

Plan de mejora Hotel SPA Casa de Adobe Sáchica

Juan Ricardo Martínez Céspedes

Universidad Santo Tomás
Facultad De Negocios Internacionales
Programa de Negocios Internacionales
Tunja, Boyacá
2022

Plan de mejora Hotel SPA Casa de Adobe Sáchica

Juan Ricardo Martínez Céspedes

Director
Samuel Alejandro Sánchez Abril
Administrador de Empresas

Trabajo de Grado para obtener el título Profesional en Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás
Facultad De Negocios Internacionales
Programa de Negocios Internacionales
Tunja, Boyacá
2022

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE

Resumen

A continuación, se da como resultado el informe final de la práctica profesional para obtener el título profesional en Negocios Internacionales. Teniendo como objetivo general desarrollar una propuesta de mejoramiento para fortalecer la competitividad y generar mayor posicionamiento en el Hotel SPA casa de Adobe del municipio de Sáchica, Boyacá.

Además, se da a conocer el informe detallado de la reseña histórica del hotel y las funciones realizadas en el desarrollo de la práctica; las cuales, con el ejercicio profesional, los conocimientos y experiencias adquiridas en la academia, sumado al que hacer del entorno laboral, permitió realizar un análisis de la situación actual relacionado con el marketing digital, generando una propuesta concreta hacia el mejoramiento de competitividad.

La primera parte del informe presenta los objetivos, información del hotel donde se realiza la práctica profesional, análisis de los factores relacionados; posteriormente como un segundo apartado corresponde a propuesta de mejora, se llegó a la conclusión que por medio de dicha propuesta contribuye al desarrollo turístico del municipio por medio de las tecnologías de información.

Palabras clave: Informe, Práctica profesional, Plan de Mejora, Marketing.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE

Abstract

Next, the final report of the professional practice to obtain the professional title in International Business is given as a result. Having as a general objective to develop an improvement proposal to strengthen competitiveness and generate greater positioning in the Hotel SPA Casa de Adobe in the municipality of SÁCHICA, Boyacá.

In addition, the detailed report of the historical review of the hotel and the functions carried out in the development of the practice are disclosed; which, with the professional exercise, the knowledge and experiences acquired in the academy, added to what to do in the work environment, allowed an analysis of the current situation related to digital marketing, generating a concrete proposal towards the improvement of competitiveness.

The first part of the report presents the objectives, information on the hotel where the professional practice is carried out, analysis of the related factors; Subsequently, as a second section corresponds to an improvement proposal, it was concluded that through said proposal it contributes to the tourist development of the municipality through information technologies.

Keys Word: Report, Professional Practice, Improvement Plan, Marketing.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE

Tabla de Contenido

Resumen	3
Abstract	4
Lista de Tablas.....	6
Lita de Gráficas	7
Introducción.....	8
Justificación	9
Objetivos.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos	11
Reseña de la Empresa	12
Misión	13
Visión	13
Estructura Organizativa.....	13
Plan de Trabajo	14
Antecedentes.....	15
Ocupación Hotelera:	18
Histórico de Capacidad Hotelera.....	19
Impacto y Limitaciones	21
Matriz Foda	22
Análisis FODA.....	23
Estrategias FO:	23
Estrategias DA:	23
Plan de Mejora.....	24
Conclusiones	28
Referencias	29

Lista de Tablas

Tabla 1 Ocupación Hotelera Anual.....	18
Tabla 2 Matriz de Perfil Competitivo	20
Tabla 3 Propuesta de Mejoramiento.....	25

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE**Lista de Gráficas**

Gráfico 1 Histórico Ocupación mensual	19
--	----

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Introducción

La presente propuesta es el resultado de la práctica profesional de Negocios Internacionales en el Hotel Spa Casa de Adobe, la cual tuvo una duración de cuatrocientos ochenta horas en el Municipio de Sáchica, Boyacá.

De acuerdo a lo anterior, este documento es el producto de un análisis basado en el reconocimiento del hotel, los objetivos de la empresa, aspectos financieros, sociales, locales y tecnológicos, donde fue necesario fortalecer la competitividad de capacidad instalada a través de la oferta de todos los servicios que el lugar ofrece, dado que cuenta con diversidad tanto local como aledaña para el descanso y recreación.

Es así como se pretendió dar cumplimiento a la práctica académica encaminada al planteamiento de la propuesta para el fortalecimiento del hotel, proponiendo un plan de mejora orientado a dar crecimiento al hotel Spa Casa de Adobe a nivel competitivo dentro de la región y en el departamento, a través de promocionar la oferta de servicios virtuales por medio de diferentes plataformas y redes sociales. Donde se buscó fortalecer la promoción del hotel, obtener una capacidad instalada permanente, no dependiente de las temporadas altas, resultado de la calidad en los servicios e instalaciones.

