



GUÍA HOTELERA

KATERIN JOHANA AMAYA ARZUAGA

KELLY JOHANNA BURGOS TURRIAGO

ERIKA JULIETH GARCIA HERRERA

**Unidad de Emprendimiento
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior**

15/11/2020

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, KATERIN JOHANA AMAYA ARZUAGA con cédula de identidad 1.083.046.358 de Santa Marta y alumno del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____



COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, KELLY JOHANNA BURGOS TURRIAGO con cédula de identidad 1001340926 de BOGOTÁ D.C. y alumno del programa académico Administración Turística y Hotelera, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: *kelly johanna*

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, ERIKA JULIETH GARCÍA HERRERA con cédula de identidad 1.192.804.781 de Bogotá D.C. y alumno del programa académico Administración Turística y Hotelera, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: *Erika Garcia*

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVO ESPECÍFICO.....	8
DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	9
MODELO DE NEGOCIO.....	10
MODELO DE NEGOCIOS DE VENTA POR INTERNET.....	11
Tabla 2 <i>Innovación sostenible</i>	12
ESTRATEGIA OCEANO AZUL.....	13
ANÁLISIS.....	14
ANÁLISIS PORTER.....	15
MARKETING MIX.....	16
ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES.....	17
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.....	18
ESTRATEGIA DE PRECIO.....	19
ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....	20
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	20
MARKETING MIX.....	21
DESARROLLO DE MARCA.....	22
MARKETING DIGITAL.....	23
LANDING PAGE.....	24
ESTRATEGIAS MARKETING DIGITAL.....	25
CAC.....	29
LTV.....	30
ESTUDIO TÉCNICO.....	30
Macrolocalización y microlocalización.....	30
Plano.....	33
FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	34
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PARA UN SOLO PRODUCTO.....	35
Tabla 7 <i>Proceso fabricación</i>	35
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	36
PRODUCTO MÍNIMO VARIABLE.....	38
CONCLUSIÓN.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	39

INTRODUCCIÓN

A continuación, usted encontrará una guía que le permitirá a usted como establecimiento de alojamiento poder prestar y presentar un mejor servicio al público, fomentando la inclusión y manejando un público más amplio quedando por encima de la competencia así obteniendo múltiples beneficios. Siendo un referente de buena calidad hacia el público y hacia los demás establecimientos, teniendo reconocimiento a nivel nacional y mundial. Dentro de la guía se podrá encontrar desde saludos hasta el nombre de los departamentos para poder comunicarse por medio del lenguaje de señas con las personas en condición de discapacidad auditiva, buscando que las personas se sientan muy cómodas en el establecimiento.

Queremos hacer que de sitio de trabajo un entorno inclusivo e influyente, dónde los huéspedes los usen como referencia y lo recomienden a ustedes cómo una prestación de servicio sin fronteras, dónde sean para los demás hoteles un referente de servicio cabe resaltar que al adquirir esta guía, el estableciendo está haciendo una ÚNICA inversión que lo hará facturar de por vida y llevará su empresa a otro nivel, porque NINGÚN estableciendo hotelero posee esta guía tan detallada que capacita en poco tiempo al personal el lenguaje de señas, de una forma dinámica y accesible.

Lo invitamos a leer detalladamente nuestro trabajo para que usted puede ver nuestra visión y la propuesta prometedora que refleja hacia la industria Hotelera rompiendo esquemas y estero tipos que muchas veces los impone una sociedad, que hospedar a huéspedes en condición de discapacidad auditiva no sea un Reto, sino más bien un placer y una satisfacción al saber que se les brinda una experiencia a ellos y a sus a acompañantes inolvidable y memorable.

OBJETIVO GENERAL

Romper esquemas y superar las expectativas del consumidor en el campo hotelero, permitirle al gremio hotelero recibir y alojar personas en condición de discapacidad auditiva prestándoles un servicio de calidad a ellos y a sus familias.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Darnos a conocer a nivel local y nacional por nuestra innovadora Guía Hotelera especial para personas con discapacidad auditiva.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Tabla 1

Descripción idea de negocio

<p>CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO</p>	<p>Nuestro producto es una guía hotelera para personas en condición de discapacidad auditiva, con la cual podrán ofrecer a los alojamientos un lugar inclusivo, puesto que tendrá todo lo básico de un hotel o un alojamiento en lenguaje de señas para su fácil comunicación y entendimiento.</p>
<p>QUIEN ES EL CLIENTE POTENCIAL</p>	<p>Nuestro cliente potencial son los hoteles y lugares de alojamiento puesto que serán ellos quienes la adquirirán para ofrecer el servicio.</p>
<p>CUAL ES LA NECESIDAD</p>	<p>La necesidad es lograr un espacio inclusivo en el alojamiento, eliminar por completo el rechazo de las personas en condición de discapacidad auditiva, llegar al punto donde logren los hoteles en un lugar de inclusión y no de exclusión.</p>
<p>COMO</p>	<p>Diseñando una guía en la cual podrán saber y entender lo que el huésped en esta condición de discapacidad desea generando un producto eficaz</p> <p>Con un diseño llamativo y que contribuye al medio ambiente y por supuesto</p>
<p>PORQUE LO PREFERIRÁN</p>	<p>Lo preferirán porque además de ser una opción para incrementar sus ventas, también además que hayan guías de inclusión en el turismo no hay una específicamente para esta discapacidad y tan desglosada como lo es tener el alfabeto de señas, siguiente a esto están contribuyendo con el medio ambiente otro factor que se encuentra en auge en la sociedad ya que la guía al ser desechada puede transformarse en una planta</p>

MODELO DE NEGOCIO

Figura 1

RECURSOS:

La guía hotelera utilizara para su producción materias primas amigables con el medio ambiente un ejemplo de un material son las hojas de semillas en las que será impresa la información, contribuye al medio ambiente de manera que al desecharlas podrán ser utilizadas para decorar el hotel con plantas que contribuirán al oxígeno del lugar

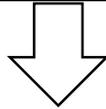


Figura 2

FIDELIDAD:

Lograremos la fidelización de nuestros clientes con nuestro producto puesto que es un producto que los ayudara a incrementar sus ventas cosa que los tendrá contentos y agradecerán por ello, además que se pueden convertir en líderes de alojamiento inclusivo y al desechar el producto ayudaran el medio ambiente y tendrán oxígeno de mayor calidad a su alrededor.

