Buscar hoteles

Destino/Nombre del hotel:
San Gil

Fecha de entrada
Día Mes

Fecha de salida
Día Mes

Todavía no he decidido las fechas

Habitaciones 1

Adultos 2

Niños 0

Buscar

Hotel Boutique Wassiki Campestre
Kilometro 3 Via San Gil - Socorro, 683518 San Gil (Mostrar mapa) Compartir

Ir a: Habitaciones disponibles Servicios Condiciones Volver al hotel

Comentarios de los huéspedes sobre el Hotel Boutique Wassiki Campestre

Este hotel tiene 4 comentarios. Para garantizar la veracidad de la información, solo calculamos la puntuación global cuando hay un mínimo de 5 comentarios.

Marlene
Pareja mayor
Medellin, Colombia
21 de diciembre de 2012
10
excelente y para destacar la amabilidad del personal. Se siente como en casa. Muy, muy bueno
¿Te ha resultado útil este comentario? SI No

Fritz
Pareja joven
Munich, Colombia
28 de diciembre de 2012
8.8
Sehr freundlich und zuvorkommend
¿Te ha resultado útil este comentario? SI No

Giuseppe
Pareja joven
Bogota, Colombia
26 de diciembre de 2012
7.9
Servizio, attenzione e ricezione. Staff super. Camera doppia ben arredata. Le asciugamani intrecciate che disegnavano un cane e un bouquet di fiori l'ho trovato molto elegante. Colazione eccellente (unica cosa non si poteva scegliere tra frutta e succo d'arancia, o uno o l'altro) con frutta, arepa, caffè e specialità locali.
Letto scomodo, troppo morbido con conseguente mal di schiena.
¿Te ha resultado útil este comentario? SI No

Anónimo
Pareja mayor
Canada
30 de diciembre de 2012
8.8
Very nice place to relax for a few days. The restaurant staff were excellent. We loved having coffee delivered to our sitting area in the morning. Very relaxing to sit by the pool and read. Many of the resorts are right by the main highway and we were so happy we chose here. Many of the others would be noisy.
Room was smaller than expected and not really anywhere to unpack your belongings, only 3 hooks.
¿Te ha resultado útil este comentario? SI No

Mostrar mapa

Hotels consultados

Hotel Boutique Wassiki Campestre

Anexo No. 27: Booking comentarios