De esta manera, se partió del reconocimiento y descripción general del lugar teniendo en cuenta la reseña histórica, el planteamiento de actividades y funciones como auxiliar comercial en búsqueda de nuevos clientes, participación en la creación de estrategias de marketing y participación activa en reuniones entre empleados y gerencia para determinar y prevenir debilidades en la prestación del servicio, así como conservar e incrementar fortalezas.

Lo más importante fue concretar la propuesta con aspectos a mejorar detallando cada uno de los criterios como acciones, costos y responsables.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Justificación

En estos tiempos, se considera de gran importancia el Marketing en el ámbito hotelero, no solo para la promoción de la prestación de los servicios, sino como transversalidad del proceso interno en la planeación administrativa para llegar al público objetivo del hotel, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas previamente ofrecidas.

Por ello, el Banco Mundial a través de la articulación de plataformas digitales, teniendo en cuenta el futuro del turismo, describe como las tecnologías y las plataformas digitales están alterando la manera en que el sector del turismo opera de principio a fin. Las plataformas digitales ofrecen acceso global a los consumidores y permiten a los proveedores de servicios mejorando el desarrollo del sector turístico y sus estándares de competitividad. Pues, numerosas economías de ingreso bajo se pueden beneficiar con los cambios digitales y otras corren el riesgo de quedar rezagadas si no las adoptan. (Banco Mundial, 2018).

De igual forma según un informe de McKinsey, el 58 % de todas las interacciones con clientes en todo el mundo ahora son digitales, en comparación con el 36 % antes de la pandemia. (Cloudbeds, 2023)

Con base en el entendido de la importancia del Marketing como una estrategia del mercado que se realiza a través de la web para que un usuario concrete su visita, acceda al servicio ofrecido a través de estrategias diversas y pensadas en el mundo digital (Herrera y Bohórquez, 2020); en el año 2014, se creó el sitio web del Hotel Spa Casa de Adobe, con el fin de implementar a través de diversas plataformas digitales la promoción del lugar; así como la vinculación con Booking.com (2023) “líder mundial en viajes online y servicios relacionados”.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Pagando anualmente por el derecho a tener el dominio; donde actualmente se produce el 40% de ventas pues la voz a voz sigue siendo el principal método de generación de ingresos (Bautista. 2021).

Situación que genera resultados poco alentadores puesto que son bastantes los meses donde los ingresos no alcanzan sino a cubrir los gastos fijos o en ocasiones superan los ingresos. considerando por parte de los propietarios la renta o venta del inmueble como solución.

No obstante, se continúa brindando un servicio con instalaciones amplias y confortables, con un enfoque orientado a la relajación con sus servicios de spa y ecoturismo, por la cercanía a diversos paisajes y planes que ofrece el sector. Convirtiéndose así en una excelente elección por sus visitantes.

Como se menciona en la plataforma de viajes y estadía Booking “El hotel es hermoso, tiene una vista preciosa de las montañas de villa de Leyva, la tranquilidad del lugar es lo mejor, no se escucha nada de las habitaciones contiguas, la habitación estaba impecable con un olor muy agradable.” (Bookin.com, 2023).

Por consiguiente, se planteó la propuesta de fortalecimiento del Hotel Spa Casa de Adobe, orientada hacia el marketing empresarial, creando nuevos convenios, alianzas e innovando nuevos servicios que contribuyan favoreciendo la escogencia del alojamiento donde se poseione y ubique con un servicio de calidad en la región y departamento de Boyacá.

Pregunta de Reflexión: ¿Cómo a través del Marketing se puede fortalecer la competitividad del Hotel SPA Casa de Adobe?

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de mejoramiento y fortalecimiento a la competitividad para generar mayor posicionamiento en el Hotel SPA Casa de Adobe del Municipio de Sáchica.

Objetivos Específicos

- Establecer un reconocimiento general del Hotel SPA Casa de Adobe a partir del análisis interno, identificando debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.
- Analizar el nivel de competitividad del hotel con su entorno cercano.
- Construir estrategias y plan de acción para fortalecer la competitividad del Hotel Spa Casa de Adobe.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Reseña de la Empresa

El Hotel SPA CASA DE ADOBE se encuentra ubicado en la vereda Ritoque del municipio de Sáchica del departamento de Boyacá, en el Kilómetro 5, a quince minutos de Villa de Leyva, abrió sus puertas en el año 2000 evocando las casas antiguas cercanas a los viejos monasterios, donde residían los hacendados de la región conservando la importancia histórica de la arquitectura colonial para impulsar el turismo y servicio hotelero. (Bautista, 2021)