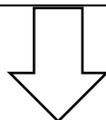


Figura 3

CADENA:

Podríamos generar una alianza con algún hotel que esté interesado en generar un ámbito de inclusión, para así ellos dan un paso adelante a comparación de los demás establecimientos de alojamiento y nosotros damos a conocer nuestro producto, de tal manera que la competencia tenga la necesidad de incluir la guía.

figura 4

COSTO Y PRECIO:

Nuestra guía posee un precio muy accesible, para que así todos los establecimientos hoteleros, desde hostales hasta grandes cadenas de hoteles puedan adquirirla y potenciar su valor social, Nuestra guía está elaborada con materiales ecológicos lo que hace que nuestro compromiso no sea solo social sino ambiental. Por lo anterior damos a entender que al obtener esta guía estamos afirmando que es una única inversión que hará facturar al establecimiento de por vida El precio de la guía en formato físico es de:

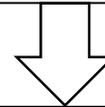


Figura 5

MECANISMOS DE ENTREGA:

Nuestra propuesta de valor se encuentra establecida en dos formatos, formato físico y formato digital. Buscando que los establecimientos hoteleros puedan obtener este nuevo conocimiento con alguna de las dos guías, su contenido es exactamente igual

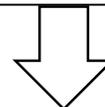


figura 6

GANANCIAS ESPERADAS:

Vamos a presentar nuestra guía a establecimientos de alojamiento, en este caso esta presentación del producto la haremos por video llamada por medio de plataformas digitales como, zoom o meet, que quieran implementar la guía pero sin perder nuestra autoría y que nos generen publicidad, Contactar a entidades que estén interesadas en la inclusión y poder participar en sus eventos.

Si, nos enfocamos en el ámbito personal, seriamos reconocidas hoy en día tienen más oportunidades las personas emprendedoras que

Figura 7

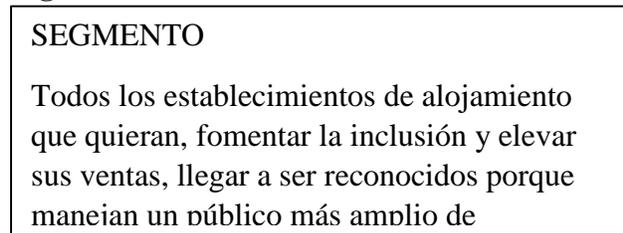


Figura 8

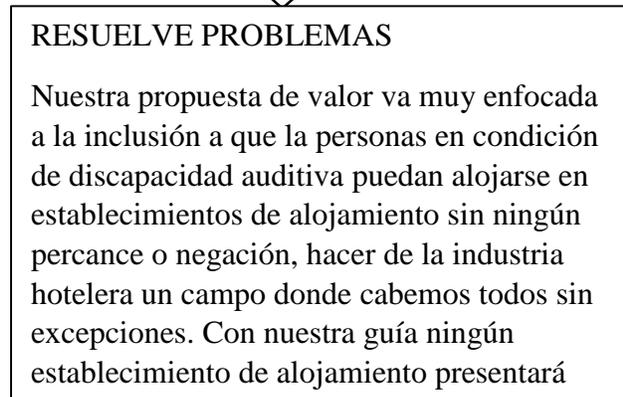
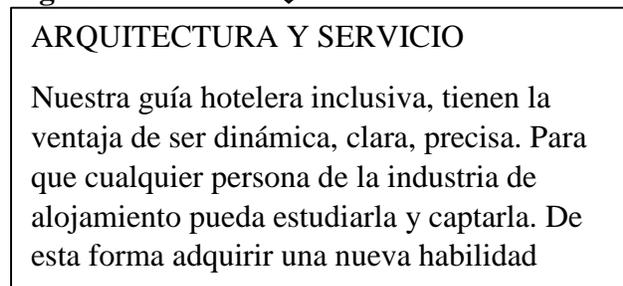


Figura 9



MODELO DE NEGOCIOS DE VENTA POR INTERNET

- ¿Cómo captara a sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

El modelo de venta por internet escogido es el peer to peer; este nos ayudará ya que tendremos intermediarios para conectarnos con personas o el sector hotelero que requiera la guía. Nos ayudaremos con la publicidad, para nadie es un secreto que el internet y las redes sociales, es donde se puede tener un mayor alcance y poder generar más ventas por medio de internet se puede llegar a más personas en un lapso de tiempo más corto. El voz a vos llegara a

los futuros huéspedes de los establecimientos hoteleros y se verán en el necesidad de preguntar al personal del hotel si la guía ya está implementada en el establecimiento.

- ¿Cómo y qué alternativas ofrecerán a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Al cliente se le dará la opción de obtener la guía en formato digital o físico, seremos muy activas en las redes sociales afirmando que establecimientos de alojamiento ya poseen la implementación de nuestra guía y de esta forma, sus futuros huéspedes los van a preferir, por tener la guía inclusiva. Esto será una ventaja para nuestros clientes frente a su competencia.

- ¿Cómo cerrará la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

La venta se cerrará por whatsApp o por medio de nuestra página web, tenemos varios métodos de pago como son: Tarjeta de crédito, Efecty, Nequi, Paypal. La persona debe enviar comprobante del pago o transferencia para así proceder con el envío de la guía que requiere.

Tabla 2
Innovación sostenible

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
PRODUCTO O SERVICIO	Un producto que es amigable con el medio ambiente porque su periodo de vida útil es extenso.	Es un producto el cual reduce el consumo de energía al 100% ya que utilizara para el estampado del contenido una maquina rotativa la cual funciona por medio de gas y cuando este sale el aire no se contamina. Este producto será amigable con la energía puesto que solo se utilizará energía para la digitalización del contenido.	<ul style="list-style-type: none"> • Papel de semillas • Papel de fibras recicladas • Cartuchos de tinta ecológica • Anillado <p>Sobre de manila Reduce insumos ya que es una guía muy simplificada y en cuanto a la impresión se llevará a cabo por las dos caras de las hojas. En cuanto a químicos no los utilizaríamos para la elaboración. En cuanto a químicos no los utilizaríamos para la elaboración.</p>	Es nula ya que nuestro producto no genera gases contaminantes puesto que pasa por un proceso de transformación del gas; además el papel cuando se desee desechar se convierte en plantas generando oxígeno. Al momento que no necesite más la guía hotelera podrá contribuir al fortalecimiento ambiental de manera que las hojas de la guía se pueden plantar generando una planta que ofrecerá oxígeno.	Hacemos algo más allá del reciclaje como lo es el proceso de biodegradación por medio del papel, la tinta y el sobre de manila.
MARKETING		Utilizamos transportadores masivo de tal manera que ayudemos la reducción de contaminación.	Manejamos medios tecnológicos como redes sociales, pagina web, anuncios por radio, precios asequibles, publicidad pagada.		No genera ya que es todo digital

ESTRATEGIA OCEANO AZUL

Tabla 3
Océano azul

	Imágenes grandes	Medios audiovisuales.	material ecológico	Inclusión	Publicidad en redes sociales
NOSOTROS: Guía Hotelera inclusiva	4	2	5	5	1
Guía legal en lenguaje de señas	2	1	1	5	3
Tecnología de interpretación	4	5	3	5	4
Estrategia	Incrementa: ya manejamos imágenes, la idea es aumentar su tamaño teniendo en cuenta a las personas con problemas de visión	Crear: implementar una guía virtual	Mantener: desde el comienzo nos hemos enfocado en el cuidado del medio ambiente utilizando materiales ecológicos para nuestras guías.	Mantener: nuestro producto está enfocado en la inclusión, ya que pensamos en las con discapacidad auditiva.	Crear: debemos implementar el uso de redes sociales para darnos a conocer con más personas

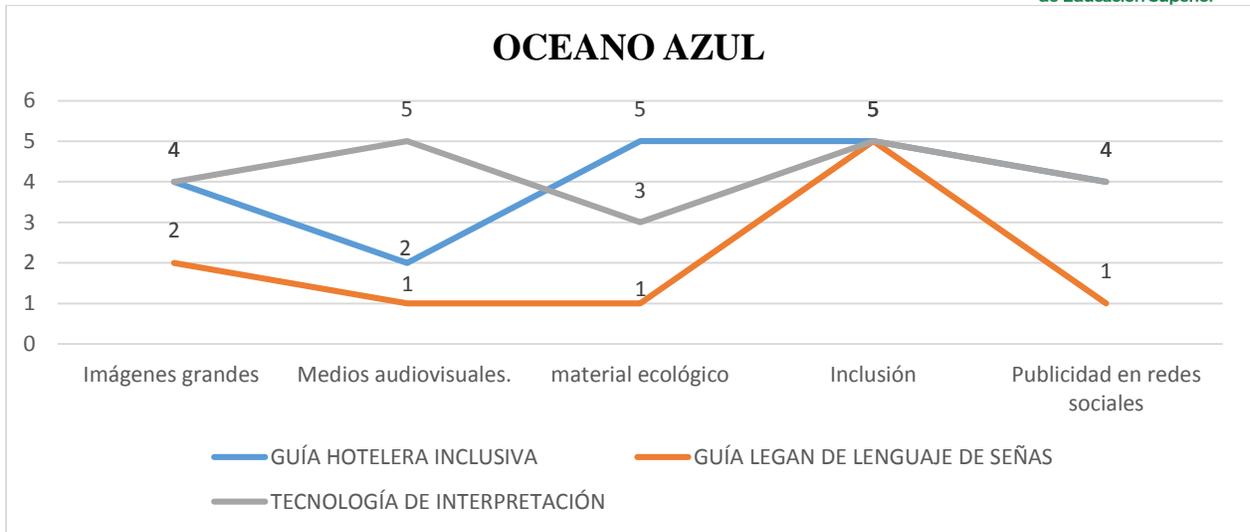


Figura 10
Gráfico estadísticas

ANÁLISIS

Después de analizar las estrategias de nuestra competencia, notamos que la competencia principal es la tecnología de interpretación, ya que en ella se implementa el lenguaje de señas previamente grabado por una persona, el cual se le entrega el dispositivo al cliente y este se va guiando.

Nuestra estrategia, para asegurar el éxito de nuestra guía hotelera inclusiva, va de la mano con el apoyo de todas las personas en condición de discapacidad auditiva, sus familias, sus allegados, sus tutores, para hacer fuerza en los establecimientos hoteleros y hacerles ver que nuestra guía no es un lujo sino una necesidad para poder prestar y presentar un servicio igualitario a toda sociedad.

Se incrementará la publicidad de valor, donde se muestre el impacto tan positivo que tiene nuestra guía en un establecimiento de alojamiento, reducir la desvalorización de las personas en condición de discapacidad auditiva, eliminar la rivalidad entre la competencia hacerles ver que esta guía no es una amenaza es una ayuda por un bien común, en beneficio de todos, mantener al

tanto a los establecimientos de alojamientos, sobre posibles alianzas y patrocinios para que nuestra guía llegue a ser reconocida primero a nivel nacional.

ANALISIS PORTER

PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES: Una estrategia de negociación con los clientes sería implementar la guía también por vía electrónica, de tal manera que seamos más accesibles para los clientes a nivel mundial conservando así lo tradicional del producto en físico y también ir adecuándonos a los avances tecnológicos; Por lo anterior la guía de recepción hotelera tendrá un costo menor a el valor oficial de producto en físico.

PODER DE NEGOCIACION CON PROVEEDORES: La negociación con los proveedores la llevaríamos al ámbito social mostrando en nuestra publicidad y en nuestras redes sociales de donde proviene los insumos de la guía explicándoles que se basara en un modelo eco sostenible, de esta forma los proveedores tendrán mayor reconocimiento esto se refiere a atraer mayor cantidad de clientes ya que los hoteles todos están implementando servicios, campañas en pro de ayudar el medio ambiente.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS: Para evitar este tipo de eventos o situaciones optamos por patentar nuestra guía teniendo así un total control y dominio sobre la misma y el mercado, además cada vez estaremos en actualizaciones de la guía para que siempre sea muy completa y no se escape nada.

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES: Somos conscientes de que la guía será todo un éxito por eso habrá muchas entidades o personas que querrán hacer lo mismo y mejor, es por esto que nosotros estaremos en constante actualización para ofrecer cada vez una guía más

completa y con el tiempo llegar a dictar capacitaciones exclusivas para nuestros clientes y pendientes del rumbo del mercado.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES: No queremos tener rivales queremos ser promotores de la sensibilización de los empresarios que solo buscan tener un beneficio económico, generando así nuevos proyectos que tengan como valor social la inclusión llegando a ser un gremio muy fortalecido para llegar a todo tipo de huésped, sin embargo, estaremos siempre siendo lo más divergente que podamos.

MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS PARA CLIENTES

Núcleo: La guía estará compuesta por materiales amigables con el medio ambiente, ya que las hojas estarán compuestas poseen semillas de manzana, la tinta con la que se realizara el marcado de las páginas o contenido estarán realizados con tinta ecológica, la pasta estará compuesta por fibras recicladas, y entregado finalmente en sobre de manila. En cuanto a químicos no se usarían para su elaboración, el producto es apto para la función de guía ya que en dado caso tendrá actualización de contenido al desechar la otra guía se convertirá en plantas generando oxígeno.

Calidad: Es una guía con muy buena calidad ya que el papel de semilla tiene un gramaje de 225 gramos el cual se convierte en plantan a ser desechado contribuyendo a un marketing verde. Además, este producto lo pueden obtener físicamente o virtual nuestro factor de ventaja ante la competencia es que podrán obtener capacitaciones con persona que tengan el conocimiento en el lenguaje de señas.

Envase: La guía tendrá un empastado en papel de fibras recicladas lo cual es todo el papel que ya está usado y se convierte en papel nuevo, este papel puede ser reutilizado Max. 6 veces, la tinta con la que será marcado es ecológica y se procesa por medio de una maquina rotativa que funciona a base de gas pero que al expulsar el gas este sale convertido en aire por esta parte también se genera un impacto positivo al medio ambiente.

Diseño: Esta guía tendrá un tamaño estimado de 18 cm y de ancho con 22cm de largo, ofreciendo un tamaño óptimo y cómodo para su debida manipulación.