Nació como resultado de un plan de negocios presentado por su propietario cuando tenía la condición de estudiante del SENA dentro del programa de emprendedores apoyados por el Centro de Desarrollo Empresarial financiado por el Fondo Emprender, y desde entonces ofrece a sus visitantes comodidad y elegancia al estilo colonial siendo un lugar perfecto en Sáchica para descansar en plan familiar, con amigos o en pareja en contacto directo con la naturaleza; ofreciendo servicios complementarios de spa, relajación y circuito de hidroterapia. (Bautista, 2021)

El Hotel Casa De Adobe está situado en Villa de Leyva, localidad colombiana a unos kilómetros de Bogotá. Este alojamiento está a poca distancia del centro histórico y ofrece habitaciones de estilo actual equipadas con televisor y baño. Las amplias suites disponen de una zona de estar, mini nevera y bañera de hidromasaje. En algunas de las suites hay una acogedora chimenea y es posible disfrutar de habitaciones familiares. El establecimiento cuenta con jardines en la zona exterior para poder disfrutar de un paseo al aire libre. En el restaurante se pueden probar los platos de la cocina regional y también sabores internacionales. En las mañanas sirven ricos desayunos al estilo americano y los huéspedes pueden tomar aperitivos en la zona del bar. El establecimiento admite

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

mascotas bajo petición y cuenta con bicicletas en alquiler para moverse por la localidad.

(Centraldereservas.com, 2023)

Misión

La misión del Hotel spa casa de adobe es “ser la empresa de hospitalidad más apreciable de Colombia: la primera opción, de quienes visitan a Boyacá” (Bautista, 2021).

Visión

“La empresa espera que en 10 años haya obtenido un mayor reconocimiento en su labor como prestador del servicio hotelero en la región dentro del mercado Nacional, por la calidad y la eficiencia de servicio, siendo la protección del medio ambiente un factor los que lo diferencie de su competencia.” (Bautista, 2021).

Estructura Organizativa

El Hotel SPA Casa de Adobe está conformada por la gerencia General operativa y administrativa, un contador, un revisor fiscal y un asesor jurídico para un total de 7 empleados, ha suscrito convenio de cooperación académica con la universidad Santo Tomas Seccional Tunja, Facultad de Negocios Internacionales, a través del convenio fijado en Acta N.º 07 del Comité de Operaciones de Grado realizado el 13 de agosto de 2002 para estimular la participación de los nuevos profesionales en el desarrollo económico del departamento de Boyacá.

Se caracterizan por la calidad en la atención del huésped por más de 20 años ofreciendo servicios hoteleros de manera responsable y segura. Se mantienen en la búsqueda de generar lazos de amistad con sus clientes, principalmente en temas de conservación del medio ambiente

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

y seguridad social. Cuenta con herramientas que promueven la aplicación de la reglamentación hotelera, principalmente frente al tema de protección a la salud de sus huéspedes en época de pandemia

Cuenta con una disposición de 26 habitaciones, capacidad instalada para 80 personas. Cuenta con servicio de Spa, a través de la zona húmeda, con un servicio de alojamiento junto con una gran variedad de servicios, como zonas ecológicas caminos propios que conducen a yacimientos de agua naturales.

Todos los servicios brindan espacios tranquilos, con la distancia adecuada para estar alejados inmersos en la naturaleza y a la vez con cercanía al centro poblado de los municipios de Sáchica y Villa de Leyva; convirtiéndolo en un lugar atractivo para visitar, alejado del ruido de la ciudad, garantizando una estancia agradable.

Plan de Trabajo

Frente a las actividades desarrolladas durante el ejercicio de la práctica en el Hotel Spa Casa de Adobe, se ejecutó mediante una metodología con actividades orientadas al cumplimiento al fortalecimiento de Marketing empresarial, dentro de las cuales se planteó:

- Auxiliar comercial en búsqueda de nuevos clientes.
- Participación en la creación de estrategias de marketing
- Participación activamente en reuniones entre empleados y gerencia para determinar y prevenir debilidades en la prestación del servicio, así como conservar e incrementar fortalezas

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Antecedentes

Para la realización de la propuesta se tuvo como antecedentes la mesa técnica establecida en Sáchica, cultura y turismo la cual articulo acciones para dinamizar el sector en donde se buscó fomentar y recopilar información sociocultural para la formulación de la política pública del municipio.