Servicio: El producto será la guía y el servicio está compuesto por unas capacitaciones con personal capacitado en lenguaje de señas en dado caso que deseen adquirirla.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Figura 11
Portada portafolio

Guia Fisica

GUIA HOTELERA



Inclusión sin límites

Descripción: con esta guía te aseguramos una mejor rentabilidad en tu establecimiento hotelero, porque fomentaras la inclusión, esto quiere decir que tendrás más huéspedes e iras al frente de la competencia. Esta es tu oportunidad.

Precio: Nuestro precio está basado en los materiales que se requieren para su diseño y adicional porque en Colombia no existe una GUÍA de este rango, una única inversión que muy seguramente te hará facturar de por vida. Su precio es: \$139.207

Consumidores: Establecimientos que hagan parte de la industria hotelera

Figura 12
Guía Virtual



Descripción: Somos muy accesibles en nuestro producto por lo cual traemos para ti nuestra guía inclusiva en formato digital, para que puedas disfrutar de ella e incluso aprender y darla a conocer.

Precio: Está muy claro que se ahorra bastante material en la elaboración de la guía, pero hay que tener en cuenta el tiempo que se destina para hacer nuestra guía en formato digital y esto merece ser valorado, también resaltamos que esta guía hará parte de los archivos de tu empresa para siempre y podrás consultara siempre que quieras y obviamente la necesites su precio es: \$100.000.

Consumidores: Establecimientos que hagan parte de la industria hotelera

Figura 13

Paquete 1



Descripción: Pensamos en ayudarte siempre y hacer que tengas buenos resultados en la industria por esta y muchas más razones creamos el paquete 1, donde podrás acceder a nuestra guía en formato físico y adicional a eso tendrás una capacitación en el lenguaje básico para que puedas avanzar más rápido en el conocimiento de este nuevo lenguaje.

Precio: El precio de este paquete surge por la guía física y el profesional que te va a brindar la capacitación en lenguaje de señas, estas capacitaciones serán 100 % presenciales y lo más importante seguras, cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad, por lo anterior los cupos son limitados entonces te esperamos en nuestras redes sociales para más información sobre fechas y horarios, este es el precio de este paquete: \$799.000

Consumidores: Establecimientos que hagan parte de la industria hotelera

Figura 14



Descripción: Somos súper versátiles nada se nos escapa, por esta razón traemos hoy para ti la creación de este segundo paquete 100% virtual, para que no tengas que salir de casa o de tu oficina para aprender esta nueva habilidad que vas a utilizar en todos los ámbitos de tu vida, este paquete numero dos incluye nuestra guía inclusiva 100% digital, que la podrás consultar de por vida y capacitación con profesionales certificados, que te ayudaran a aprender el lenguaje de señas, para que cuando vuelvas al ruedo puedas implementarlo en todo tu personal y ser el mejor estableciendo hotelero de tu ciudad.

Precio: En vista de lo anterior y valorando el tiempo y el conocimiento de todos estos profesionales, el precio de nuestro paquete numero dos que puedes acceder a él sin desplazarte de un lugar a otro y desde cualquier parte del mundo es de \$ 385.000

Consumidores: Establecimientos que hagan parte de la industria hotelera

ESTRATEGIA DE PRECIO

Papel fibra reciclado: \$201.900 x 36 \$5.680 unidad x 2 (para el empaste) = \$11.360

Manilla: \$13.990. x100 \$139 unidad = \$139

Anillo plástico: \$7.500 x36 \$208 unidad = \$208

Papel de semillas: \$900.000 x200 \$4.500 unidad x 15 (hojas de contenido) = \$67.500

Mano de obra: 30.000

Costos indirectos: 20.000

Costo de producción: \$139.207 para una guía

El precio del producto en físico costaría \$139.207 en pesos colombianos, debemos tener en cuenta que este es un valor aproximado ya que estamos comprando material para la realización de una guía nada más, si estuviésemos fabricando más guías se puede comprar materiales en mayor cantidad de tal manera que podamos buscar o llegar a un acuerdo de descuento con nuestros proveedores tanto así que el costo de producción bajaría.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Los clientes interesados podrán acceder a nuestra landing page para por medio de la misma contactarse con nosotros, además de solo tener el canal de comunicación de la landing page tenemos redes sociales las cuales permiten muchas veces una comunicación más rápida, por medio de nuestro correo también tendremos posibilidad de atender y poder distribuirle nuestro producto.

Así que usaremos el canal de marketing indirecto ya que para realizar envíos internacionales necesitamos de una transportadora ya sea de una transportadora fluvial.

En caso de que deseen el producto en línea se manejaría un canal de marketing directo en donde el cliente pueda obtener el producto digital inmediatamente y a un menor costo.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Marketing directo: Vamos a manejar un marketing directo con el cliente ya que tendremos como mencionamos anteriormente varias herramientas digitales con las cuales el cliente se comunicará directamente con nosotros sin importa el lugar en el que se encuentre, ya que ofrecemos contenido visual por medio de nuestras redes sociales Facebook e Instagram.

MARKETING MIX

Tabla 4
Marketing Mix

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo Smart	Como (describo a cómo llegar al objetivo)	Quien (con qué medios o personas se apoyan)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realiza)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Tener un incremento en las ventas de nuestra guía en un 30%.	Aumentaremos las ventas haciendo publicidad y descuentos en nuestras guías.	Lo lograremos con trabajo en equipo y una excelente publicidad por nuestras redes sociales y plataforma	El aumento del 30% de nuestras ventas lo lograremos en dos años.	Las ventas serán vía redes sociales y plataforma para realizar compras	\$500.000
Precio	Ofrecemos un descuento de pague la guía y obtenga una capacitación gratis para así incentivar al consumidor e incrementar las ventas	Llegar a tener más alcance a clientes que puedan acceder a nuestro producto con una capacitación a bajo costo.	Los medios por los cuales se apoyara serán medios digitales.	Este descuento lo tendríamos por algunos días de final de año 2020.	Tendrá accesibilidad al descuento solo por los medios digitales.	\$100.000
Promoción y comunicación	Un buen posicionamiento en el mercado siendo muy visibles y accesibles para el	Mejor publicidad para un mayor alcance y ser visibles para nuestros	Se formarán alianzas y estrategias para darle la oportunidad a algunos establecimientos hoteleros que puedan	El posicionamiento de nuestro producto en el gremio hotelero, esperamos	Se hará desde diferentes establecimientos hoteleros mostrando la importancia	Se debe tener en cuenta que hoy la tecnología no es un lujo sino una necesidad, queremos tener más

	gremio hotelero	futuros clientes, no ser monótonos, generar publicidad constante que aporte valor y sea entretenida.	implementar la guía, a cambio de contar su testimonio y punto de vista generando publicidad en diferentes plataformas.	lograrlo en 3 años	y la eficacia de la guía, se harán seminarios y eventos donde se mostrará nuestro producto a algunas entidades del sector.	conocimiento en esta área y el precio estimado para fotografía, iluminación locación y demás artefactos que llevan dicha acción es de \$450.000
--	-----------------	--	--	--------------------	--	---

DESARROLLO DE MARCA

Tabla 5

Desarrollo de marca

MATRIZ DESARROLLO DE MARCA		
Idea de negocio:	Elaboración y ventas de guías hoteleras para atención a personas con discapacidad auditiva	
Pasos	objetivos	Resultados
Primer paso: diagnóstico del mercado	A. Identificación del sector.	Sector hotelero
	B. Identificar marcas en competencia	Guía hotel accesible
	C. Soluciones principales y alternativas	Imágenes
	D. Tendencias del mercado	Material ecológico
	E. Arquetipo de la marca	Creador, protector, explorador
Segundo paso: realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	No poseen un segmento de mercado específico
	B. Identificar variables del neuromarketing	Ellos tienen un diseño muy básico puesto que se basan en solo imágenes no van más allá de ofrecer un servicio ya como tal de inclusión lingüística si no solo por medios audiovisuales.

Tercer paso: posicionamiento	A. Identificar top of mind	
	B. Identificar top of heart	
Cuarto paso: realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	inclusión, superación de límites, diversidad, calidad
Quinto paso: estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la medición tecnológica y de redes sociales.	Marketing digital

MARKETING DIGITAL

LANDING PAGE

La guía hotelera ha creado su landing page para poder ofrecer un servicio con herramientas digitales a menor costo y mejor servicio; En nuestra landing page podras encontrar una intro de lo que te brinda la guia, consiguiente a este te explicamos 2 razones muy amigables por las que debes adquirir nuestro producto; luego podras observar el impacto y el vaor social que tiene como objetivo nuesstro producto, alli mismo encontraras un botón en el cual podras conocer las creadoras de este proyecto y la historia de como surgio el mismo, además de que encontraras un botón que dira “descargar” este botón cotiene la guia hotelera inclusiva, por ultimo observaras el logo de nuestras redes sociales y el contacto directo al correo, tambien encontraras un formato para rellenar con tus datos si estas interesado en adquirir nuestro producto o requieres algun tipo de asesoria.

LANDING PAGE: <https://kellyjohannaburgos.wixsite.com/guiahotelera>

Figura 13
landing page



Con nuestra guía hotelera para personas en condición de discapacidad tendrás la posibilidad de convertirte en un hotel de máxima preferencia por los huéspedes de todo el mundo.

Figura 14
Landing page



Figura 15
Landing page



ESTRATEGIAS MARKETING DIGITAL

En este caso elegimos 2 herramientas digitales para ofrecer nuestro producto; lo hicimos con el fin de ver que red nos ayudaba a llegar a más personas.

Tenemos Facebook e Instagram, logramos evidenciar que Instagram es una herramienta más digestible para las personas, además de que es una de las redes que últimamente, es más frecuentada y utilizada por las empresas ya que brinda una mejor comercialización todo lo contrario a nuestra experiencia en Facebook.

Instagram como se mencionó anteriormente es una App la cual tiene mayor tráfico de personas, también nos permite el usar hashtags los cuales son etiquetas que se pueden crear para hacer que se destaquen las publicaciones y atraer usuarios con ideas afines; ya que en Instagram se suele compartir muchas más fotos sobre experiencias. En otras ventajas de Instagram que permite que el cliente se motive a realizar “historias o publicaciones” en agradecimientos por el producto comprado o recomendando a sus seguidores obtener el mismo, esto permite una llegada a más personas.

Instagram: <https://instagram.com/guiahotelerainclusiva?igshid=ymqgp2glsfiq>

A continuación, se puede observar capturas de cómo va nuestra red social en cuanto a interacciones como seguidores, likes, comentario, veces compartidas las publicaciones, estadísticas de la actividad.

Figura 16
Herramientas digitales



Figura 17
Herramientas digitales

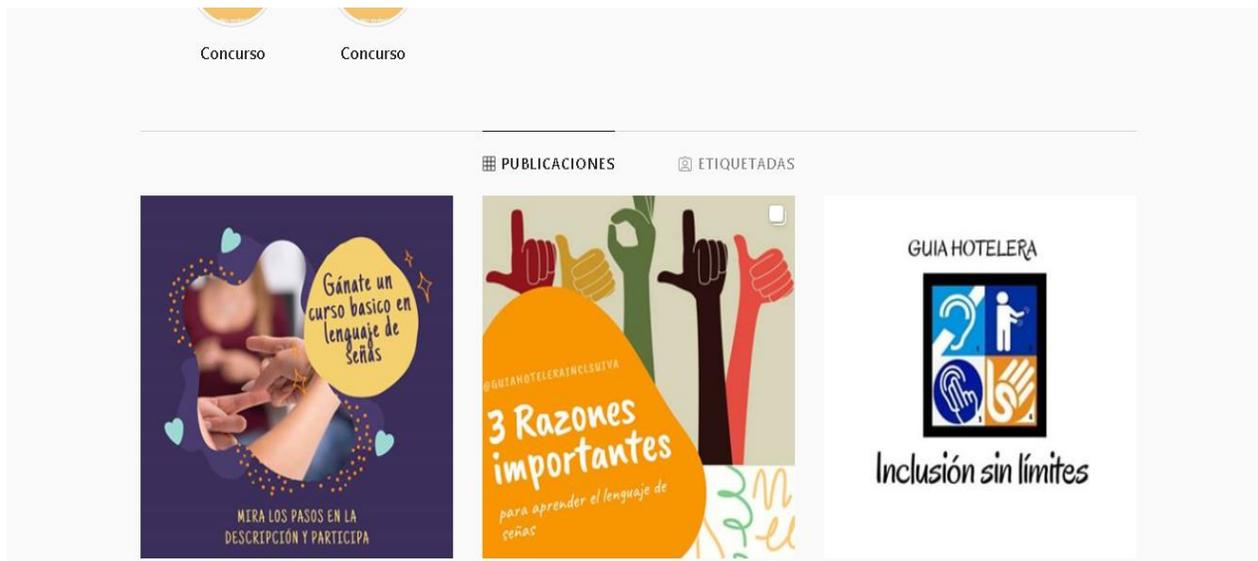


Figura 18
Herramientas digitales



guiahotelerainclusiva • Siguiendo ...
Bogotá, Colombia

guiahotelerainclusiva GÁNATE UN CURSO BÁSICO DE LENGUAJE DE SEÑAS.
👍👍👍👍👍👍
Cómo Participar?
👇👇👇👇👇👇

- 1) Seguirnos acá en Instagram y en Facebook: @guiahotelerainclusiva
- 2) Dale like a todas nuestras publicaciones.
- 3) Escribe un comentario, contándonos porque es importante para ti aprender el lenguaje de señas (sé muy creativo)
- 4) Escríbenos en nuestra página Web

Les gusta a **_soy.dannaaaaaaaa_y** y **30 personas más**
HACE 3 DÍAS

Figura 19
Herramientas digitales



guiahotelerainclusiva • Siguiendo ...
Bogotá, Colombia

guiahotelerainclusiva Y tú cuando vas a aprender lenguaje de señas?