Pues, en Colombia, el desarrollo rural solo se había asociado con el sector primario y secundario de la economía. Se internalizó que no es suficiente mejorar estos dos sectores, pero que el desarrollo territorial del mundo debe ser multisectorial. En esta línea y en vista de la riqueza natural del país, las cualidades de liderazgo rural deben liderar a plomo y abarcar elementos de otros sectores económicos como el turismo. (OCDE, 2020).

Como lo asegura también, (Kostangera, 2020). Esta tendencia se ha vuelto más pronunciada debido al coronavirus, ya que, la sensación de seguridad se fortaleció en el campo y se debilitó en las ciudades. Para las ciudades rurales con un potencial turístico oculto, es el momento perfecto para subirse a bordo.

Basado en lo anterior, (González y Preciado, 2023) afirman que Sáchica es una de estas comunidades que pueden lograr ventajas que se derivaron del auge turístico rural, ser un elemento priorizado para lograr un desarrollo sostenible. Es cierto que el turismo rural no es la reacción mágica a todos los problemas que funcionan del turismo rural, pero también es una comunidad pionera en la región el reto de Sáchica debe ser aceptado por unidades de gobierno local, empresarios locales municipalidades y escuelas secundarias, estas últimas ofreciendo soluciones a desafíos, uno de los cuales es encontrar el concepto adecuado para sus elementos puede ayudar a mejorar necesidades territoriales, donde el marketing territorial surge para resolver dichas necesidades

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

El Municipio está dividido entre su cabecera municipal y cinco veredas; su zona urbana, de 0,5038 km², que a pesar de solo representar el 0.79% del área total, concentra el 51.4% de la población. Sáchica se encuentra a 2.152 metros Sobre el Nivel del Mar, cuenta con varias quebradas y con un río de su mismo nombre, sin embargo, estas fuentes hídricas suelen estar con niveles bajos de agua, conduciendo así al ocasional racionamiento de este recurso, el cual es un problema que se debe tener muy presente pues se trata de una de las mayores problemáticas ambientales del territorio, junto con deslizamientos, erosiones, vendavales, entre otros. Por otro lado, su acceso vial es “bueno” respecto a otros municipios e incluso ha mejorado en los últimos años gracias a la construcción de placa huellas que facilitan el tránsito tanto de personas como de vehículos, especialmente en las veredas. (Sierra, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, se trata de un municipio que, más allá de la amenaza de sequía, no presenta grandes riesgos y que su fácil acceso puede ser un elemento que favorezca su promoción. Respecto a sus condiciones meteorológicas: “el municipio de Sáchica tiene un clima templado, que oscila entre los 18-24 grados”. (Sierra, 2020).

Esta amplitud térmica también permite atraer turistas por sus condiciones un marcado contraste con la capital, Boyacá, que está a solo 45 minutos. de acuerdo con problemas de población, aunque su área urbana está creciendo rápidamente, la gente rural es la principal porque es gente alegre, trabajadora y pacífica que está creciendo. Su clima hace que Sáchica sea atractiva tanto para residentes como para no residentes a los residentes les gusta un área agradable. En realidad, la población se está volviendo diferente como uno de los puntos principales en el desarrollo turístico de esta ciudad, se incluyen la estrategia de marketing de algunas empresas. (González y Preciado, 2023)

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

La economía de Sáchica se basa principalmente en el sector agrícola (primario) entre ellos, se destacan la cebolla y el tomate; el comercio y el turismo son dos aspectos del orden económico que son más importantes en la economía.

Pues bien, como menciona Sierra (2020): “En el municipio de Sáchica, la mayoría de la población trabajadora trabaja en empleos informales, donde suelen trabajar por un salario, lo que significa que no tienen seguridad social y no están conectados a ningún ARL”. El Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) de Sáchica fue de 9,02% y de Personas con Dolor (PPM) de 0,68, puntajes para ambas variables.

Relativamente en comparación con el promedio de la industria (NBI 10.15%, NBI 1.9 PPM) y el país (14.28% NBI y 3.8 PPM), lo anterior, con base en último conteo 2018 del Instituto Nacional de Estadística (DANE, 2018). Con esto queda claro al visitar el municipio, pues a pesar de que no existen calidad de vida relativamente alta las necesidades básicas y pobreza están mejor cubiertas que en la mayor parte del país.

Sáchica se ubica en la provincia de Ricaurte, la cual es reconocida como un importante centro turístico de la provincia gracias a las localidades de Villa de Leyva y Ráquira (Cruz, Valenzuela, y Zamudio. 2015). Sin embargo, a diferencia de sus antecesores, Sáchica no ha sabido aprovechar al máximo su potencial y convertirse en una zona que atraiga al propio viajero, y no solo un paso turístico.