#lenguajedesenas #soacha #bogota #cali #cartagena #santamarta #inclusion #pereira #risaralda #medellin #bucaramanga #salento #bello #poblado #barranquilla #sucre #cordoba

4 d

katerin_johana_16 Excelente información

Les gusta a **_soy.dannaaaaaaaa_y** y **35 personas más**
HACE 4 DÍAS

Figura 20
Herramientas digitales



Figura 21
Herramientas digitales



Figura 22
Herramientas digitales



Figura 23
Métricas claves



Figura 24
Métricas claves



En la campaña publicitaria para Guía Hotelera Inclusiva, se invirtieron \$80.000 en publicidad en Instagram para atraer seguidores y convertirlo en posibles compradores esto durante una semana; de los cuales, 5 personas accedieron al producto.

CAC

Para analizar los datos de Customer Acquisition Cost, se tiene en cuenta:

Gasto en publicidad: \$80.000

Tiempo invertido: \$50.000

$130.000/5 = \$26.000$

Contacto lote: \$26.000

LTV

$\$26.000 * 5 = \130.000

Ganancias: $\$130.000 - \$80.000 = \$50.000$

ESTUDIO TÉCNICO

Macrolocalización y microlocalización

Nuestra población objetivo de la ciudad de Bogotá, se encuentra especialmente en la zona norte, en la localidad de Chapinero, exactamente en la calle 93 12-41.

Figura 25
Localización

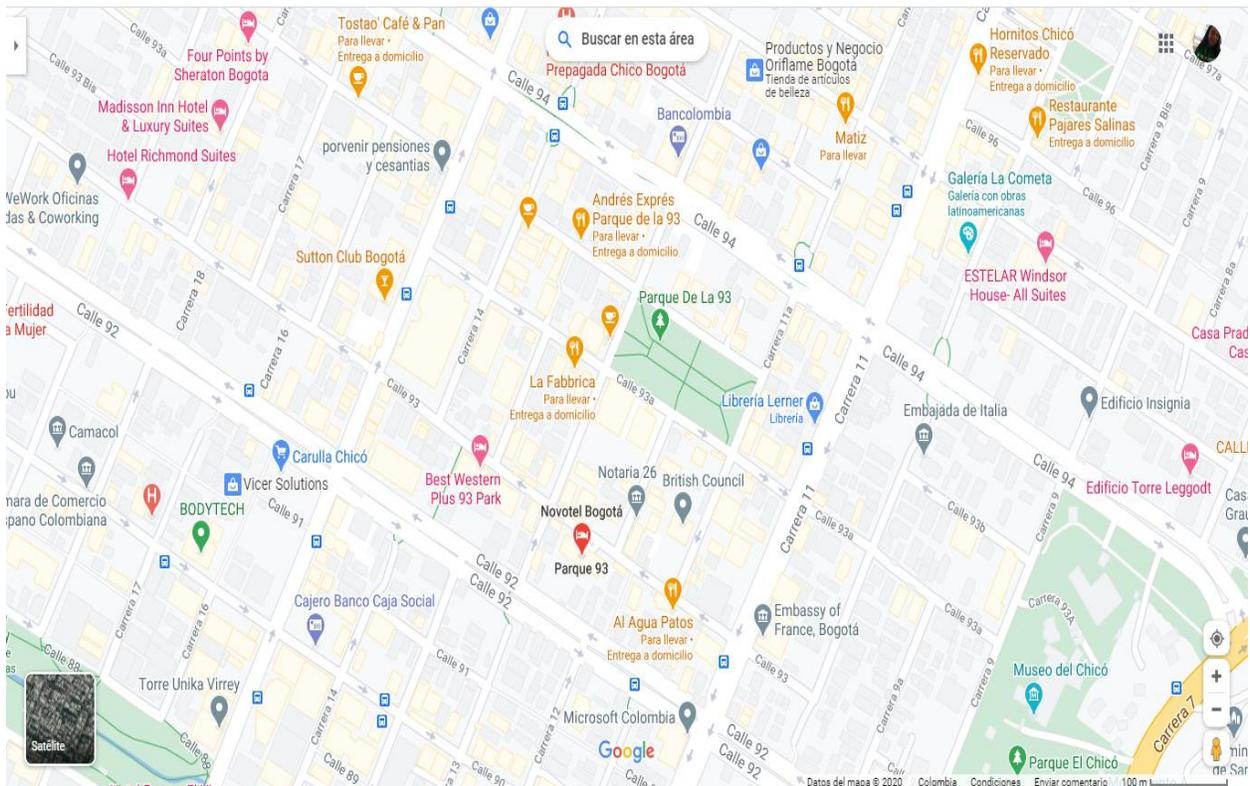
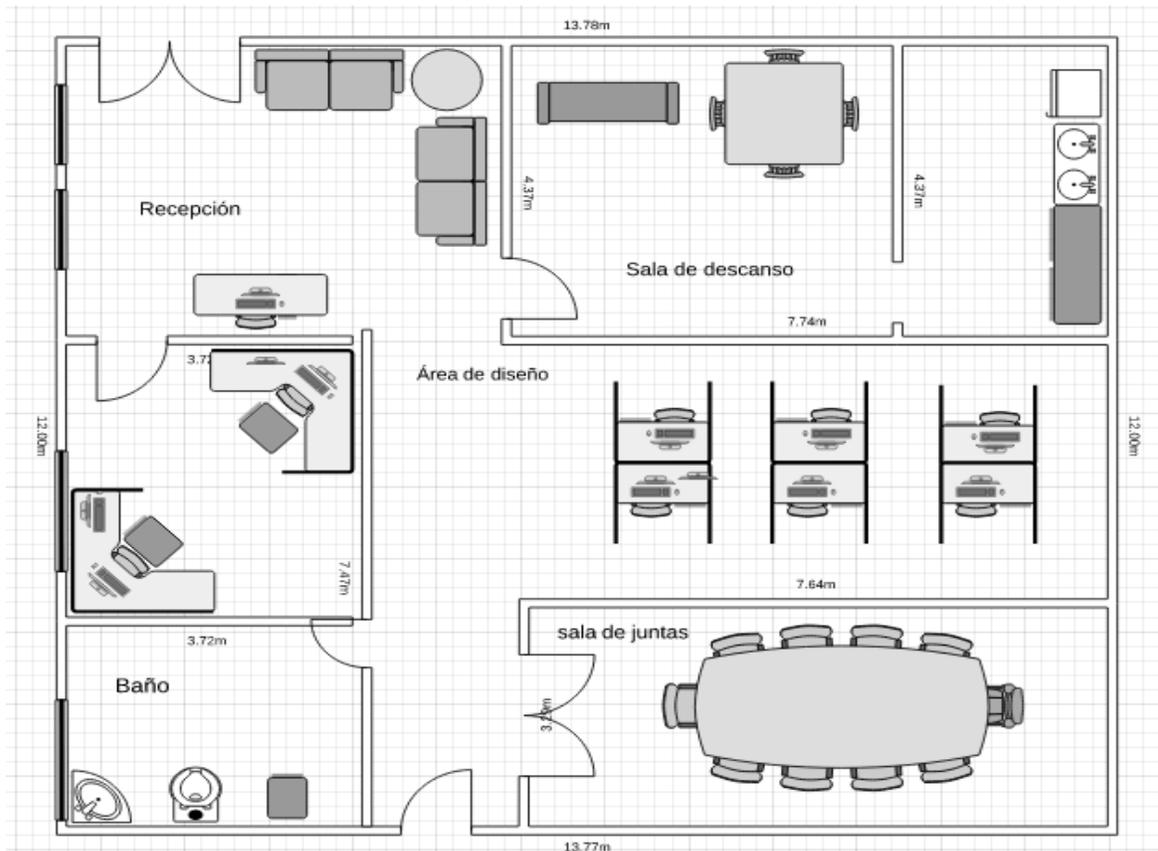