El municipio tiene características sobresalientes que la convierten en un distrito interesante, donde destacan elementos como la agricultura, principalmente la cebolla (incluso hay un monumento en la plaza central y un reinado alusivo a este vegetal) y el tomate son: "cultivos representativos de la economía de la ciudad" (Alcaldía de Sáchica, 2021) brinda servicios no solo a su departamento, sino que también brinda a otros departamentos. También es

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

la "Jerusalén de Colombia", una etiqueta gracias a su histórica tradición de revivir y transmitir en vivo la temporada de Semana Santa, pero su alcance digital ha sido débil, lo que provocó que su potencial se estancara. Otro factor de suma importancia es que hace unos años se produjo en la ciudad un notable descubrimiento arqueológico: se trataba del Pliosaurio más grande del mundo, llamado científicamente: "sachicasaurus", recientemente se creó un museo en torno a él y a la tierra y a otros descubrimientos en este sitio, sin embargo, rara vez son visitados, lo que sugiere un desperdicio de capital turístico. Además, es obvio que la gastronomía sachiense, en especial la gallina, es uno de los mayores atractivos turísticos.

Gracias al establecimiento comercial que lo atiende, consigue llenarse por completo en las horas punta los fines de semana. Finalmente, ha habido un mayor enfoque en el ecoturismo, lo que ha resultado en el desarrollo de algunas huellas originales y otras. Cabe mencionar aquí que el marketing regional no se limita a los bienes o servicios "estrella", sino más bien un conjunto de aspectos relacionados con los viajes. (González y Preciado, 2023)

Por otro lado, es importante resaltar que, el Hotel SPA Casa de Adobe Históricamente ha presentado un crecimiento progresivo en su ocupación instada, con un cierre transitorio a raíz de la situación de salud pública a nivel mundial, fue necesario suspender el servicio, no obstante, significativamente ha mostrado un crecimiento a partir de su apertura en el mes de agosto del año 2021.

Ocupación Hotelera:

Tabla 1

Ocupación Hotelera Anual

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021
-----	------	------	------	------	------	------

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Ocupación Hotelera	520	590	730	120	0	490
% de Ocupación Anual	43%	49%	60%	10%	0	41%

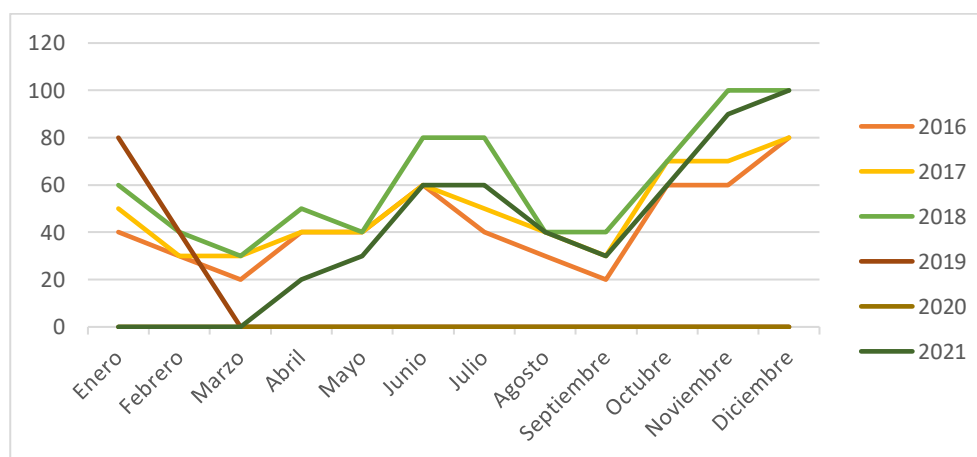
Fuente: Elaboración propia

A nivel general las temporadas altas en el hotel SPA Casa de Adobe, se presente en el mes de enero, junio, julio, noviembre y diciembre, con bajas en los meses de febrero, marzo, mayo y septiembre, con asistencia regular promedio los meses de abril y agosto.

Histórico de Capacidad Hotelera

Gráfico 1

Histórico Ocupación mensual



Fuente: Elaboración propia

En promedio por fin de semana en temporadas altas la ocupación está por encima del 90%, no obstante, en temporadas bajas no supera el 40% de instalación lo cual genera un incremento relación costo – beneficio.

Recopilación de la Información.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

De acuerdo con cifras del DANE, para el 16 de diciembre de 2021 la ocupación hotelera en el país fue de un 43,4%, cifra significativa dado la paulatina reactivación económica afectada por la situación de salud pública a raíz del COVID-19.

En relación con la competitividad el Hotel SPA Casa de Adobe arroja:

Tabla 2

Matriz de Perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO					
		HOTEL SPA CASA DE ADOBE		HOTEL PLAZA MEDINA	
FACTOR CLAVE	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Publicidad y mercadeo	10	3	30	4	40
Redes Sociales	12	4	48	4	48
Conectividad	10	1	10	2	20
Zona Húmeda	10	4	40	2	20
Parqueadero	10	4	40	4	40
Calidad del servicio	18	4	72	4	72
Ubicación	10	3	30	4	40
Restaurante	10	2	20	3	30
Precio de Habitaciones	10	3	30	3	30
TOTAL	100		320		340

Fuente: Elaboración propias

A nivel competitivo en cuanto a factores claves, el Hotel SPA Casa de Adobe esta porcentualmente inferior por 20 relacionados a la ubicación y servicio de restaurante. No obstante, pese al resultado final obtiene mayor índice de competitividad en cuanto a servicios como zona húmeda.

En relación a los datos locales y teniendo en cuenta la ubicación como una oportunidad de mejora se plantea una proyección de ocupación y capacidad de ocupación en temporadas baja superior al 50%

La ubicación geográfica de las instalaciones del hotel, por un lado, ofrece el servicio de tranquilidad, con zonas verdes, alejado de ruidos propios de la ciudad, por otro lado, está ubicado

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

entre los dos municipios aledaños, lo cual permite el traslado tanto a Villa de Leyva como a Sáchica, ampliando la oferta en cuanto a servicios turísticos, fuera de los internos del lugar.

Se planteó fortalecer las oportunidades como publicidad y mercadeo, así como actualización permanente en plataformas digitales, con el fin de ofrecer en articulación y convenios con entidades de turismo locales y municipales, la oportunidad de participar en la diversidad de actividades, turísticas y culturales de la región.

Lo anterior, en relación al Marketing entendido como estrategia de mercadeo que se realiza en la web para que un usuario del sitio concrete su visita, tomando una acción. Rompiendo la forma tradicional de ventas y de mercadeo que se conocen, e integrando estrategias, técnicas diversas y pensadas exclusivamente para el mundo digital. (Herrera y Bohórquez, 2020)

Impacto y Limitaciones

Inicialmente se parte del reconocimiento del entorno, un nivel primario con la contextualización de misión, visión, estructura y aspectos financieros; posteriormente un análisis económico, social, ambiental y tecnológico.

De acuerdo con la información recolectada, en el desarrollo del ejercicio de la práctica profesional en LA EMPRESA HOTEL SPA CASA DE ADOBE del municipio de Sáchica, a través del diagnóstico mediante matriz FODA, se analiza e identifica los resultados, para posterior planteamiento de la propuesta de mejoramiento.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Matriz Foda

FORTALEZAS	AMENAZAS
F1. Habitaciones lujosas y cómodas. F2. Zonas comunes amplias e iluminadas. F3 Zonas verdes muy amplias y conservadas. F4. Senderos ecológicos propios F5. Servicios complementarios de spa y relajación. F6. Circuito de hidroterapia privado. F7. Ubicación estratégica por su cercanía a atractivos turísticos de la región. F8. Atención 24 horas. F9. Facilidad en canales de pago. F10. Plataforma digitales actualizadas y vigentes.	A1. Estacionalidad de la demanda de servicios turísticos en la región. A2. Baja capacidad para satisfacer la demanda potencial. A3. Incremento de la competencia regional. A4. Repetición de Peticiones, quejas y reclamaciones. A5. Alza de precios. A6. Alquiler de Hotel Spa Casa de Adobe.
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
D1. Incremento de costos de servicios públicos, en razón de su ubicación. D2. Poca flexibilidad del servicio gastronómico que ofrece el hotel. D3. Las PQRS no son sometidas a análisis D4. Baja ocupación en fechas que no son de temporada. D5. Poca presencia en plataformas digitales. D6. Baja conectividad red Wi Fi	O1. Posicionamiento estratégico dentro del mercado Nacional, partiendo de las calificaciones en plataformas digitales de turismo. O2. Incremento de la demanda del servicio en temporadas de afluencia baja. O3. Establecimiento de convenios y generación de alianzas estratégicas.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

	O4. Posibilidad de ser reconocido en el mercado hotelero Nacional como un lugar apto para el descanso y la relajación. O5. Generación de experiencias turísticas de carácter ecológico para sus huéspedes. O6. Cobertura red de conectividad.
--	--

Análisis FODA

Estrategias FO:

- F7O3: Aprovechar la ubicación en la búsqueda de alianzas con empresas turísticas de sus alrededores.
- F10O1: Crear alianzas a través de redes y motores de búsqueda nacional e internacional
- F5O4: Generar reconocimiento y competitividad hotelera por servicios.