Tabla 6 Localización

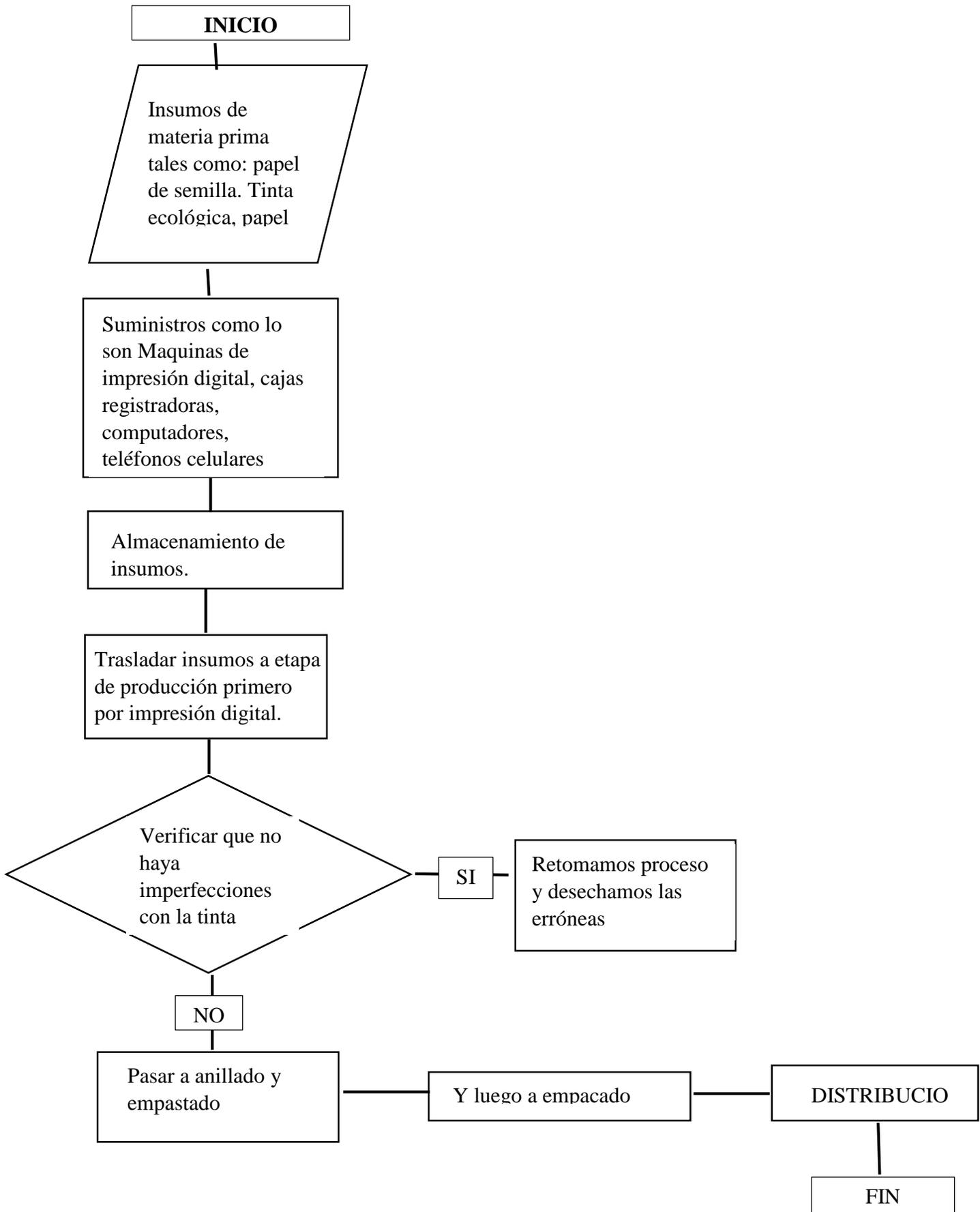
Tipo de Archivo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura - Adecuaciones	Nuestra infraestructura principalmente será un local arrendado con 4 metros por 2.50 metros de altura, aproximadamente. Será un local cómodo tanto para empleados como para los clientes.	Para iniciar nuestro proyecto, será con un solo local, en la ciudad de Bogotá. Más adelante vamos a expandirnos con otra sede en la misma ciudad y poco a poco en otras ciudades.	El costo del alquiler del local es \$1.100.000 con el servicio de agua incluido.	Cada 15 días se va a hacer revisión de la infraestructura y caña de agua para evitar derrumbes o fuga de agua.
Maquinaria y Equipo	Máquinas profesionales de impresión digital, caja registradora.	1 caja registradora, 2 impresoras digitales.	Impresoras digitales \$1.600.000, Caja registradora \$500.000	Mensualmente realizar revisión general a los equipos tecnológicos para evitar daños, acumulación de polvo y pérdidas.
Equipo de comunicación y computación	Computadores de alta gama, celular Samsung galaxy M31.	9 computadores, 1 celular alta gama.	Computadores \$2.288.000, celular alta gama \$1.179.900	Hacer mantenimiento mensualmente a los computadores.
Muebles y enseres y otros	Sillas ergonómicas, muebles, mesas.	19 sillas ergonómicas, 3 muebles, 11 mesas de diferentes tamaños y diseños.	Sillas ergonómicas \$190.000, muebles \$180.000, mesas \$864.000.	Cada cuatro meses hacer lavado de a los muebles y pintar las mesas para mantener su estética.
Otros (incluidos herramientas)	Guillotina metálica semi industrial A3,	3 guillotinas, 3 paquetes de tintas surtidas.	Guillotinas \$880.000, \$160.000.	Cada año revisar el estado de guillotinas y su filo, cada mes

	tintas de impresora digital.			comprar los paquetes de tintas.
Gastos pre-operativos	Papel semilla para impresión, cartucho de tinta ecológica, energía eléctrica, anillado, mano de obra	40 paquetes x10 de papel semilla, tinta ecológica	Papel semilla \$10.000, tinta ecológica \$58.000, energía eléctrica \$200.000, anillado \$18.000, mano de obra \$40.000	Mensualmente hacer inventario de la mercancía para saber los materiales que hagan falta y mantener la producción.