Estrategias DA:

- D4A6: Fortalecer de Promoción servicio Hotelero a través de plataforma digitales
- D4A1: Establecer convenios con planes turísticos, con el fin de fortalecer demanda en temporadas bajas.
- D3A4: Asignar responsable para verificación y plan de mejoramiento a los PQRS reportados
- D2A2: Planificar servicios de alimentación con variedad en su propuesta.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Producto del ejercicio planteado se planteó generar la propuesta de mejoramiento orientada al marketing del hotel, con lo cual se buscó fortalecer las debilidades encontradas y a su vez dar cumplimiento al objetivo hacia la competitividad y mayor posicionamiento en el territorio.

Plan de Mejora

A continuación, se dan a conocer los resultados de la práctica terminada desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor, sobre un tema específico y relacionado con una de las áreas del conocimiento desarrolladas durante el programa, que brinde un aporte a la empresa o institución donde se realizó la práctica, recurriendo a fuentes originales.

Objetivo General

Diseñar un plan de Mejora para fortalecer la competitividad del Hotel SPA Casa de Adobe a través del Marketing

Objetivos Específicos

- Priorizar oportunidades de Mejora para fortalecer Aspectos claves a través del Marketing digital.
- Definir Metas e Indicadores que apunten a la consecución de los objetivos.
- Plantear verificación de procesos a través de asignación de responsable

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Tabla 3

Propuesta de Mejoramiento

Aspecto a mejorar	Meta	Acciones	Indicador	Verificar	Responsable	Presupuesto	Recursos
Acceso conectividad WiFi Instalada en todas las áreas del hotel	Acceso a Red Inalámbrica por parte de todos los integrantes del servicio	Ampliación de capacidad Instalada.	Evaluación de proceso a través de encuesta de satisfacción física y digital	Verificación de capacidad de conexión en todos los puntos del hotel	Jefe de Mercado	\$160.000	Adquisición productos
Actualización e Implementación de Marketing digital a través de redes como Fan page, Instagram, Twitter, Pagina Web, YouTube, plataformas departamentales e Internacionales	Mayor ingreso turistas locales, nacionales e internacionales a los servicios que promueve el Hotel Spa Casa de Adobe.	Conexión con redes departamentales para vinculación hotelera	Índice de vinculación hotelera a través de redes departamentales	Presentación hotelera en la página Go BOY Turismo por Boyacá	Jefe de Mercado	Inscripción gratuita por cámara de comercio Tunja	N/A
		Conexión con plataformas internacional para vinculación hotelera	Índice de vinculación hotelera a través de redes Internacionales	Presentación hotelera en la página TRAVEL IMPRESSIONS		20% cada transacción	Servicio de Alojamiento
		Actualización permanente en plataformas digitales con información destacada.	Ingreso de contenido a plataformas digitales, con programas y ofertas, locales, municipales y de la provincia	Verificación de alianzas y estrategias con programas locales para atracción turística regional y fortalecimiento de incremento demanda hotelera.		10% descuento servicio hotelero y paquetes turísticos	Servicio de Alojamiento

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Rediseñar Página Web	Fortalecer competitividad y reservación hotelera a través de plataforma digital.	Incluir direccionamiento estratégico (Quienes somos, misión, visión, valores, política de calidad)	Índice de vinculación hotelera a través de fan page de hotel.	Verificación de actualización de acciones recomendadas	Publicista	\$2.500.00	Adquisición productos
		Funcionalidad espacio de reservas (Disponibilidad de fechas, servicios, costo)					
		Plataforma de pago a través de PSE					
		Galería de Imágenes a tours y eventos promovidos.					
					TOTAL	\$2.660.00	

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Cronograma

Actividad	2023							
	Trimestre							
	Primer trimestre					Segundo trimestre		
	Seman a 1 -3	Seman a 4-6	Seman a 7-9	Semana 10 - 12	Seman a 1 -3	Seman a 4-6	Seman a 7-9	Semana 10 - 12
Ampliación red Wifi instalada.	X							
Conexión con redes departamentales para vinculación hotelera		x						
Conexión con plataformas internacional para vinculación hotelera		x						
Actualización permanente en plataformas digitales con información destacada.	X	x	x	x	x	x	x	x
Incluir direccionamiento estratégico (Quiénes somos, misión, visión, valores, política de calidad)	X							
Funcionalidad espacio de reservas (Disponibilidad de fechas, servicios, costo)		x	x	x	x	x	x	x
Plataforma de pago a través de PSE			x					
Galería de Imágenes a tours y eventos promovidos.		x	x	x	x	x	x	x

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Conclusiones

Con la realización del diagnóstico y la propuesta del Plan de mejoramiento se logró implementar iniciativas académicas, con la apertura de nuevos espacios que permitieron materializar los conocimientos aprendidos a lo largo de la trayectoria universitaria, proponiendo soluciones.