Figura 25
Plano



FLUJOGRAMA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN



MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PARA UN SOLO PRODUCTO

1. **PAPEL DE SEMILLAS:** 15 unidades para contenido \$67.500
2. **ANILLO PLASTICO:** 1 unidad \$208
3. **PAPEL FIBRA RECICLADO:** 2 unidades para empaste \$11.360
4. **SOBRE DE MANILLA:** 1 unidad para empackado \$139
5. **TINTA ECOLOGICA:** 1 Litro \$24.500

Tabla 7
Proceso fabricación

GUÍA HOTELERA				
UNIDADES A PRODUCIR: 1				
ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO DE REALIZACIÓN	CARGOS QUE PARTICIPAN	NÚMERO DE PERSONAS POR CARGO	EQUIPOS Y MÁQUINAS, CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (CANTIDAD PRODUCTOS, UNIDAD DE TIEMPO)
Llegada de insumos Descargue de insumos Almacenamiento de los insumos	1 hora y 30 minutos	Operadores de logística Supervisor de bodega	2	Un Montacargas 9 horas-maquina
Entrega y Traslado de insumos a etapa de producción	30 minutos	Impresores supervisor de área	2	Computador Apiladores hidráulicos 18 horas-maquina
Proceso de impresión	1 minuto 15 hojas	Impresor	1	Impresora digital 9 horas-maquina
Proceso de anillado y empastado	10 minutos	Empastador	1	Máquinas de empaste 9 horas-maquina
Empaque	1 minuto	Empastador	1	Manual
Revisión final	1 minuto	Supervisor	1	Manual

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Figura 27
Ficha técnica

	GUIA HOTELERA INCLUSIVA		
	1192	Primera	13/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
GUIA HOTELERA INCLUSIVA			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
1)GUIA HOTELERA INCLUSIVA FORMATO FISICO:Dentro de ella se encuentra el lenguaje basico de lenguaje de señas o los nombres de los departamaneto del hotel, las medidas de esta guia son 18cm de ancho y 22cm de largo . 2:GUIA HOTELERA INCLUSIVA EN FORMATO FISICO : Dentro de la misma posee lenguaje basico de lenguaje de señas acompañado de ilustraciones al igual que la de formato fisico y el nombre de los departamentos del hotel,sera entregada a nuestros clientes en formato revista en pdf, para que siempre la tengan a su disposición			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
GUIA HOTELERA INCLUSIVA EN FORMATO FISICO (CARTILLA) / GUIA HOTELERA INCLUSIVA EN FORMATO DIGITAL (REVISTA PDF)			
D. MATERIAL DE ENVASE			
GUIA HOTELERA INCLUSIVA, EN FORMATO FISICO: la guia tiene un empastado en papel de fibras recicladas lo cual es todo el papel que ya está usado y se convierte en papel nuevo, este papel puede ser reutilizado Max. 6 veces, la tinta con la que será marcado es ecológica y se procesa por medio de una maquina rotativa que funciona a base de gas pero que al expulsar el gas este sale convertido en aire por esta parte también se genera un impacto positivo al medio ambiente.			
E. CONDICIONES DE CONSERVACION			
la guia, esta hecho con materiales optimos que aseguran una larga vida util de la misma, sin embargo hay unos pequeños cuidados que se deben tener en cuenta, como no exponerla al agua exageradamaente y alojarla en un sitio neutro donde no de el sol, ejemplos: Bibliotecas escritorios, recepcion.En dado caso que nuestra guia inclusiva se deteriorore o sufra porblemas en su parte estetica inferior a 6 meses, nos haremos responsables y haremos la devolución del dinero o se dara una nueva guia			
F. VIDA UTIL ESTIMADA			
Esta guía es muy sostenible y accesible ya que tiene un periodo de vida útil bastante largo (10 5 años) estadiseñado con materiales que van a ser a prueba de agua no va a perder el color en las hojas no se van a debilitar ni nada por el estilo por lo cual más que una inversión va a ser un requisito muchísimo más adelante ahora se está manejando mucho el valor social y la inclusión. La guía va a pasar a hacer dé un lujo a una necesidad.			
G. PORCION RECOMENDADA			
2 unidades por estacimient			
H. GRUPO POBLACIONAL			
Establecimientos de alojamiento			
Firma del responsable del producto:		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Erika Julieth Garcia Herrera</div>	
Nombre del Responsable del producto	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">Erika Julieth Garcia Herrera</div>		Firma: <i>Erika Garcia</i>

PRODUCTO MÍNIMO VARIABLE

Figura 28
PVM

¿Qué problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	¿Cuál es el primer paso?
			
<p>La problemática cuando las personas con discapacidad auditiva van a los hoteles y no pueden ubicarse bien por no haber una persona o guía adecuada para que los lleve por todo el hotel.</p>	<p>Nuestro público objetivo es el sector hotelero y personas con discapacidad auditiva, ya que son ellos a quien va dirigida nuestra guía.</p>	<p>Resolveremos el problema, produciendo una guía especial para personas con discapacidad auditiva, la cual tendrá imágenes grandes y el lenguaje de señas.</p>	<p>El primer paso es el diseño y prueba de la guía, ver que tanta aceptación tiene por el público objetivo para luego llevar a cabo la producción total.</p>

CONCLUSIÓN

Lo que queremos lograr con esta guía es tener un ambiente hotelero más accesible para todos los tipos de huésped en especial los huéspedes en condición de discapacidad auditiva, logando así la inclusión desde la parte de alojamiento dando una oportunidad al crecimiento hotelero.

Queda resaltar que siempre debemos ayudar al otro sin esperar nada a cambio, y si sabemos algo porque no enseñarlo a los demás siempre con mucho respeto, por eso mi intención es que todos absolutamente todos sin importar su religión, preferencia sexual, política, su cultura, su condición física y económica, tengan la posibilidad de alojarse en un entorno donde se sientan incluidos y bien recibidos. Rodeados de personas muy amables que siempre están a su servicio. Importante conseguir ese favoritismo por parte de los huéspedes y que así siempre tener buenas referencias, y poder contar con más demanda y éxito.

BIBLIOGRAFÍA

- Grupo Green marker. (11 de 09 de 2013)

<https://grupogreenmarket.com/blog/papel-semilla.html#:~:text=El%20papel%20semilla%20es%20un,con%20semillas%20de%20f%C3%A1cil%20germinaci%C3%B3n.&text=Nuestro%20papel%20a%20diferencia%20de,de%20germinaci%C3%B3n%20de%20las%20semillas.>

- Ecoportal. (15 de 09 de 2017) cartuchos de tinta <https://www.ecoportal.net/temas-especiales/contaminacion/plastico/hp-lanza-sus-cartuchos-de-tinta-ecologicos-a-partir-de-botellas-y-perchas-recicladas/>

- Etimed. (02 de 12 de 2019) papeles ecológicos <https://www.etimed.es/papeles-ecologicos>