En segundo lugar, se planteó dicha propuesta con el ánimo de servir como referencia tanto a otros estudiantes que deseen realizar futuras investigaciones sobre el tema, como a otras empresas de esta región que buscan ideas para implementar planes de mejoramiento.

Actualmente los clientes se han volcado a la era digital, donde ofrecer servicios y productos a través de diversas plataformas digitales, rompe la brecha de acceso y permite competir con calidad e innovación.

Por último, se espera que de manera indirecta contribuya al desarrollo turístico del municipio de Sáchica, teniendo en cuenta que, al aplicar el aprovechamiento de las tecnologías de la información como plan de mejoramiento en el hotel, atraería mayores turistas que podrían verse interesados por realizar actividades atractivas de esta región del departamento de Boyacá.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Referencias

Alcaldía Municipal de Sáchica, Boyacá. (2021) <http://www.sachica-boyaca.gov.co/>

Banco Mundial. (2018) Las Plataformas digitales y el futuro del turismo.

<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>.

Booking Holdings. (2023) El proveedor líder mundial de viajes en línea y servicios relacionados

<https://www.bookingholdings.com/about/factsheet/>.

Cloudbeds (2023). Tendencias de marketing hotelero en 2022 y cómo preparar tu propiedad.

<https://www.cloudbeds.com/es/articulos/tendencias-marketing-hotelero/>

Central de reservas. com (2023). Hotel Spa Casa de Adobe. Información.

<https://www.centraldereservas.com/hoteles/colombia/boyaca/villa-de-leyva/hotel-casa-de-adobe>

Cruz, M., Valenzuela, M., y Zamudio, M. (2015). Modelo red de municipios con valor patrimonial en la provincia de Ricaurte-Boyacá. Universidad Piloto de Colombia.

Tomado de: <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/2106>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2018). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018 Colombia. Indicador de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) Censo nacional de población y vivienda 2018. Recuperado de:

<https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/CNPV-2018- NBI.xlsx>

González, L. y Preciado, E. (2023) Marketing Territorial: ¿Motor de desarrollo turístico para Sáchica, Boyacá?

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/48953/2023luisgonzalez.pdf?sequence=1>

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Guía Normas APA 7a edición. (2023). Elaborado con el contenido de <https://normas-apa.org/>

Herrera, D, y Bohórquez, A. (2020). Marketing Digital y su evolución en Colombia. Artículo de reflexión.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11280/Marketing%20Digital%20y%20su%20Evoluci%C3%B3n%20en%20Colombia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Holguín, M. (2019) Guía para la Elaboración de Trabajos Académicos Basado en la Norma APA 7ma Edición

Infoabe. (2021). Ocupación hotelera en Colombia

<https://www.infobae.com/america/colombia/2021/12/16/ocupacion-hotelera-en-colombia-alcanzo-el-516/>

Korstanje, M. E. (2020). El COVID-19 y el Turismo Rural: Una Perspectiva

Antropológica. Dimensiones Turísticas. https://dimensionesturisticas.amiturismo.org/wp-content/uploads/2020/09/2020-DTV4-NE_Nota-critica-179-196.pdf

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2020). Noticias de Turismo. En 2019, la ocupación hotelera, con 57,8 %, registró la cifra más alta en los últimos 15 años.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/cifra-mas-alta-de-ocupacion-hotelera-en-15-anos>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2020). Rural Policy

Review Colombia. OECD Rural Policy Reviews. <https://www.oecd.org/regional/rural-development/Rural-Policy-Review-ColombiaPH.pdf>

Sánchez de Puerta (2018), P Fundamentos del Plan de Marketing en internet COMM025PO.

Antequera ES. IC Editores.

PLAN DE MEJORA HOTEL SPA CASA DE ADOBE SÁCHICA

Sierra, C. (2020). Análisis de Situación de Salud con el Modelo de los Determinantes Sociales de Salud, Municipio de Sáchica Boyacá 2020. ESE Centro de Salud de Sáchica.

https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/asis2020/asis_sachica_2020.pdf

Statista. (2021) Evolución anual del grado de ocupación en el sector hotelero a nivel mundial de 2011 a 2020, por región. <https://es.statista.com/estadisticas/635630/tasa-de-ocupacion-de-la-industria-hotelera-a-nivel-mundial-por-region/#statisticContainer>

Sánchez, D (2020) Análisis FODA O DAFO. Madrid ES. Bubok Publishing S.L.